

Ihr Lernstoff

Design mit KI

Studienrichtung im Studiengang Kommunikationsdesign

BACHELOR OF ARTS (B. A.)

Grundlagen Kommunikationsdesign

Einführungs- und Orientierungsprojekt

6 cp

Einführung (Mappenkurs) (2 cp)

Mappenworkshop: Die Studierenden lernen die Grundlagen des Zeichnens. Die Studierenden schärfen ihre Beobachtungsgabe. Die Studierenden lernen den Einsatz von Storytelling.

Orientierungsprojekt (4 cp)

Orientierungsprojekt: Die Studierenden erleben Teambuilding und lernen in unterschiedlichen Teams inklusiv zu arbeiten (Gruppenarbeit). Die Studierenden lernen, Ideen und Konzepte zu präsentieren. Die Studierenden lernen, zu kritisieren und kritisiert zu werden (Kritik). Die Studierenden entwickeln ein kreatives Selbstvertrauen. Die Studierenden verstehen Beobachtung und Eintauchen. Die Studierenden lernen, dem Ergebnis gegenüber unvoreingenommen zu sein. Die Studierenden lernen, schwierige Herausforderungen ohne Anleitung zu meistern. Die Studierenden verstehen die iterative Natur des Designprozesses. Die Studierenden erfahren die Grundlagen der Ideenfindung. Die Studierenden verstehen schlanke Designansätze und nutzen Prototyping. Die Studierenden entwickeln Erfahrungen und erkennen deren Wert. Die Studierenden erkennen sinnhafte Entwicklungen. Die Studierenden lernen Engagement-Strategien kennen.

Zeichentechniken

6 cp

Einführung Zeichentechniken und -materialien. Bleistift, Kohle, Rötel, Tusche, Gelstift, Pinsel, Kreide, Kugelschreiber, Tablet und digitaler Zeichenstift; das richtige Werkzeug für jede Aufgabe. Gegenständliches Zeichnen: Objekt und komplexes Stilleben. Erfassen des Objekts; Richtige Übertragung von 3D nach 2D. Körpervolumen vs. Umriss; Gegenstände spannend arrangieren. Übung: Arrangieren von Gegenständen auf einem Tisch. Grundlagen der Perspektive und ihre praktische Anwendung; Ein-, Zwei-Fluchtpunkt-Perspektiven. Übung: Ein Objekt im Raum jeweils in Auf- und Untersicht, Zentral- und Über-Eck-Perspektive. Figürliche Darstellung. Der menschliche Körper, Proportionen, Aktzeichnen. Techniken: Umriss, Schraffur und Schattierung, Pointillismus. Schnellskizze und präzise Ausarbeitung. Körpervolumen vs. Umriss. Licht- und Schattensetzung. Klassische Haltungen und Standardposen; statische und dynamische Posen. Übung: Statische und dynamische Posen bei Mann und Frau; Übungen mit der Gliederpuppe. Minutenskizzen: Schnelles Erfassen und flüchtiges Skizzieren. Unterschiedliche Stadien der Ausarbeitung. Vorzeichnung und fertiges Artwork. Übung: Freihandskizze vs. genau konstruierte Perspektive. Digitales Zeichnen: Vektoren, Pixel, Texturen, Brushes, Dateiformate. Tablet, Laptop oder PC; Pen, Mouse oder Track-pad, Software. Übungen: Praktische Anwendungen und praxisnahe Aufgaben in den gängigen Programmen

Medientechnische Grundlagen und Entwurfslehre**6 cp**

Prinzipien der Entwurfstechnik: Abstraktion, Einfachheit, Klarheit. Grundlegende Techniken der Entwurfsarbeit: denken, skizzieren und iterative Musterentwicklung. Fotografie: Kamera, Blende, Belichtungszeit, Licht und Farbe, Brennweite, Perspektive; digitale Bildbearbeitung: Software, Auflösung, Bildausschnitt, Manipulation von Farbe, Schärfe, Perspektive, Ausführung von Retuschen. Video: Kamera, Bewegung und Zeit; Zoom, Zeitraffer und Zeitlupe, Lichtverhältnisse und -technik; digitale Videobearbeitung: Software und Bildformate; Grundlagen der filmischen Sprache: Dramaturgie und Schnitt; Tricktechnik und Bildmanipulation

Designgeschichte und -theorie**6 cp**

Ökonomische und kulturelle Bedeutung des Designs im historischen Kontext. Epochen des Designs: Technik und Ästhetisierung. Vom frühen Funktionalismus (um 1840) über den Konstruktivismus (ab 1920) in die Postmoderne (ab 1980) und über sie hinaus (21. Jh.). Nachrichtenwesen, Publizistik und Werbung: Printmedien zwischen Aufklärung und Manipulation. Form ist Funktion – die Emanzipation des Designs und der Grafik von ihren kulturellen Überformungen. Kommunikation als wirtschaftlicher Faktor in der Industrie- und Informationsgesellschaft. Definition: Was ist Kultur? Kulturtheorie – Allgemeine Grundlagen des Fachs und seine spezielle Bedeutung für das Design. Materialismus – Friedrich Engels, Evolution / Kultur-ethologie – Otto König / Konrad Lorenz; Kulturelle Zyklen und Katastrophen – Oswald Spengler, Kultur als Gegenstand der Soziologie: Georg Simmel, Max Weber; Geschichtsschreibung – Egon Friedell; Max Weber; Siegfried Kracauer; Kritik und Dekonstruktion: Theodor W. Adorno, Jean-François Lyotard, Claude Lévi-Strauss; Kultur als Gegenstand empirischer Forschung: Pierre Bourdieu. Kulturtheoretische Texte mit Bezug auf Design und Kommunikation von Adolf Loos „Ornament und Verbrechen“; Bertolt Brecht „Radiotheorie“, Ernst Cassirer (Auszüge Symbolische Formen); Vilém Flusser „Vom Stand der Dinge“, Marshal McLuhan „Understanding Media“ (Auszüge); Jochen Gros, „Grundlagen einer Theorie der Produktsprache“

Semiotik und Ästhetik**6 cp**

Semiotik: Definitionen: Gegenstand (das Objekt) – Begriff – Zeichen (Wort). Abduktion, Induktion, Deduktion – die Logik der Schlussfolgerung in der Philosophie. Semiotik als Disziplin der Erkenntnistheorie: Antike (Platon, Aristoteles), Mittelalter, Neuzeit (Descartes, Leibniz), 19., 20. Jh. (Hegel, Wittgenstein; Bühler, Peirce). Nutzen

der Semiotik für die Analyse und Konstruktion kommunikativer Phänomene: praktische Anwendung und ihre Grenzen. Von der Theorie der Semiotik zur praktischen Anwendung in der Gestaltung Ästhetik. Ästhetik: Die wissenschaftlich-philosophische Definition des Begriffs der Ästhetik. Ästhetik als sensible Form der Erkenntnis: Reflexive Intuition. Normative und deskriptive Ästhetik. Subjektives, objektives und intersubjektives Urteil. Kontemplation, Pragmatik, Kritik, Differenz als Begriffe der Ästhetik. Ästhetische Kategorien zur Analyse visueller, akustischer, taktiler, olfaktorischer und gustatorischer Phänomene; bzw. in bildender Kunst, Dramatik, Literatur, Film, Comics, Games. Denken über Ästhetik: Aristoteles, Kant, Goethe, Rosenkranz, Baumgarten, Husserl, Dewey, Benjamin, Merleau-Ponty, Barthes, Lyotard, Goodman, Cavell, Brock, Welsch. Ästhetik als interkulturelles Konzept: Vergleiche „westlicher“ und „östlicher“ ästhetischer Vorstellungen am Beispiel der japanischen Ästhetik.

Grundlagen Design mit KI**Typographie und Gestaltungsgrundlagen****6 cp**

Einleitung und kurze Geschichte der Schrift. Klassifizierungen von Schrift: Fraktur, Schreibschriften, Renaissance-, Barock- und Klassizistische Antiqua, Serifenlose / Grotesk- und serifenbetonte Schriften, Headline- und Zierschriften. Praktische Anwendungen: Schriftauswahl und Mischung, Body- und Headlinetext, Lesbarkeit und Hervorhebung. Typographie und Technik: Vom Bleisatz über DTP zum Webdesign, PostScript, TrueType, OpenType, WebFonts. Layoutentwicklung, Rastersysteme und Grids. Editorial und Buchgestaltung. Wechselwirkung Schriften und Bilder. Effizientes Arbeiten; Schriftverwaltung auf dem Computer. Schrift in Internet und Bewegtbild: Besonderheiten, Dos and Don'ts. Praktische Aufgaben: Editorial Design und Raster, Anzeige und Poster; Kreative Idee, Gewichtung von Informationen, Freies Projekt: Typographie-Plakat

Kreativmethoden**6 cp**

A. Ideenfindung: Die Rolle der Innovation in Wertschöpfungsprozessen. Die spezifische Bedeutung von Ideen, Inspirationen und Kreativität im Design. Probleme im Design und Re-Design erkennen und analysieren. Psychologie kreativer Prozesse: vertikales und laterales Denken. Etablierte Methoden und Techniken: Brainstorming/ Brainwriting (Osborn), Disney-Methode und Denkhüte (Disney/de



Eine Hochschule der Klett Gruppe

Wilhelm Büchner Hochschule
Hilpertstraße 31, 64295 Darmstadt

☎ 06151 3842-404
(Mo.-Fr. 8:00 bis 19:00 Uhr)

✉ beratung@wb-fernstudium.de
🌐 www.wb-fernstudium.de



ACQUIN
Akkreditierungs-
Certifizierungs- und
Qualitätssicherungs-
Institut



Folgen Sie uns auf



Bono), Morphologischer Kasten (Zwicky), Mind Mapping (Buzan), Syntetik und Bionik (Gordon), Design Thinking. Individuell anwendbare Methoden der Ideenfindung. Problem und Lösung: Welche Methode passt zu welcher Fragestellung und welcher Situation. Organisation, Durchführung, Moderation und Auswertung von Ideenfindungsprozessen. Netzbasierte Tools für die kollaborative Ideenfindung in Arbeitsgruppen.

B. Design Thinking: Design Thinking: Neuer Begriff für eine alte Aufgabe – interdisziplinär arbeiten und Probleme ganzheitlich sehen (Perspektivwechsel: Produkt- und Anwenderorientierung). Wesentliche Phasen im Design Thinking: Beobachten, Verstehen, Position beziehen, Ideenfindung, Prototyping und Testen. Lösungsansätze für Gestaltungsfragen, Fertigungstechniken und Businessmodelle. Ideengenerierung mit Design Thinking: Methoden. Ausgewählte Case-Studies für den Einsatz von Design Thinking

Storyboarding und Narration

6 cp

Theoretische Grundlagen der Wahrnehmung und Verarbeitung von Botschaften, insbesondere in der kommerziellen Kommunikation. Entwicklung und Geschichte von „Storytelling“. Inhaltliche Auseinandersetzung mit „Storytelling“-Techniken in filmischen Umgebungen. Entwicklung und Präsentation von inhaltlichen Konzepten zur Lösung unterschiedlicher Kommunikations-Aufgabenstellungen. Erstellung von formal stimmigen und präsentierbaren Maßnahmen in unterschiedlichen analogen und digitalen Medien. Wahl des richtigen Mediums und Visualisierung eines Konzepts. Bildkomposition, Kameraperspektiven, Close-Up, Totale, Schwenks und Zooms. Deskription und Argumentation

Gestaltungstheorie / KI

6 cp

Gestaltungstheorie und -Prozesse: Gestaltungstheorien und Designprinzipien (Farbe, Komposition, Typografie), manuelle und automatisierte Gestaltungsprozesse sinnvoll kombinieren und dokumentieren, in interdisziplinären Teams an der Schnittstelle von Design und Informatik zusammenarbeiten. KI und Design: Ethische und rechtliche Fragestellungen bei KI-gestützter Gestaltung, KI-Methoden zur Unterstützung und Erweiterung des Designprozesses, gesellschaftliche und berufliche Veränderungen durch KI im Designbereich, Autorenschaft und Originalität im Kontext KI-generierter Inhalte. Interdisziplinarität: Zusammenarbeit an der Schnittstelle von Design und Informatik, Design als interdisziplinäres Beschäftigungsfeld, das multiplen gesellschaftlichen und technologischen Einflüssen unterliegt

Wissenschaftliches Arbeiten Design

6 cp

Wissenschaftliches Arbeiten: Wissenschaftliche Forschung, Grundlagen, Vorgehensweisen, Methoden und Tools. Forschungsfrage, Forschungsdesign und Forschungsmethoden im kreativen Prozess, künstlerische Forschung. Qualitätskriterien für wissenschaftliches Arbeiten. Aufbau wissenschaftlicher Arbeiten, formelle Regeln, richtiges Zitieren, Quellennachweise, Vermeiden von Plagiaten. Methoden und Vorgehensweisen des wissenschaftlichen Arbeitens im Design

Kernstudium Design mit KI

Software für Kommunikationsdesign I

6 cp

Einführung und historische Entwicklung der Print und AV-Medien: Bleisatz, Fotosatz, DTP, Film, analoger Filmschnitt, digitale Postproduktion. Anwendung in den unterschiedlichen Medien: Print, AV und Online. Unterscheidung pixel- und vektorbasierter Formate. Eingabemöglichkeiten: Mouse, Tablet, Pen, Finger. Vorstellung unterschiedlicher Dateiformate für Print und AV: eps, ps, tiff, gif, jpg, raw, pdf, png, ai, mov, svg, mp3, mp4, avi. 2D: Basics der 2D Gestaltung. Adobe Creative Cloud: Die großen Drei: Adobe InDesign, Illustrator und Photoshop. Übungen: Arbeiten in allen drei Programmen. Weitere Adobe CC Anwendungen: Lightroom, Adobe Stock, Acrobat. Alternativen: Serif Affinity und andere Programme. Hilfsprogramme: Schriftverwaltung, Farben, Fontfinder, Apps. Übungen: Komplexes Arbeiten über mehrere Programme hinweg – Bildbearbeitung, Einbinden von Fotos und Vektorgraphiken in Layouts, Ausgabe und Konvertierung verschiedener Dateiformate. Arbeiten auf dem iPad – Procreate, Adobe Fresco etc. Web Design: Einführung und Basics des Web-Design. Unterscheidung Design und Programmierung, Front- und Backend. Gängige Scriptsprachen: CSS, JavaScript und HTML 5. Adobe Creative Cloud, Adobe Spark und andere Programme / Bundles. Übungen: Designs erstellen mit Adobe Illustrator und Photoshop. Bewegtbild: Adobe Animate und Adobe Premiere. Sketch, Figma, Adobe Dreamweaver. Einbindung von Dateien, Fotos, Animationen und Videos. Responsive Design und Ausgabe: Unterschiedliche Browser, PC, Mobile, Tablet. Webhosting. Übungen: Programmierung einer einfachen Website und Ausgabe für unterschiedliche Devices. CMS-Systeme: WordPress, TYPO3, Drupal etc.



Eine Hochschule der Klett Gruppe

Wilhelm Büchner Hochschule
Hilpertstraße 31, 64295 Darmstadt

☎ 06151 3842-404
(Mo.-Fr. 8:00 bis 19:00 Uhr)

✉ beratung@wb-fernstudium.de

🌐 www.wb-fernstudium.de



Folgen Sie uns auf



Software für Kommunikationsdesign II**6 cp**

Einleitung: Unterscheidung Realfilm, Animation, Zeichentrick, Legetrick, Claymation, 2D und 3D Animationen, Mischformen. Film Basics – Die einzelnen Phasen: Pre Production, Dreh oder Animation, Post Production, Vertonung. Unterscheidung zwischen professioneller High End-Animation und Motion Design. Wichtige Programme: Adobe Premiere, Final Cut Pro, After Effects, Audition, iMovie, Animate, DaVinci Resolve. Übung 1: Schnitt: Erstellung von unterschiedlichen Edits aus vorgegebenem Material. Animation auf und für iPad und Mobile – Herausforderungen und Limits. Übung 2: Einfache Anwendungen ausgewählter Programme. Einsatz von 3D: Voll-Animation, Mischform mit Realfilm oder Special Effects. Projektschritte: Konzeption, Kreation von Modellen und Texturen, Lichtsetzung, Rendering, Animation, Postproduktion. Wichtige Programme für 3D: Autodesk Maya, Maxon Cinema 4D, Adobe Dimensions, Rhinoceros 3D (Textures), V-Ray, Sketchup, Make, Sculptris (Körper und Architektur), Blender. Übung 3: Einfache Anwendungen ausgewählter Programme. Übung 4: Erstellung einer mittelkomplexen Animation im Zusammenspiel unterschiedlicher Software. Ideenfindung, Konzeption und Storyboarding. Wahl der geeigneten Software, Erstellen der Objekte, Compositing, Texturing, Lichtsetzung, Rendering. Postproduktion und Vertonung

Creative Prompting**6 cp**

Prompting: Verständnis der Grundlagen des Prompting im kreativen Kontext, Entwicklung innovativer und zielgerichteter Prompts, systematische Herangehensweisen zur Erstellung effektiver Prompts. KI-Anwendungen: Einsatz von KI-gestützten Tools zur Unterstützung des kreativen Prozesses, Überblick geeigneter Applikationen, Grundlagen KI-Technologien. Kooperatives Arbeiten und Kreativitätsentwicklung: Kommunikationsfähigkeit und Teamarbeit, Techniken zur Unterstützung und Erweiterung des kreativen Denkens, Methoden zur Analyse und Verfeinerung kreativer Ideen, Konzepte, Prozesse und Ergebnisse

Spiele: Gestaltung**6 cp**

Anwendung von Kreativität und Designtechnik. Idee und Iteration, Prototyping, Spielmechaniken. Game Balancing. Puzzles und Rätsel. Interessenkurven. Indirekte Kontrolle. Gestaltung virtueller Welten, spannender Stories und interessanter Charaktere. Spielräume. Ästhetik. User Interfaces. Dokumentation und Projektmanagement in der Spieleentwicklung. Spieletests. Einschätzung technologischer Trends

Software für Animation Design I 2D / 3D**6 cp**

Geschichte und Entwicklung der Animation: Zeichentrick, Legetrick, Claymation, Filmtricks, Digitale Animation. Unterscheidung zwischen professioneller High End- Animation und Motion Design; 2D- und 3D-Animation, Mischformen. Animation auf und für iPad und Mobile: Herausforderungen und Limits. Vorstellung wichtiger Programme: Adobe Premiere, After Effects, Final Cut Pro, Animate, XD, Apple Final Cut Pro, Motion, Sketch, Principle, Toonz. Kurzer Abriss über die High End-Animation: Nuke, Natron, Flame. Da Vinci Resolve (Farbkorrektur). Praktischer Teil: A. Einfache Anwendungen und Übungen ausgewählter Programme. B. Erstellung einer mittelkomplexen 2D-Animation in Kombination unterschiedlicher Software: Konzeption, Ideenfindung und Storyboarding, Wahl der geeigneten Software und Produktionsplan, Erstellen der Objekte, Compositing, Rendering, Edit, Postproduktion, Audio

Projekt: KI I**6 cp**

Projektplanung und Entwurf: Projektdefinition und Zielsetzung, Konzeption und Planung eines praxisorientierten Designprojekts mit KI-Unterstützung, Rekapitulation von Gestaltungsgrundlagen und Anwendung im Rahmen der Projektkonzeption, Gestaltungsentwurf, Prototypenentwicklung, Design Thinking und Ideenfindung. Design mit KI: Einsatz von KI-gestützten Tools zur Unterstützung des kreativen Prozesses, Überblick geeigneter Applikationen, Grundlagen KI-Technologien, Reflexion über ethische Implikationen und Potenziale von KI im Designkontext. Umsetzung und Auswertung: Kollaborative Arbeitsformen über digitale Plattformen, Kommunikationsfähigkeit und Teamarbeit, Prozessdokumentation und Reflexion der eingesetzten Methoden und Tools, Analyse des Projektergebnisses und Einordnung der kreativen Leistung, Bewertung des KI-Beitrags zum Projekterfolg

Projekt: Digital Design**6 cp**

Einführung in das digitale Design. Entstehung und Entwicklung der digitalen Medien. Digital Content Basics. Digitale Medien, Social Media Formate und deren Spezifikationen. Onlinestrategien. Der Mediamix – Unterschiedliche Kanäle richtig nutzen. Content-Strategie, Layout, Generierung und Einbinden von Inhalten. Software, technische Anforderungen, Workflow. Gestaltung einer Kampagne von BannerAds; statisch und dynamisch. Konzeption und Ausarbeitung eines Onlineauftritts: Bedarfsanalyse und Strategie, Erstellung einer Sitemap, Festlegen der Elemente, Programmierung, Detailliertes Ausgestalten der Website. Konzeption einer Social Media



Eine Hochschule der Klett Gruppe

Wilhelm Büchner Hochschule
Hilpertstraße 31, 64295 Darmstadt

☎ 06151 3842-404
(Mo.-Fr. 8:00 bis 19:00 Uhr)

✉ beratung@wb-fernstudium.de

🌐 www.wb-fernstudium.de



Folgen Sie uns auf



Kampagne: Bedarfsanalyse und Content-Strategie, Konzept und Kreation, Wahl der Kanäle und Definition ihrer Aufgaben im Media-mix, Ausarbeitung und Gestaltung des Contents.

UI / UX-Design

6 cp

A. Theorieteil: Allgemeine Ansprüche und Gestaltungsprobleme an der Schnittstelle Mensch/Maschine; analog oder digital. Schnittstellengestaltung am Computer und rechnerbasierten Interaktionssystemen(GUI, Interfacedesign). Beispielhafte Anwendungen: Kommunikationstechnik (Computer, Smartphones), Mobilität (Auto, ÖPNV), Smart Homes, Industrie (Bedienung und Überwachung von Maschinen). Design als Element der Kommunikation zwischen Mensch und Maschine, z. B. Text, Bild, Haptik, Akustik, (Interaction-design). Responsive Interface, Design, Layouts und Rastersysteme, Visuelle Hierarchie, Typographie, Farbhierarchie, Animation. A/B Tests und Iterationsschleifen, Logik, Funktion und Einsatz, selbst-erklärender technischer Elemente durch anwendungsorientiertes Design. Anwendungsorientiertes Design als Beitrag zum Produkt-erlebnis: aus Sicht des Anwenders, aus Sicht des Marketings. Technische Grundlagen, Tools und relevante Software.

B. Praktischer Teil: Die Studierenden gestalten drei verschiedene exemplarische Mensch- Maschine-Interaktionen: App, Webanwendung, Bedienoberfläche einer Maschine. Jeweils mit Research, Analyse, Konzept, Wireframe und finalem Entwurf. Einarbeitung von Feedback. Dokumentation der Entwürfe. Finale Präsentation durch Erklärvideo, Storyboard, Prototyp etc.

Motion Design

6 cp

Theorieteil: Anwendung filmischer Prinzipien auf statisch konzipierte Gestaltungselemente: kommunikative Grenzen und Chancen. Die Pioniere des Motion Designs im Film des 20. Jh.: Walter Ruttmann (Opus I, Opus II); Saul Bass (Gestaltung Titelsequenzen Spielfilm); John Whitney (Gründer Motion Graphics, Mitarbeit A. Hitchcock). Einsatzgebiete Motion Design: Unterhaltung, Bildung, Information, Werbung. Motion Design heute: Digitale Medien, Online Publishing, Social Media. Praktischer Teil: Wahl der jeweils richtigen Software. Fotos, Illustrationen und Schriften zum Laufen bringen: Technische Grundlagen für die einfache Animation (Basis: Fototechnik, Filmtechnik). Computergestütztes Motion Design: Gängige Softwarepakete (Maya, 3D Studio Max, After Effect). Übungen wie einfache animierte Infographiken, Erklärvideos, Type in Motion

Projekt: KI II

6 cp

Projektstrategie und Planung: Konzeption und Umsetzung eines praxisorientierten Designprojekts unter Verwendung von KI-Materialien und KI-Werkzeugen, Entwicklung einer Projektstrategie (Recherche, Zielanalyse, Workflow-Konzept, Nutzungsszenario, User Experience), Projektplanung. Umsetzung mit KI-Tools: Einsatz von KI-gestützten Tools zur Unterstützung des kreativen Prozesses, Anwendung geeigneter KI-Applikationen, rechtliche Rahmenbedingungen des KI-Einsatzes, iterative Prototypenentwicklung als Designmethode. Analyse und Dokumentation: Dokumentation des Arbeitsprozesses und Reflexion der Ergebnisse, Methoden zur Erfolgskontrolle von Designprojekten, Analyse des Potenzials von KI-Werkzeugen im Kreativbereich

Vertiefung

Werbung und Kampagnenentwicklung

Geschichte der Werbung

6 cp

Definition von Werbung; Frühe Erscheinungsformen seit der Antike. 19. Jhd.: Die ersten Werbeagenturen entstehen in den USA als Mediaagentur mit angeschlossenem Grafikstudio. Die kreative Revolution der 60er Jahre. DDB, George Louis, Y&R. Die Klassiker: VW Beetle, Avis – We try harder. Esso – Tiger im Tank, Marlboro, Howard Gossage – Pink Air. Fachjargon: Testimonials, Jingles, Side by Side, Produkt- Demo, Cola Wars. 80er Jahre: Professionalisierung, Hedonismus, Lifestyle (Jean Paul Goude, „Egoist“-Spot). Persönlichkeiten: Sir John Hegarty, Bill Bernbach, Leo Burnett, David Ogilvy, Konstantin Jacoby, Jean-Remy von Matt, David Droga, Alex Bogusky. Moderne Klassiker: Nike, Levis, Mercedes, The Economist. Die Digitale Revolution: Internet, Mobile, Social. Unendliche Möglichkeiten. Gegenwart und Zukunft: Influencer, Data Driven Marketing und Re-Targeting

Kampagnenentwicklung

6 cp

Theorieteil: Grundlagen Strategische Planung in der Kommunikation. Kampagnenentwicklung (Kreativtechniken, Ideenskizzen, Roh- und Feinlayout, Storytelling). Feedbackschleifen. Kampagnen-Mechaniken (Von der Einzelidee zur Serie; Best-Cases). Praxisteil: Charettes: Schnelle Gruppenübungen zur Ideenfindung. Kreation einer Kommunikationskampagne inklusive strategischer Herleitung und Präsentation mit Beispielen von mindestens vier medien-



Eine Hochschule der Klett Gruppe

Wilhelm Büchner Hochschule
Hilpertstraße 31, 64295 Darmstadt

☎ 06151 3842-404
(Mo.-Fr. 8:00 bis 19:00 Uhr)

✉ beratung@wb-fernstudium.de
🌐 www.wb-fernstudium.de



ACQUIN
Akkreditierungs-
Certifizierungs- und
Qualitätssicherungs-
Institut



Folgen Sie uns auf



übergreifenden Umsetzungen: zentraler Gedanke des Briefings und Ansatz der Strategie, zentrale Kampagnen-Idee, Umsetzung in mindestens vier spezifischen Medien mit jeweils mehreren Motiven, Präsentation

Projekt: Advertising

6 cp

Entwicklung von unterschiedlichen kommerziell orientierten Designprojekten unter Praxisbedingungen. Festlegung der Aufgabenstellung zusammen mit dem/der Lehrbeauftragten. Erstellung eines Projektplans und konsequente Einhaltung der Schritte und des Timings im Projektmanagement. Zwischenpräsentationen, Feedbackschleifen und Optimierungsschritte. Rebriefings und Einarbeiten von Feedback. Finale Präsentation. Aufgaben: Plakatkampagne für ein Unternehmen oder eine Organisation. Drei alternative Routen mit je mindestens drei Motiven. Social Media Kampagne in mindestens drei verschiedenen Kanälen. Social Media Strategie, Layout, Content. Kommunikationskampagne. Drei unterschiedliche Ansätze mit je mindestens drei Motiven. Medienübergreifend für mindestens drei verschiedene Medien (On- und Offline)

Vertiefung Spielen und Lernen

Lern- und Spielepädagogik

6 cp

Pädagogik: Historischer Überblick, Disziplinen, Begriffe. Grundständige Lernmethoden und lerntechnische Maßnahmen. Wissensvermittlung / Unterrichtsmethoden (Auswahl): Lernen durch Lehren; Differenzierung; Mehrdimensionales Lernen. Lernerfolgskontrolle: Formen und Methoden; Wissensbestände ermitteln und bewerten. Digital unterstützte Lernformen: Game Based Learning; Blended Learning / E-Learning. E-Learning: Theoretische Grundlagen, begriffliche Einordnung; methodische Ansätze; Analyse von Beispielen. Edutainment: Konzept, Abgrenzung; Analyse von Beispielen. Game-Based-Learning: Theoretische Grundlagen, begriffliche Einordnung, Analoge und digitale Formate, Experimente mit Beispielen / Plattformen. Gamification: Überblick; Anwendungsgebiete. Frameworks, Bibliotheken, Software (u. a. h5p)

Serious Games – Anwendungen

6 cp

Besonderheiten von Serious Games im Kontext von Game Design und als Bildungsmaßnahme. Anwendungsfelder für Serious Games in Industrie, Wissenschaft, Gesundheit, Bildung, Kultur, Politik und Personalentwicklung. Best Practices. Unterschiede beim spielerischen

Lernen zwischen Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen. Identifizieren und Ansprechen von Zielgruppen. Übersicht und Eigenschaften von Anwendungsplattformen für Serious Games. Pädagogische Design Methoden zum Transportieren, Erlernen und Verinnerlichen von Inhalten

Projekt: Serious Games

6 cp

Definition einer mittelkomplexen praxisnahen Aufgabenstellung aus dem Bereich der Serious Games zusammen mit einer Lehrperson. Konzeption und Ideenentwicklung. Wahl der geeigneten Mittel und Software-Tools. Entwicklung eines Projektplans mit Feedback-Schleifen. Umsetzung der entwickelten Konzeption im Rahmen eines einfachen Serious Games. Projektmanagement und begleitende Dokumentation. Analyse des Projekts, Möglichkeiten zur Weiterentwicklung

Vertiefung Entrepreneurship

Entrepreneurship

6 cp

Grundlagen Entrepreneurship (Bedeutung und Charakteristika von Gründungen für Volkswirtschaft und Unternehmen; Unternehmensdynamik in D / EU); Erscheinungsformen von Entrepreneurship und Intrapreneurship). Soft Skills von Entrepreneuren (Aus Rückschlägen lernen und stärker werden; Thinking Big; Arbeite an dem Unternehmen, nicht im Unternehmen), Technologien adaptieren und Potenzial für Innovationen erkennen. Möglichkeiten entdecken, Ideen kreieren und bewerten (Chancen finden und Ideen generieren; Instrumente/Methoden; Neue Märkte erschließen und entwickeln; kombinierte Geschäftsfeld-, Wettbewerbs- und Industrieanalyse). Geschäftsmodelle entwickeln und Machbarkeit überprüfen (Business Canvas; St. Galler Business Model Navigator; Schlechte Geschäftsmodelle sofort wieder einstellen). Businessplan Erstellung (Warum ein Businessplan nichts bringt; Warum man trotzdem einen schreiben sollte; Inhalte; Checkliste). Etablierungsphase / Seedphase (Prototyp / Alpha-Kunde; Formale Gründung; Geschäftseröffnung; Ein bestehendes Unternehmen übernehmen; Joint Venture)

Management von Innovationsideen

6 cp

Quellen von Innovationsideen und ihre Nutzung. Grundlagen und Gliederung der Kreativitätstechniken. Eventuelle Behinderungen der Kreativität Ideenfindungs-Workshops. Assoziationstechniken



Eine Hochschule der Klett Gruppe

Wilhelm Büchner Hochschule
Hilpertstraße 31, 64295 Darmstadt

☎ 06151 3842-404
(Mo.-Fr. 8:00 bis 19:00 Uhr)

✉ beratung@wb-fernstudium.de
🌐 www.wb-fernstudium.de



ACQUIN
Akkreditierungs-,
Certifizierungs- und
Qualitätssicherungs-
Institut



Folgen Sie uns auf



Konfrontationstechniken. Konfigurationstechniken. Prinzipien der Ideenbewertung und -auswahl. Bewertungsmethoden. Ideen- und Veränderungsmanagement

Projekt: Entrepreneurship

6 cp

Erstellung eines Businessplans. Dokumentation des Businessplans. Ergebnispräsentation und Verteidigung

Wahlpflichtbereich (Sie wählen 2 von 8 Modulen)

Human Centered Design

6 cp

Die Ursprünge des HCD-Ansatzes in der Informationstechnologie. Abgrenzung gegen vergleichbare Modelle („Design Thinking“, „User Experience“). Was will der Kunde? Wie man als Designer Kundenwünsche ermittelt (Marktforschung, Anwenderinterviews). Beispiele für die praktische Anwendung und Übertragbarkeit des HCD-Modells im Industriedesign. Nutzen des HCD-Ansatzes für die unternehmerische Produktpolitik und als Differenzierungsmerkmal im Marketing. Nachhaltigkeitskonzepte als Erfolgskriterium bei der Umsetzung von HCD-Modellen. Konzeption eines Produkts nach dem HCD-Ansatz

Markenführung und Theorie der Marke

6 cp

Theorie der Entstehung und Entwicklung von Marken; Differenzierung Produkt vs. Marke. Modelle der Marken-Entwicklung und Marken-Führung. Marken als zentraler Unternehmensbestandteil. Bewertung und Bedeutung von Marken im betriebs- und volkswirtschaftlichen Kontext. Multisensorische Markenführung. Bedeutung von CD und Verpackungsdesign. Marktforschung und ihre Rolle. Spezielle Anforderungen an Marken im „digitalen Universum“. Besonderheiten internationaler Marken-Entwicklung und -Führung. Genese der Marke: Bildern und Symbole als Zeichen für den Besitz an einer Sache, als Herkunftszeichen und als Herstellerzeichen. Juristischer Markenbegriff: Die Verrechtlichung der Marke in der Industriegesellschaft. Wirtschaftswissenschaftlicher Markenbegriff: Marken als Element der Wertschöpfung und Identifikationsmerkmal. Nutzen und Funktionen der Marke: Kommunikation, Psychologie, Ökonomie. Marken aus Sicht der Nachfrager im Markt: Marke als Meme. Marke aus Sicht der Anbieter im Markt: Markenstrategie und -gestaltung. „Die Marke in den Köpfen“: Marken als semantisches und semiotisches Konstrukt

Recht und Beruf

6 cp

Der:die Designer:in als Unternehmer:in: Freiberufler oder Unternehmer. Erstellung und Validierung eines Businessplans. Positionierung im Markt, Neugeschäft und Eigenwerbung. Förderungsmöglichkeiten für Existenzgründer. Gewerbe anmelden, Freelancer, Mitarbeiter anstellen. Mitgliedschaft in Berufs- und Wirtschaftsverbänden (BDG, IHK). Steuern und Rücklagen. Unfall-, Rechtsschutz-, Berufshaftpflicht- und Arbeitsunfähigkeitsversicherung. Rente und Künstlersozialkasse. Designleistungen kalkulieren; Rechnungs- und Mahnwesen; Verträge. Projektmanagement und Büroorganisation. Marken-, Urheber- und Persönlichkeitsrecht: Juristische Definitionen: Wer ist Urheber? Was ist eine Marke? Wer und was ist durch die Persönlichkeitsrechte geschützt? Schutzzfähige Schöpfungen im Sinne des Urheberrechts: Texte, Bilder, physikalische Objekte, immaterielle Objekte. Nutzungs- und Verwertungsrechte; Institutionen und Vergütungssysteme: GEMA, VG WORT, VG Bild und Kunst; Tantiemen, Lizenzen. Rechte des Urhebers, Sicherung und Durchsetzung dieser Rechte. Urheber- (UrhG) und Designrecht (DesignG) als Persönlichkeitsrecht. Persönlichkeitsrecht vs. Meinungsfreiheit, Kunstfreiheit, Informationsfreiheit (Medien, insbes. Internet). Die Bedeutung des Persönlichkeitsrechts für die professionell ausgeführte schöpferische Arbeit als Designer (Recht am eigenen Bild, Zitate, Parodie, Model-Release, Arbeitnehmerschöpfung). Markenrecht für Konsum- und Investitionsgüter, sowie im Dienstleistungssektor

KI-Anwendungen und Ethik

6 cp

Grundlagen der Ethik: Normative, deskriptive und angewandte Ethik, Maschinenethik und Robotergesetze. Ethische Herausforderungen beim KI-Einsatz: Fairness und Diskriminierung, Transparenz und Erklärbarkeit, Privatsphäre und Datenschutz, soziale Auswirkungen. Anwendungsfälle von Ethik in KI: Autonomes Fahren, autonome Waffensysteme, KI in der Privatsphäre (Gesichtserkennung, Überwachung), KI im Gesundheitswesen, KI im Bildungssektor

Design Research

6 cp

Vermittlung von Grundlagen der wissenschaftlichen und artistischen (Design-) Forschung inklusive historischem Kontext. Vorstellung verschiedenster Design Research Tools und Prozesse von empirischer sozialwissenschaftlicher Forschung (quantitativ und qualitativ, Umfragen, Interviews, Fokusgruppen etc.) über Action Research (teilnehmende Beobachtung, Design Ethnography, Design Anthropology, Cultural Probes etc.) hin zu Technologie- und Material- oder Marktforschung und ökologischen Analysen wie



Eine Hochschule der Klett Gruppe

Wilhelm Büchner Hochschule
Hilpertstraße 31, 64295 Darmstadt

☎ 06151 3842-404
(Mo.-Fr. 8:00 bis 19:00 Uhr)

✉ beratung@wb-fernstudium.de

🌐 www.wb-fernstudium.de



ACQUIN
Akkreditierungs-
Certifizierungs- und
Qualitätssicherungs-
Institut



Folgen Sie uns auf



Ökobilanzen oder qualitativen Checklisten. Tiefergehende Analyse und Beschreibung einiger ausgewählter Researchmethoden durch die Studierenden in Form eines Referats / Anwendungsguides. Anwendung einiger Researchmethoden durch die Studierenden in einem beispielhaften Designprojekt, inklusive Formulierung einer Ausgangsfrage oder -these, Erstellung Researchplan, Auswahl Researchtools, Durchführung Research, Auswertung der Ergebnisse, Dokumentation von Prozess und Ergebnissen

Grundlagen Wirtschaft und Marketing

6 cp

Betriebswirtschaftliche Grundlagen: Absatz / Marketing, Beschaffung / Logistik, Produktion, Finanzwirtschaft. Rechnungswesen und Controlling. Investition und Finanzierung. Theorien und Strategien des digitalen Marketing

Analoge Spiele

6 cp

Mediumspezifische Designtheorie. Erlernen von häufig verwendeten Mechaniken. Dichotomie zwischen Mechanik und Thematik. Analyse von Brett- und Kartenspielen. Praktische Design-Übungen. Konzeption und Iteration. Wahrscheinlichkeiten und Zufall. Illustration und Komponentendesign. Erzählung und Erzählmethoden

Interkulturelle Kommunikation

6 cp

Language and society, Culture and Communication. Language, meaning, and cultural pragmatics. Cultural Patterns. Differences in World Views and Religions. Hofstede's Value Dimensions. Hall's Cultural Characteristics. The GLOBE Dimensions and Cultural Characteristics. Cultural Identity and Intercultural Communication Barriers. Verbal and Non-verbal Intercultural Differences. Negotiating intercultural. Effective Intercultural Communication and Global Leadership Competence

Berufspraktische Phase und Bachelor Prüfung

Berufspraktische Phase

18 cp

Im Verlauf der BPP bearbeiten die Studierenden in einem Betrieb ein konkretes Projekt, das aus dem ingenieurwissenschaftlichen oder auch aus dem nichttechnischen Bereich stammen kann. Die Studierenden sollen Aufbau und Funktion betrieblicher Systeme kennen lernen sowie Einsichten in die funktionalen Zusammenhänge moderner Arbeitsverfahren, z.B. Produktions- und Montageprozesse, gewinnen.

Thesis inkl. Kolloquium

12 cp

Im Rahmen der Bachelorarbeit werden i. d. R. anspruchsvolle Gestaltungsprojekte und / oder eine wissenschaftlich fundierte Konzeptarbeit durchgeführt. Präsentation zur Abschlussarbeit mit anschließender mündlicher Prüfung.



Eine Hochschule der Klett Gruppe

Wilhelm Büchner Hochschule
Hilpertstraße 31, 64295 Darmstadt

☎ 06151 3842-404
(Mo.-Fr. 8:00 bis 19:00 Uhr)

✉ beratung@wb-fernstudium.de
🌐 www.wb-fernstudium.de



Folgen Sie uns auf

