

# Media Design

# 7

**Semester**

**Vollzeit**

**Bachelor**



**MD.H**

MEDIADESIGN HOCHSCHULE

## STUDIUM MEDIA DESIGN

### 1 AUF EINEN BLICK

|              |                         |
|--------------|-------------------------|
| STARTTERMINE | 1. OKTOBER              |
| DAUER        | 7 SEMESTER              |
| ABSCHLUSS    | BACHELOR OF ARTS (B.A.) |

#### 1.1 BERUFSBILD

Um als Mediadesigner visionär für eine sich ständig weiter entwickelnde Medienbranche gestalten zu können, benötigt man top-aktuelle gestalterische und technische Kompetenzen zur Entwicklung und Visualisierung medienübergreifender Projekte.

Diese umfassen das Analysieren, Planen und Gestalten von visuellen Informationen und den dazugehörigen Zusammenhängen, um eine Botschaft für den gewünschten Empfängerkreis entsprechend aufzubereiten. Mediadesigner/innen recherchieren, werten die gewonnenen Erkenntnisse und Informationen aus, erarbeiten visuelle Konzeptionen und organisieren ihre Arbeitsprozesse unter Berücksichtigung der jeweiligen Produktionsbedingungen. Sie sind für die gestalterische Lösung einer Projektaufgabe verantwortlich und haben dabei marketing- und betriebswirtschaftliche Aspekte des jeweiligen Auftraggebers zu berücksichtigen.

#### 1.2 ARBEITSFELDER

Werbe- und Designagenturen, Agenturen für neue Medien, Verlage oder Inhouse-Designabteilungen, PR- und Veranstaltungsagenturen, Öffentlich rechtliche und private TV-Unternehmen, kulturelle Institutionen.

#### 1.3 ZUGANGSVORAUSSETZUNG

Voraussetzung für die Zulassung ist die allgemeine Hochschulreife, die Fachhochschulreife oder ein als gleichwertig anerkannter Abschluss. Studieren ohne Abitur ist gem. § 11 BerlHG durch die fachgebundene Studienberechtigung möglich.

#### 1.4 BEWERBUNGSVERFAHREN

Eine ausführliche Bewerbung (inklusive Abschlusszeugnissen und tabellarischem Lebenslauf mit Lichtbild), ein persönliches Gespräch sowie die erfolgreiche Teilnahme an einem Eingangstest entscheiden über die Aufnahme. Zusätzlich sind freie Arbeitsproben aus den verschiedenen Medienbereichen (10-20 Arbeiten) vorzulegen.

## 1.5 BESONDERHEIT

Die gesamte, für das Studium benötigte, Software wird Ihnen von der Hochschule für Studienzwecke zur Verfügung gestellt. Des Weiteren steht Ihnen u. a. eine umfangreiche Schriften-Bibliothek, professionelles Kamera-Equipment, Drucker, Scanner, Kopierer, Fotolabor zur Verfügung.

## 1.6 AUFBAU DES STUDIUMS

Das Studium umfasst 7 Semester (Regelstudienzeit). Der Studiengang gliedert sich in den Kernbereich und das Praxissemester (Praktikum).

Das 6. Semester ist ein Praxissemester.

Das 7. Semester endet im Rahmen der Bachelorphase mit der Abschluss-Prüfung (Abschlussarbeit).

## 1.7 STUDIENGEBÜHREN

|  |              |
|--|--------------|
| Monatliche Studiengebühr Berlin   Düsseldorf | 600,00 EUR * |
| Monatliche Studiengebühr München             | 700,00 EUR*  |
| Anmeldegebühr                                | 490,00 EUR   |
| Bachelor - Prüfungsgebühr                    | 1050,00 EUR  |

\* Wird eine Vorauszahlungsvariante gewählt (semesterweise, jährlich, komplett) reduzieren sich die Studiengebühren um bis zu 5 %.

## 2 STUDIENZIEL

Das Studium Mediadesign (B.A.) beruht auf einem fundierten crossmedialen gestalterischen Basiswissen und der anschließenden Förderung strategisch-konzeptioneller und software-technisch-apparativer Kompetenzen, in dessen Zentrum die Entwicklung und Realisierung von Projekten aus Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft steht. Die Projektmaßnahmen umfassen sowohl Experiment und Forschung, den Erwerb einer persönlichen Sprache und Stilfindung, als auch die Entwicklung einer anwendungsorientierten Sichtweise, bis hin zum fertigen Medienprodukt. Neben der Fach- und Methodenkompetenz wird hierbei größter Wert auf die Vermittlung von Sozialkompetenz und gesellschaftsbezogenen Qualifikationen gelegt. Die Studierenden sind damit in der Lage, ihr Wissen und Verstehen auf ihre Tätigkeit oder ihren Beruf anzuwenden und Problemlösungen und Argumente in ihrem Fachgebiet zu erarbeiten und weiterzuentwickeln.

Mit den im Curriculum zu Grunde gelegten Prüfungsformen Medienprodukt, Dokumentation, Mappe und Präsentation, unter Nutzung umfangreicher Fachliteratur, erbringen die Studierenden den Nachweis, das breite und integrierte Wissen der wissenschaftlichen und gestalterischen Grundlagen ihres Lehrgebietes zu verstehen und anwenden zu können. Durch das Niveau und die Qualität der Prüfungsergebnisse wird sichergestellt,

dass die Studierenden in der Lage sind, über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden ihres Studienprogramms zu verfügen und ihr Wissen in Koordination mit ihren gestalterischen Fähigkeiten vertikal, horizontal und lateral vertiefen zu können.

Der Studienverlauf gliedert sich in 7 Semester. Der Praxisbezug, ein wesentliches konzeptionelles Merkmal des Studiengangs, wird zum einen über optionale Praxisprojekte mit Kundenbindung in den Semestern 3, 4, 6 und der Bachelorarbeit (Semester 7) gesichert, zum anderen über ein obligates Praxissemester (6. Semester). Damit weisen die Studierenden nach, dass sie in der Lage sind, ihr Wissen und verstehen auf ihre Tätigkeit und ihren Beruf anzuwenden und Problemlösungen und Argumente in ihrem Fachgebiet zu erarbeiten und weiterzuentwickeln. Die Studierenden sind somit auch in der Lage, relevante Informationen, insbesondere in ihrem Studienprogramm zu sammeln, zu bewerten und zu interpretieren.

Die Fachgebiete des Studiengangs wurden so zusammengestellt, dass die Studierenden eine solide gestalterische, theoretische und technische Schnittstellenkompetenz erwerben, auf deren Basis sie die vielfältigen beruflichen Anforderungen, die an Mediendesigner gestellt werden, meistern können.

## **2.1 1. SEMESTER**

Schwerpunkte des 1. Semesters bilden die Module Freies Zeichnen und Farbe, Visualisierung, Typografie I und Grundlagen Interaktion. Einführend werden die Interferenzen zwischen Design und Gesellschaft in dem Modul Design- und Mediendiskurs diskutiert und erarbeitet. Ziel des 1. Semesters ist die Schulung fundierter handwerklicher und gestalterischer Qualitäten. Über methodisch-prozesshafte Studien wird das Wissen und Verstehen der Studierenden über ihre Ausgangsqualifikationen hinaus gefördert.

## **2.2 2. SEMESTER**

Im 2. Semester werden die gestalterischen Grundlagen um das Modul Typografie II erweitert, Grundlagen Interaktion und Bewegtbild wird um das Modul Grundlagen Bewegtbild ergänzt. Hinzu kommt das Modul Fotografie und Electronic Imaging. Während im 1. Semester in Grundlagen Gestaltung / Visualisierung eine Einführung in die theoretischen Strukturen der Zeichen und in die Grundlagen vektororientierter Zeichenprogramme erfolgt, erweitern die Studierenden im 2. Semester in dem Modul Grafische Zeichen ihre Kenntnisse der Zeichen und Zeichensysteme anhand systematischer Studien.

Im Fachgebiet Schrift und Typografie wird nach einer Einführung in die Schriftgeschichte, dem kalligrafischen Schriftentwurf und der Schriftanatomie im 1. Semester, im 2. Semester der Fokus auf Wort, Satz, Raster und Layout gelegt. Im Fachgebiet Fotografie und Electronic Imaging erhalten die Studierenden eine Einführung in die Bildkommunikation und in die gestalterisch wie technisch präzise Entwicklung von Bildinszenierungen mittels digitaler Fotografie und digitaler Bildbearbeitung. Im Modul Grundlagen Bewegtbild wird das syntaktische Gestaltungsvokabular in Fallbeispielen um die 4. Dimension der Zeit methodisch erweitert. Im Studium Generale werden in Wissenschaftliches Arbeiten I die Optionen und Prozesse wissenschaftlich begleitender Reflexion von Designprozessen erörtert.

## **2.3 3. SEMESTER**

Im 3. Semester erhalten die Studierenden im Fachgebiet Communication Design I, in den instruktiven Modulen Brand Design und UX-Design in Communication, einen medienübergreifenden Einblick in die theoretischen und gestalterischen Grundlagen der Entwicklung visionärer Unternehmens- und Produktmarken. Software-technische und apparative Fertigkeiten werden für die digitalen Medien und für den Informationsträger Papier behandelt. In den Modulen Cross Media Communication Design I (Konzept) und Cross Media Projekt Communication Design I (Realisation) werden im Sinne crossmedialer Kommunikation die beiden instruktiven Module zusammengelegt und mittels Analyse, Synthese und Konzeption prototypisch anwendungs- oder forschungsorientiert realisiert. Die methodischen Grundlagen der Konzeption von Designprozessen, werden in dem Modul Konzeptionelles Arbeiten einführend erörtert.

## **2.4 4. SEMESTER**

Im 4. Semester, Fachgebiet Communication Design II, gliedern sich in die instruktiven Module Corporate Communication und Motion Design in Communication Media, in denen die Studierenden einen Einblick in die mediale Entwicklung und Gestaltung von Corporate Communication-Maßnahmen erhalten. In den Modulen Cross Media Communication Design II (Konzept) und Cross Media Projekt Communication Design II (Realisation) entwickeln die Studierenden integrierte anwendungs- oder forschungsorientierte Projektstudien, die optional mit Kooperationspartnern aus Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft realisiert werden. Parallel dazu werden in dem Modul Projektmanagement die Grundlagen für die Planung, Steuerung, Kontrolle und Moderation von Kreativprozessen in Projekten gelegt.

## **2.5 5. SEMESTER**

Im 5. Semester erhalten die Studierenden in dem Fachgebiet Communication Design III, mit den Modulen Interaction in Space und Motion Design in Virtual Worlds einen Einblick in die Strukturen konvergenter, multisensoryer Medienlösungen und der Konstruktion virtueller, dreidimensionaler Objekte und Bewegtbild-Szenarien. In den Modulen Cross Media Communication Design III (Konzept) und Cross Media Projekt Communication Design III (Realisation) werden intelligente, vernetzte Umgebungen als physisch-virtuelle Erlebnis- und Immersionsräume konzeptioniert und zu realisiert. In dem nachgelagerten Modul Branchenkompetenz erhalten die Studierenden einen Einblick in die Komplexitäten der Existenzgründung, den Kriterien einer branchengerechten Job-Akquise und den Optionen optimierter Portfoliopäsentationen.

## **2.6 6. SEMESTER**

Im 6. Semester stellen die Studierenden ihre bisher im Studium erworbenen Fähigkeiten im beruflichen Umfeld, in Agenturen und Unternehmen der Design- und Medienbranche unter Beweis, um ihre Fach-, Methoden- und Sozialkompetenz mit einem Praxiswissen zu vertiefen. Die Inhalte des Praxissemesters werden weitestgehend von der Ausrichtung der Agentur, des Unternehmens, bestimmt, in dem die Studierenden das Projekt durchführen.

## 2.7 7. SEMESTER

Im 7. Semester wiederholen und vertiefen die Studierenden in dem Modul Media Concept die Prinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens und entwickeln den Masterplan (Exposé) für die nachfolgende Bachelorarbeit. In dem Modul Media Space konzipieren, entwickeln und gestalten sie in gemeinsamer Diskussion, in der Kombination von Medien, Architektur, Interaktion und Narration, ein blickweitendes szenografisches Ausstellungsszenario. Im Modul Medien und Urheberrecht werden die wesentlichen Kriterien des Urheberrechts und verwandter Schutzrechte in Kunst und Design erörtert.

Die abschließende Bachelorarbeit besteht zu gleichen Teilen aus einer theoretischen Abschlussarbeit, in Form einer eigenständig-systematischen Reflexion des gewählten Themas, auf wissenschaftlichen Arbeitsmethoden basierend. Die praktische Abschlussarbeit dient dem Nachweis, dass die Studierenden befähigt sind, nach den konzeptionellen Grundlagen der theoretischen Abschlussarbeit, eine Aufgabe aus dem Bereich der visuellen Kommunikation, den flexiblen Anforderungsprofilen einer modernen crossmedialen Medienlandschaft gemäß, auf einem höheren Komplexitätsgrad zu realisieren.

Das nachfolgende Kolloquium orientiert sich schwerpunktmäßig an den Fachgebieten der Abschlussarbeit, einschließlich der benachbarten und ergänzenden Wissensgebiete. Die Studierenden erbringen dabei den Nachweis, dass sie in der Lage sind, Wissensgebiete zu präsentieren und argumentativ zu verteidigen.

### 3 CURRICULUM

#### 3.1 ÜBERSICHT

| 1. SEMESTER                           |   |
|---------------------------------------|---|
| STUDIUM GENERALE                      | - DESIGN- UND MEDIENDISKURS   |
| GRUNDLAGEN GESTALTUNG                 | - FREIES ZEICHNEN UND FARBE<br>- VISUALISIERUNG   |
| SCHRIFT UND TYPOGRAFIE                | - TYPOGRAFIE I  |
| GRUNDLAGEN INTERAKTION UND BEWEGTBILD | - GRUNDLAGEN INTERAKTION  |
| 2. SEMESTER                           |   |
| STUDIUM GENERALE                      | - WISSENSCHAFTLICHES ARBEITEN   |
| GRUNDLAGEN GESTALTUNG                 | - GRAFISCHE ZEICHEN   |
| SCHRIFT UND TYPOGRAFIE                | - TYPOGRAFIE II   |
| FOTOGRAFIE UND ELECTRONIC IMAGING     | - FOTOGRAFIE UND BILDKOMMUNIKATION<br>- ELECTRONIC IMAGING  |
| GRUNDLAGEN INTERAKTION UND BEWEGTBILD | - GRUNDLAGEN BEWEGTBILD   |
| 3. SEMESTER                           |   |
| STUDIUM GENERALE                      | - KONZEPTIONELLES ARBEITEN  |
| COMMUNICATION DESIGN I                | - BRAND DESIGN<br>- UX-DESIGN IN COMMUNICATION<br>- CROSSMEDIA CONCEPT COMMUNICATION DESIGN I<br>- CROSSMEDIA PROJEKT COMMUNICATION DESIGN I                        |
| 4. SEMESTER                           |   |
| STUDIUM GENERALE                      | - PROJEKTMANAGEMENT   |
| COMMUNICATION DESIGN II               | - CORPORATE COMMUNICATION<br>- MOTION DESIGN IN COMMUNICATION MEDIA<br>- CROSSMEDIA CONCEPT COMMUNICATION DESIGN II<br>- CROSSMEDIA PROJEKT COMMUNICATION DESIGN II |

**5. SEMESTER**

STUDIUM GENERALE

- BRANCHENKOMPETENZ

COMMUNICATION DESIGN III

- INTERACTION IN SPACE
- MOTION DESIGN IN VIRTUAL WORLDS
- CROSSMEDIA CONCEPT COMMUNICATION DESIGN III
- CROSSMEDIA PROJEKT COMMUNICATION DESIGN III

**6. SEMESTER**

PRAXISSEMESTER

- PRAXISSEMESTER UND PRÄSENTATION

**7. SEMESTER**

STUDIUM GENERALE

- MEDIEN- UND URHEBERRECHT

MEDIA CONCEPT AND SPACE

- MEDIA CONCEPT
- MEDIA SPACE

BACHELOR-ABSCHLUSS

- ABSCHLUSSARBEIT UND KOLLOQUIUM



## HOCHSCHULSTANDORTE

MEDIADDESIGN HOCHSCHULE  
FÜR DESIGN UND INFORMATIK GMBH

- PRIVATE HOCHSCHULE
- STAATLICH ANERKANNT

ZENTRALE NUMMER FÜR ALLE HOCHSCHULSTANDORTE:  
**089 | 450 605 44**

| HOCHSCHULSTANDORT  | ANSPRECHPARTNER  |
|--|--|
| FRANKLINSTR. 28-29<br>10587 BERLIN<br>T 030   399 266 - 0   F - 15<br>info-ber@mediadesign.de      | YVONNE HEINICKE<br>Y.HEINICKE@MEDIADDESIGN.DE<br><br>HERMANN FURIN<br>H.FURIN@MEDIADDESIGN.DE  |
| CLAUDIUS-KELLER-STR. 7<br>81669 MÜNCHEN<br>T 089   450 605 - 0   F - 17<br>info-muc@mediadesign.de | STEFANIE FRELKE<br>S.FRELKE@MEDIADDESIGN.DE<br><br>JANA HILLER<br>J.HILLER@MEDIADDESIGN.DE<br><br>STEFANIE MEIER<br>S.MEIER@MEDIADDESIGN.DE      |
| WERDENER STR. 4<br>40227 DÜSSELDORF<br>T 0211   179 393 - 0   F - 17<br>info-dus@mediadesign.de    | SOO SEUN AN<br>S.AN@MEDIADDESIGN.DE<br><br>KIMBERLY DOUANGDARA<br>K.DOUANGDARA@MEDIADDESIGN.DE<br><br>ALEXANDRA NAUEN<br>A.NAUEN@MEDIADDESIGN.DE |