



Nr: MD 1	Pflichtmodul: Grundlagen des Designs	Sprache: Deutsch		Credits: 8	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 1	
		Workload: 240 Std.		Prüfungsform: Projekt	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 90 Std.	Selbststudium: 150 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Formenlehre / Semiotik		Prof. Klaus Düwal		V + Ü	3
Entwurf und Gestaltung		Prof. Klaus Düwal		V + Ü	3
Methoden der Kreativität		Dipl.-Des. Berit Andronis		V + Ü	3
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Formenlehre / Semiotik					
Die Studierenden erlernen das Basiswissen zu Wahrnehmung, Farben- und Formenlehre sowie künstlerischen Techniken, das zum Verständnis von Kunst und Design, zu ihrer Entstehung und Wirkung nötig ist. Darstellung, Gebrauch und Nutzen von Zeichen/Zeichensystemen in der Gesellschaft werden so nachvollziehbar und für die eigene kreative Auseinandersetzung abrufbar. Darüber hinaus werden die Studierenden mit den wissenschaftlichen Theorien, u.a. von Charles Sanders Peirce und Ferdinand de Saussure, vertraut, deren Auffassungen zur sozialen Wirkung und Nutzung von Zeichen.					
Entwurf und Gestaltung					
Die Grundlagen der Gestaltung werden trainiert, d.h. insbesondere, Gestaltungskonzepte und deren Umsetzung sind zu entwickeln. Das kreative Gestalten erfolgt manuell mit analogen Medien. Studierende erfahren eine Förderung der Kreativität auf der Basis von handwerklichem Können und dem Erwerb von designtheoretischen Kenntnissen. Sie erlernen die methodisch stringente Entwicklung kreativer Prozesse und deren Umsetzung mittels Entwurf, Konzeption und Visualisierung, um sich selbst als Gestalter bewusst zu definieren.					
Methoden der Kreativität					
Das individuelle kreative Verhalten der Studierenden wird durch das Erlernen und den Einsatz von unterschiedlichen Kreativitätstechniken gesteigert. Die grundlegenden Bedingungen für ein kreatives Arbeiten sind bekannt sowie die Möglichkeiten der Steigerung von Kreativität. Intuitiv-kreative Methoden und systematisch-analytische Methoden werden den Studierenden vermittelt.					
Inhalte					
Formenlehre / Semiotik					
Der Weg von einer künstlerischen Idee zu einer anwendbaren Medienproduktion setzt die Auseinandersetzung mit visueller Wahrnehmung und Gestaltung voraus. Die klassische Farben- und Formenlehre sowie die Semiotik als wissenschaftliche Lehre der Zeichen/Zeichensysteme aller Art dienen als fundamentale Grundlage. Die Semiotik beschäftigt sich dabei mit der Darstellung, Entwicklung, dem Gebrauch und Nutzen von Zeichen/Zeichensystemen in der Gesellschaft. In der darstellenden und angewandten kreativen Auseinandersetzung sind sie fundamentale Instrumente der Verständigung: ob als Icon im Web-Design oder als Piktogramm im Alltag – Zeichen, in diesem Fall gestalterische Abkürzungselemente, bestimmen die ästhetischen Normen, denen auch jegliches Design im Bereich					

Medien unterliegt. Praktische Übungen werden im Rahmen der Lehrveranstaltung durch wissenschaftliche Theorien, u.a. von Charles Sanders Peirce und Ferdinand de Saussure, unterlegt.

Entwurf und Gestaltung

Die Fähigkeit, schnell kreative Ideen zu generieren und visualisieren zu können, gehört zur Praxis des Designs. Gerade bei Kundenpräsentationen eine (alternative) Idee oder ein Thema darstellen zu können, kann beeindrucken. Wichtig ist es in diesem Kontext für den Designer, eine eigene Bildsprache zu entwickeln sowie die Wahrnehmung für andere Bildsprachen zu sensibilisieren. Stehgreifentwürfe zu unterschiedlichen Themen sollen diese Fähigkeiten trainieren. Vor allem Scribbles, Collagen, Fotografien oder deren Kombination sind Techniken, die eine solche Visualisierung ermöglichen.

Methoden der Kreativität

Die Fähigkeit kreative Ideen entwickeln zu können, ist zwar ein zentrales Merkmal des Designs, doch genügt es nicht das analytisch-rationale Denken zu benutzen und aus Erfahrungen linear zu extrapolieren. Kreative Persönlichkeiten müssen lernen ihre Vision, Imagination und Intuition einzusetzen, um ihre Kreativität entfalten zu können. Unter Einsatz von Kreativitätstechniken soll die Wahrnehmung sensibilisiert und die systematische Ideenfindung gefördert werden. Mit Stehgreifentwürfen, verschiedenen Situationen und Beispielen soll der Einsatz der Methoden trainiert werden.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Formenlehre / Semiotik

Buether, Axel: Die Bildung der räumlich-visuellen Kompetenz: neurobiologische Grundlagen für die methodische Förderung der anschaulichen Wahrnehmung, Vorstellung und Darstellung im Gestaltungs- und Kommunikationsprozess. Halle/Saale 2010

Düchting, Hajo: Grundlagen der künstlerischen Gestaltung: Wahrnehmung, Farben- und Formenlehre, Techniken. Köln 2008²

Mersch, Dieter (Hg.): Zeichen über Zeichen : Texte zur Semiotik von Charles Sanders Peirce bis zu Umberto Eco und Jacques Derrida. München 1998

Nöth, Winfried: Handbuch der Semiotik. Stuttgart/Weimar 2000²

Posner, Roland/Robering, Klaus/Sebeok, Thomas A. (Hg.): Semiotik / Semiotics: Ein Handbuch zu den zeichentheoretischen Grundlagen von Natur und Kultur (4 Bände). Berlin u.a. 1997–2004

Entwurf und Gestaltung

Backerra, Hendrik/Malorny, Christian/Schwarz, Wolfgang: Kreativitätstechniken: kreative Prozesse anstoßen, Innovationen fördern. München 2007³

Krisztian, Gregor/ Schlempp-Ülker, Nesrin: Ideen visualisieren: Scribble, Layout, Storyboard. Mainz 2006⁵

Kroeber-Riel, Werner: Bildkommunikation – Imagerystrategien für die Werbung. München 1996

Methoden der Kreativität

De Bono, Edward: De Bonos neue Denkschule: kreativer denken, effektiver arbeiten, mehr erreichen. Heidelberg 2009³

Knieß, Michael: Kreativitätstechniken: Möglichkeiten und Übungen. München 2006

Krisztian, Gregor/ Schlempp-Ülker, Nesrin: Ideen visualisieren: Scribble, Layout, Storyboard. Mainz 2006⁵

Pricken, Mario/Klell, Christine: Visuelle Kreativität: Kreativitätstechniken für neue Bildwelten in Werbung, 3-D-Animation & Computergames. Mainz 2004²

Pricken, Mario: Kribbeln im Kopf: Kreativitätstechniken & Brain-Tools für Werbung & Design. Mainz 2010¹¹



--





Nr: MD 2	Pflichtmodul: Narrativität und Design	Sprache: Deutsch		Credits: 8	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 1	
		Workload: 240 Std.		Prüfungsform: Projekt	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 90 Std.	Selbststudium: 150 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Fotografie		LA Druwe/Polastri		V + Ü	3
Illustration		Prof. Klaus Düwal		V + Ü	3
Erzähltheorie		Prof. Wutka		V + Ü	3
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Fotografie Im Vordergrund dieser einführenden Lehrveranstaltung in die Fotografie steht das Erlernen der grundlegenden gestalterischen und technischen Prinzipien der analogen und digitalen Fotografie und deren Möglichkeiten in Bezug auf Konzeption, Komposition, Lichtgestaltung, Kameratechnik und Nachbearbeitung im digitalen Umfeld.					
Illustration Die Erfahrungen der Studierenden mit Komposition, Form, Rhythmus, Perspektive und Kontrasten werden gefördert und vertieft, die ein wichtiges gestalterisches Fundament im Bereich Design bilden. Zeichnerische Kompetenzen sind auch im Zeitalter gestalterischer Software wichtig und sollen mittels praktischer, analoger Übungen trainiert werden. Darüber hinaus lernen die Studierenden heutige Illustrationen in den historischen Kontext einzubetten, ihre Wirkung zu beschreiben und ihre Intention zu analysieren.					
Erzähltheorie Die Studierenden erlernen anhand von theoretischen Analysemodellen Erzählungen zu begreifen und zu klassifizieren, welches insbesondere bei der Herstellung heutiger erzählender Medien, wie z.B. Film, Werbung oder Games, von fundamentaler Bedeutung ist. Dargestellt anhand ausgewählter Beispiele, versetzt die Kenntnis von den unterschiedlichen Einsatzmöglichkeiten von Erzählschemata hinsichtlich Zeit, Modus, Fiktionalität, etc. die Studierenden in die Lage, mittels dieser Parameter eigenen Projekten erzählerische Dichte, Tiefe, Spannung, etc. zu verleihen. Ziel ist es somit, dass sie das theoretische Wissen von Einsatz und Wirkung erzähltheoretischer Aspekte bewusst als künstlerische Stilmittel einsetzen lernen.					
Inhalte					
Fotografie In der Fotogeschichte, die als Theorie der Fotografie verstanden wird, werden entwicklungsgeschichtliche, soziologische, kunstgeschichtliche u. ä. Aspekte der Fotografie angesprochen. Einen großen Stellenwert haben auch die theoretischen Informationen zur drucktechnischen (digitalen) Weiterverarbeitung von analogen und digitalen Bildern (Scannen, Bildbearbeitung, Ausdrucken, Plotten). Darüber hinaus steht das Entwickeln von Bildkonzepten mit fotografischen Mitteln und der künstlerisch-gestalterische Umgang mit dem Medium Fotografie im Vordergrund. Von technischer Seite erfolgt eine Einführung in die verschiedenen Formate und Kamerakonzepte, wie					

Großbild, Mittelformat, Kleinbild, Digitalfotografie, S/W Fotografie. Die Lichttechnik im Zusammenhang mit Blitzanlagen/Studioteknik und die Weiterverarbeitung von digitalen Bildern bilden weitere Schwerpunkte.

Illustration

Wie keine andere Disziplin setzt sich das Design mit Illustrationen, seien sie analog oder digital hergestellt, auseinander. Insbesondere die gewerbliche Illustration – Werbung für Zeitungen/Zeitschriften und/oder Websites – gewinnt immer stärker an Bedeutung. In ihren Ursprüngen weniger als Vervielfältigungstechnik als vielmehr als künstlerisch-gestalterisches Instrument verstanden, gilt die Illustration bis heute als ein (oft humorvolles) Mittel zur komprimierten Veranschaulichung spezieller Sachverhalte. Eingebettet in den historischen Kontext der Geschichte der Illustration von ihren Anfängen – Höhlenmalerei, Buchmalerei im Mittelalter – bis in die heutige Zeit der Informationsgrafik, sollen praktische Übungen die zeichnerische Kompetenz der Studierenden medienadäquat erweitern.

Erzähltheorie

Die Erzähltheorie setzt sich mit jeglicher Art erzählender Texte auseinander, seien es historische Romane oder Gedichte, international bedeutende Filmproduktionen, Zeitungsartikel oder Interviews. Die Beschäftigung mit der Analyse von Erzählungen dient dabei nicht als Selbstzweck, sondern zum tieferen Verständnis und Erkenntnisgewinn, wie Medien „im Zeitalter der technischen Reproduzierbarkeit (nach W. Benjamin) strukturell aufgebaut werden können, um ihre beabsichtigte Wirkung und Intention vollends zu entfalten. Die Analyse aktueller Beispiele aus der (filmischen) Praxis wird begleitet durch theoretische Analysemodelle von Gerard Genette bis Paul Ricoeur.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Fotografie

Freeman, Michael: Der fotografische Blick: Bildkomposition und Gestaltung. München 2007

Freeman, Michael/Baeseler, Frank/Gomm, Maik-Felix: Digital fotografieren 009/ Licht und Beleuchtung: Kunst- und Tageslicht, Beleuchtungstechnik, Bilder gestalten. München 2006

Frizot, Michel: Neue Geschichte der Fotografie. Köln 1998

Kelby, Scott: Digitale Fotografie. München 2008

Kraus, Helmut/Padeste, Romano: Digitale Highend-Fotografie: Grundlagen und Werkzeuge der professionellen Digitalfotografie. Heidelberg 2005²

Merz, Reinhard/Stechl, Karl: Licht und Belichtung in der Fotografie. Heidelberg 2009

Roggemann, Hendrik: Entfesselt blitzen - Kreative Fotografie mit Systemblitzen. Bonn 2010

Zimmert, Gerhard/Stipanits, Beate: Bildkomposition und Bildwirkung in der Fotografie. Bonn 2007

Illustration

Buchholz, Goetz: Ratgeber Freie - Kunst und Medien : bildende Kunst, darstellende Kunst, Fernsehen, Film, Grafikdesign, Illustration, Journalismus, Kleinkunst, Lektorat, Literatur, Multimedia, Musik, Online-Medien, Rundfunk, Übersetzung, Webdesign . Hamburg 2002⁶

Laybourne, Kit: Mediapedia: creative tools and techniques for camera, computer, and beyond; digital photography, image editing, type and layout illustration, slide shows, display and distribution, project ideas. Guilford/USA 2009

Schulz-Schaeffer, Reinhard/Mölck-Tassel, Bernd: German New Media Illustration Course; Band 1: Fiction; Band 2: Non Fiction. Hamburg 2008

The Sourcebook of Contemporary Illustration. New York 2009

Erzähltheorie

Albes, Claudia/Saupe, Anja (Hg.): Vom Sinn des Erzählens: Geschichte, Theorie und Didaktik. Frankfurt/Main 2010

Decker, Jan-Oliver: Erzählstile in Literatur und Film. Tübingen 2007

Fries, Regina: Narrative versus spielerische Rezeption? Eine Fallstudie zum interaktiven Film. Wiesbaden 2011, <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-531-92668-1>

Genette, Gerard: Die Erzählung. Paderborn 2010³

Hartmann, Bernd: Literatur, Film und das Computerspiel. Berlin 2004

Hoffmann, Peter: Narrative Realitäten: Informationspräsentation über multimediales, programmiertes Geschichtenerzählen. Aachen 2010

Koch, Gertrud: „Es ist, als ob“: Fiktionalität in Philosophie, Film- und Medienwissenschaft. München 2009

Kuhn, Markus: Filmnarratologie – ein erzähltheoretisches Analysemodell. Berlin 2011

Liptay, Fabienne/Wolf, Yvonne (Hg.): Was stimmt denn jetzt? – unzuverlässiges Erzählen in Literatur und Film. München 2005

Schulz, Armin: Erzähltheorie in mediävistischer Perspektive: ein Handbuch. Berlin 2011

Steinke, Antrhin: Aspekte postmodernen Erzählens im amerikanischen Film. Trier 2007



Nr: MD 3	Pflichtmodul: Medienwissenschaft	Sprache: Deutsch		Credits: 8	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 1	
		Workload: 240 Std.		Prüfungsform: Klausur (90)	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 90 Std.	Selbststudium: 150 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Medientheorie		Prof. Bernhard Wutka		V	2
Mediensoziologie		Prof. Helmut Voullième		V	2
Mediengeschichte		Prof. Helmut Voullième		V	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Medientheorie Studierende lernen die Wirkungsweise von Einzelmedien und Massenmedien generell zu erklären und sie kritisch zu reflektieren. Vor dem Hintergrund von Vergleichen der verschiedenen Medien untereinander lernen sie die intermedialen Wechselwirkungen kennen und die Folgen des Einflusses moderner Medien auf Politik und Gesellschaft beschreiben. Als Argumentationsgrundlage dienen verschiedene medien-theoretische Ansätze, über die die Studierenden während der Vorlesung einen Überblick erhalten. Die Einsicht in Zusammenhänge von Erkenntnisinteressen und Theorien/Methoden der Medienwissenschaften hat darüber hinaus das studienpragmatische Ziel, die Studierenden zu einer Reflexion ihrer eigenen wissenschaftlichen Arbeit hinzuführen.					
Mediensoziologie Studierende lernen sich im soziologischen Kontext der Wechselwirkungen zwischen Medien und Gesellschaft zu verorten. Fragen, welchen Einfluss moderne Medien auf die Form des heutigen gesellschaftlichen Miteinanders haben, wie sie sich langfristig auf die Kommunikation auswirken, werden vertieft, und durch solche ergänzt, die sich z.B. mit dem genderspezifischen Nutzungsverhalten, den Veränderungen in Folge des sozio-/demografischen Wandels, etc. beschäftigen. Ziel ist es, die Studierenden an Fragestellungen heranzuführen, die sie zu kritisch reflektiertem Denken und Handeln im Umgang mit Medien befähigen. Die Kenntnis von theoretischen Denkansätzen der Forschung bildet dabei einen weiteren Baustein zur Reflexion und Bildung des eigenen Verantwortungsbewusstseins.					
Mediengeschichte Studierende erhalten Einblicke in die wichtigsten Entwicklungsmomente der Mediengeschichte. Diese werden nachgezeichnet und mit zentralen Fragestellungen der Medienwissenschaft verknüpft. So lernen sie, wie verschiedene Gesellschaften in kulturhistorischen Prozessen spezifische Medien entwickelt haben. Von großer Bedeutung sind dabei u.a. die Fragen nach der Rolle mediatisierter Öffentlichkeiten bei der Steuerung des gesellschaftlichen Wandels, nach Art und Ausmaß der Beeinflussung der Gesellschaft durch bestimmte Entwicklungen der Medientechnik sowie nach dem Wandel der Mediennutzung im Allgemeinen. Die Rückschau auf historische Tatbestände verbessert darüber hinaus die Bewertung gegenwärtiger medialer Bedingtheiten und schärft den Blick für längst überholt erscheinende Medien, die im künstlerisch-gestalterischen Rahmen wiederentdeckt werden können.					
Inhalte					
Medientheorie Die Rezeption von Medien lässt sich als kulturelle und ästhetische Praxis definieren. Sie stellt einen wichtigen Faktor in der Kommunikation postmoderner Gesellschaften dar. Ausgehend von einer Übersicht über					



die wichtigsten Medientheorien (u.a. Debord) werden vor allem die Modelle der digitalen Medienkommunikation diskutiert. Damit sollen Zusammenhänge von strukturellem Aufbau aktueller Mediengattungen sowie der Konstruktion von spezifischen Wirklichkeiten über Medien deutlich werden.

Mediensoziologie

Die Mediensoziologie beschäftigt sich u.a. mit den Wechselbeziehungen zwischen (Massen-)Medien, Gesellschaft und deren Individuen. Fragen nach Sinn und Einfluss von ihnen auf die Formen gesellschaftlicher Kommunikation stehen im Vordergrund, bestimmen sie doch traditionell das soziale Miteinander, das im Zeitalter der „non-verbale“ Kommunikation via Internet nach anderen Werten und Normen des Umgangs verlangt. Die wissenschaftlich-theoretische Auseinandersetzung setzt die Beschäftigung mit mediensoziologischen Denkansätzen voraus, die zum Verständnis heutiger Mediennutzung sowie des Rezipientenhandelns herangezogen werden. In diesem Zusammenhang werden darüber hinaus auch Chancen und Risiken, Stärken und Schwächen von Medienorganisationen diskutiert.

Mediengeschichte

Ein Verständnis der derzeitigen rasanten Medienentwicklung ist ohne eine fundierte wissenschaftstheoretische Basis nicht möglich. Der Blick zurück in die Anfänge menschlicher Kommunikation bildet die Grundlage jeglicher Auseinandersetzung mit Wandel, Funktionalität und Bedeutung der Medien. Mediengeschichte lässt sich dabei einerseits als empirische Geschichte der Massenmedien und ihrer Inhalte verstehen, andererseits als technikbezogene Geschichte der Verbreitung technischer Apparaturen. Zentrale Fixpunkte sind dabei: Orale Medien, Schrift und Druck, Optische Medien, Akustische Medien, Übertragungsmedien, Speichertechnologien, Netzwerke, interaktive Medien und virtuelle Welten.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Medientheorie

Bublitz, Hannelore: In der Zerstreuung organisiert : Phantasmen und Paradoxien der Massenkultur. Bielefeld 2005

Debord, Guy: Die Gesellschaft des Spektakels. Wien 1999

Hickethier, Knut: Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart 2010²

Hörisch, Jochen: Gott, Geld, Medien: Studien zu den Medien, die die Welt im Innersten zusammenhalten. Frankfurt/Main 2004

Imhof, Kurt u.a.(Hg.): Mediengesellschaft: Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken. Wiesbaden 2004

Kloock, Daniela/Spahr, Angela: Medientheorien: eine Einführung. München 2007³

Krotz, Friedrich. Neue Theorien entwickeln : eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung. Köln 2005

Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien. Wiesbaden 2004³

Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen 1994

Schanze, Helmut (Hg.): Metzler Lexikon Medientheorie, Medienwissenschaft: Ansätze - Personen - Grundbegriffe. Stuttgart 2002

Schulze, Gerhard: Kulissen des Glücks : Streifzüge durch die Eventkultur. Frankfurt/Main 2001

Schmidt, Siegfried J.: Kalte Faszination. Medien-Kultur – Wissenschaft in der Mediengesellschaft. Weilerswist 2000

Siebenhaar, Klaus (Hg.): Medien im 21. Jahrhundert. Theorie – Technologie- Markt. Berlin 2008



Vogel, Matthias: Medien der Vernunft: eine Theorie des Geistes und der Rationalität auf Grundlage einer Theorie der Medien. Frankfurt/Main 2001

Weber, Stefan (Hg.): Theorien der Medien: von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus. Konstanz 2010²

Mediensoziologie

Benjamin, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Drei Studien zur Kunstsoziologie (Nachdruck). Frankfurt/Main 2010¹¹

Castells, Manuel: Die Internet-Galaxie: Internet, Wirtschaft und Gesellschaft. Wiesbaden 2005

Döring, Nicola: Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen 2003²

Hallenberger, Gerd/Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): Neue Kritik der Medienkritik : Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik? Köln 2005

Hepp, Andreas: Netzwerke der Medien: Medienkulturen und Globalisierung. Wiesbaden 2004

Jäckel, Michael (Hg.): Mediensoziologie. Grundfragen und Forschungsfelder. Wiesbaden 2005

Jäckel, Michael: Medienmacht und Gesellschaft: zum Wandel öffentlicher Kommunikation. Frankfurt/Main 2008

Jäckel, Michael: Online-Vergesellschaftung?: Mediensoziologische Perspektiven auf neue Kommunikations-technologien. Wiesbaden 2005

Klimmt, Christoph: Computerspielen als Handlung: Dimensionen und Determinanten des Erlebens interaktiver Unterhaltungsangebote. Köln 2010

Möller, Erik: Die heimliche Medienrevolution: wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern. Hannover 2006²

Neumann-Braun, Klaus (Hg.): Medienkultur und Kulturkritik. Wiesbaden 2002

Neumann-Braun, Klaus/Müller-Doohm, Stefan (Hg.): Medien- und Kommunikationssoziologie: eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien. Weinheim 2000

Winter, Carsten/Thomas, Tanja (Hg.): Medienidentitäten: Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur. Köln 2003

Hepp, Andreas u.a. (Hg.): Globalisierung der Medienkommunikation: eine Einführung. Wiesbaden 2005

Mediengeschichte

Böhn, Andreas/Seidler, Andreas: Mediengeschichte: eine Einführung. Tübingen 2008

Buck, Matthias/Hartling, Florian/Pfau, Sebastian (Hg.) Randgänge der Mediengeschichte. Wiesbaden 2010

Faßler, Manfred/Halbach, Wulf R. (Hg.): Geschichte der Medien. München 1998

Faulstich, Werner: Mediengeschichte: Von den Anfängen bis 1700. Göttingen 2006



Faulstich, Werner: Mediengeschichte: Von 1700 bis ins 3. Jahrtausend Göttingen 2006

Hiebel, Hans H.: Die Medien: Logik - Leistung - Geschichte . München 1998

Hörisch, Jochen: Eine Geschichte der Medien: von der Oblate zum Internet. Stuttgart 2009

Kümmel, Albert/Scholz, Leander/ Schumacher, Eckhard (Hg.): Einführung in die Geschichte der Medien. Stuttgart 2004

Stöber, Rudolf: Mediengeschichte : die Evolution "neuer" Medien von Gutenberg bis Gates - eine Einführung. Band 1: Presse - Telekommunikation; Band 2: Film - Rundfunk - Multimedia. Wiesbaden 2003

Wenzel, Horst: Mediengeschichte vor und nach Gutenberg. Darmstadt 2008²





Nr: MD 4	Pflichtmodul: Handlungskompetenz I	Sprache: Deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 1	
		Workload: 180 Std.		Prüfungsform: Hausarbeit	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 90 Std.	Selbststudium: 90 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Zeit- und Selbstmanagement		Dr. Heike Hümme		V + Ü	3
Rhetorik und Präsentation		Dipl.-Des. Berit Andronis		V + Ü	3
Medientechnologie		Prof. Bernd Wolk		V + Ü	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<i>Zeit- und Selbstmanagement</i> Mit der Bezeichnung „Zeit- und Selbstmanagement“ werden Methoden beschrieben, die der Verbesserung der individuellen Leistungsfähigkeit und Zeitplanung sowohl im studentischen Alltag/Berufsleben als auch in der privaten Freizeit dienen. Die Studierenden lernen aktuelle Techniken kennen, die ihnen helfen, den Überblick zu behalten, Aufgaben effektiv zu erledigen und Zeitdruck abzubauen. Durch systematische Planung und Organisation von Routineaufgaben unter Berücksichtigung des individuellen Arbeitsrhythmus sowie die Integration von unvorhersehbaren Ereignissen werden die Studierenden in die Lage versetzt, ihre Arbeit souverän zu bewältigen. Ziel ist es, durch eine ausgewogene Work-Life-Balance das eigene Optimum an Leistungsfähigkeit ohne motivationshemmende Stresssymptome zu erreichen.					
<i>Rhetorik und Präsentation</i> Studierende werden in den grundlegenden Techniken der Rhetorik geschult. Sie lernen die persönlichen Stärken und Potenziale ihrer eigenen Ausdrucksweise, ihres Redestils und ihres Auftretens kennen. Den Studierenden wird vermittelt, wie mit Sprache Wirkung erzielt wird, wie man überzeugt und wie eine Rede bzw. Präsentation geplant wird.					
<i>Medientechnologie</i> Ziel der Veranstaltung ist das Erlernen der theoretischen Grundlagen und der medientechnischen Verfahrensweisen im Bereich der digitalen Medien. Dabei stehen praxisrelevante Aspekte im Vordergrund. Sie werden von übergeordneten konzeptionellen und mediengeschichtlichen Ansätzen ergänzt. Die Studierenden erhalten so einen Überblick über die aktuellen technologischen Entwicklungen der digitalen Medien und sind mit diesem Wissen in der Lage, die folgenden vertiefenden, theoretischen und praktischen Seminare zu bewältigen.					
Inhalte					
<i>Zeit- und Selbstmanagement</i> Der Kreislauf des Zeit- und Selbstmanagements - Zielsetzung, Organisation, Planung, Realisation, Kontrolle – steht im Mittelpunkt der seminaristischen Veranstaltung, die dem Erkennen von „Zeit als Ressource“ dient. Mittels Persönlichkeits-Checks, die „typengerechte“ Handlungsspielräume (Leistungs-/Störkurven, Zeitfresser) aufzeigen, und operativen Techniken der Zeitplanung (Pareto-Prinzip, ALPEN-Methode, Abc-Analyse, Prioritätensetzung nach dem Eisenhower-Prinzip, To-do-Listen) werden Methoden des Zeit- und Selbstmanagements (u.a. Peter F. Drucker/Management by Objectives; Storch/Zürcher Ressourcen Modell;					



Lothar J. Seiwert/Simplify your life; Stephen Covey/7 habits) erörtert. Selbstmanagement-Fertigkeiten, wie sie innerhalb der kognitiven Verhaltenstherapie (Frederick Kanfer) systematisch Anwendung finden, gilt es vor dem Hintergrund der Folgen zeitlichen Missmanagements zu begreifen und nachhaltig im eigenen Lebensumfeld zu verankern.

Rhetorik und Präsentation

Vorlesung und Übung behandeln in Theorie und Praxis folgende Aspekte: Die Kunst des Redens wird in ihrer historischen Begründung, d.h. in den Ursprüngen und Ausprägungen erläutert. Hieraus werden Grundlagen abgeleitet, die auch heutzutage eine hohe Relevanz haben. Möglichkeiten zur Vorbereitung der Rede und Gliederungshilfen sind Gegenstand des Unterrichts. Aspekte der Sprache, Wortwahl und Redeschmuck werden theoretisch erläutert und im seminaristischen Teil erprobt. Stimme, Atmung, Eutonie, Proxemik werden geschult. Körpersprache und die medial unterstützte Präsentation sind weitere Bereiche, die thematisiert werden.

Medientechnologie

Geschichte der Audiovisuellen Medien - von analog zu digital: Film, Fotografie, Kamera, Trägheit des Auges, Licht-Ton, Schneidetisch, Projektion, Nipkow-Scheibe, Fernsehen, TV-Kameras, Magnetbänder, Funk, Digitale Medien, Entwicklung des Computers, digitale Revolution

Physikalische Grundlagen: Licht, Farbtheorie, Farbtemperatur, Optik, Bildverarbeitung, Ton (Schwingungen, Wellen, Frequenzen, etc.)

Grundlagen der Digitalisierung: Computerbasics, Halbleiter; Binäre Signalverarbeitung; Hardware; Media-Architekturen: Quicktime und AVI

Bildaufnahme: AV-Kameras; Bildformate und -auflösung; C-mos-Technik; Interface-Verfahren; Codecs

Tonaufnahme: Ton- und Mikrofontechnik, Mischpulte, Verstärkertechnik; Aufnahme- und Speicherformate, Bearbeitungsmöglichkeiten von Ton, Kabel, Stecker, etc.

Digitale Montage: Theoretisch-technische Grundlagen des Nonlinearen Editings; Analog-Schnitt vers. Digital-Schnitt; Timecode

Digitale Postproduktionstechnik: Ausgabeformate; Bluescreen/Greenscreen-Technologie; Techniken der Bewegtbildbearbeitung; Prinzipien des Compositings und der digitalen Nachbearbeitung

Datenübertragung und Netzwerktechnik: Speichersysteme; AV und Internet, Medienkonvergenz, Digitale Projektion, Technik und Möglichkeiten der Interaktiven Bewegtbild-Medien

3D und Cyberspace: Tendenzen und technische Grenzen; Medientechnologie der Zukunft; Konvergenz der Medien

Literatur und Arbeitsmaterialien

Zeit- und Selbstmanagement:

Allen, David: Wie ich die Dinge geregelt kriege (Getting things done). Selbstmanagement für den Alltag. München 2009¹⁰

Covey, Stephen R.: Die sieben Wege zur Effektivität. Offenbach 2005

Drucker, Peter F.: Die fünf entscheidenden Fragen des Managements. Weinheim 2009

Drucker, Peter F.: Was ist Management? Das Beste aus 50 Jahren. München 2002

Heister, Werner: Studieren mit Erfolg: Effizientes Lernen und Selbstmanagement in Bachelor-, Master- und Diplomstudiengängen. Stuttgart 2007

Kanfer, F.H./Reinecker, H./ Schmelzer, D.: Selbstmanagement- Therapie: Ein Lehrbuch für die klinische Praxis. Heidelberg 2006⁴



Koeder, Kurt W.: Studienmethodik. Selbstmanagement für Studienanfänger. München 2007⁴

Storch, Maja / Krause, Frank: Selbstmanagement – ressourcenorientiert. Grundlagen und Trainingsmanual für die Arbeit mit dem Zürcher Ressourcen Modell. Bern 2005

Rhetorik und Präsentation

Allhoff, Dieter-W./Allhoff, Waltraud: Rhetorik & Kommunikation. München 2006

Beushausen, Ulla: Sicher und frei reden: Sprechängste erfolgreich abbauen. München 2004²

Hartmann, Martin/Funk, Rüdiger/Nietmann, Horst: Präsentieren: Präsentationen: zielgerichtet und adressatenorientiert. Weinheim 2008⁸

Ottmers, Clemens: Rhetorik. Stuttgart 2007²

Ueding, Gert: Klassische Rhetorik. München 2005⁴

Medientechnologie

Böhringer, Joachim/Bühler, Peter/Schlaich, Patrick: Kompendium der Mediengestaltung: Produktion und Technik für digital- und Printmedien. Berlin/Heidelberg 2003

Dickreiter, Michael: Handbuch der Tonstudioteknik. Band 1-2, München 2008⁷

Holzinger, Andreas: Basiswissen Multimedia. Band 1-3. Würzburg 2002

Kamp, Werner: AV- Mediengestaltung: Grundwissen. Haan-Gruiten 2008

Katz, Bob: Mastering Audio: the art and the science. Amsterdam 2007²

Müller, Arnold Heinrich: Geheimnisse der Filmgestaltung: Montage und Filmgestaltung für Filmer. Berlin 2003

Petrasch, Thomas/Zinke, Joachim: Einführung in die Videofilmproduktion. Leipzig 2003

Raffaseder, Hannes: Audiodesign. München 2010²

Schleicher, Harald/Urban, Alexander (Hg.): Filme machen: Technik, Gestaltung, Kunst; klassisch und digital. Frankfurt 2005

Schmidt, Ulrich: Digitale Film- und Videotechnik. München 2008²

Schmidt, Ulrich: Professionelle Videotechnik. Berlin 2005

Warstat, Michael/Görne,Thomas: Studioteknik: Hintergrund- und Praxiswissen. Aachen 2003⁶

Webers, Johannes: Handbuch der Film- und Videotechnik. Poing 2007⁸





Nr: MD 5	Pflichtmodul: Gestaltungspraxis	Sprache: Deutsch		Credits: 8	
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 2	
		Workload: 240 Std.		Prüfungsform: Projekt	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 90 Std.	Selbststudium: 150 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Grafik-Design		Prof. Klaus Düwal			
Farbgestaltung		Prof. Klaus Düwal			
Objektzeichnen		Prof. Klaus Düwal			
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Grafik-Design Studierende lernen Entwurfs- und Gestaltungsprozesse nachzuempfinden und Antworten auf methodische Fragestellungen bei der Realisierung von gestalterischen Lösungen zu finden. In der praktischen Arbeit wird die Eigeninitiative gefördert und das technische Know-how der analogen wie digitalen Gestaltungsmittel angewandt.					
Farbgestaltung Neben der Vermittlung von gestalterischen Fähigkeiten und Techniken des Farbeinsatzes wird besonderer Wert auf die Förderung von innovativem Denken, Kreativität und Experimentierfreudigkeit gelegt. Einen weiteren Schwerpunkt stellt das Erkennen der daraus resultierenden psychologischen Wirkungen auf Körper und Geist dar, ausgehend vom physikalisch-optischen Farbreiz über die physiognomischen Besonderheiten (Farbvalenz) bis hin zur wahrnehmungsphysiologischen Farbbeimpfung. Die Kenntnis der wissenschaftlich-theoretischen Grundlagen komplettiert das Wissen der Studierenden.					
Objektzeichnen Studierende lernen Einsatzmöglichkeiten, Wirkung und das Erzielen spezifischer Effekte beim Umgang mit unterschiedlichen Zeichengeräten und –methoden kennen. Neben der Vermittlung von Proportionen und damit der überzeugenden Darstellung von Körper und Raum wird besonderer Wert auf die Förderung von innovativem Denken und Ausdruck der eigenen Empfindung gelegt.					
Inhalte					
Grafik-Design Kommunikation ist ohne prägnante Visualisierung machbar, ihr fehlt aber die entscheidende Komponente. Gestalterische Kommunikationslösungen zu entwickeln und eigene Ideen zielgerecht zu visualisieren, bedarf dabei ein hohes Maß an Grundlagenwissen, da Lösungen nicht nur für die klassischen Printmedien – Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Plakate, Karten, etc. – benötigt werden, sondern auch im elektronischen Bereich, sei es für das Internet ganz allgemein oder im Rahmen Mobile Devices, etc.. Aufbauend auf die erworbenen Kenntnisse von Typografie, Illustration und Fotografie werden unter der Fragestellung, welche Mediendienstleistung zu welchem Produkt am besten passt, methodische Kenntnisse vermittelt. In praktischen Anwendungen werden Ideen formuliert und auf ihre sinnvolle wie technisch machbare Realisierbarkeit überprüft.					
Farbgestaltung Neben Formgestaltung und Kompositionslehre ist die Farbgestaltung/-gebung eine weitere wichtige					

Designgrundlage. Praktische Anwendungen zu Wirkung und Wahrnehmung von Farben werden theoretisch untermauert durch die Analyseergebnisse von Goethe (Farblehre/Harmonielehre), Ostwald (physikalisch-chemischer Ansatz seines Farbenatlas) und Küppers (Farbmischgesetz).

Objektzeichnen

In der Darstellung mit Strich und Linie unterscheidet man zwischen elementarem und figürlichem Zeichnen. Zwischen Abstraktion und Realistik werden die Grundlagen und Techniken des freien-inspirativen sowie des räumlich-perspektivischen Zeichnens berücksichtigt. Proportionslehre, Licht- und Schattenwirkung, Schraffuren, der Einsatz unterschiedlicher Zeichenwerkzeuge, wie z.B. Bleistift, Kohle, etc. – all dies sind Möglichkeiten, die die Darstellung von konkreten Objekten oder abstrakten Abbildungen erleichtern helfen und mit denen sehr unterschiedliche Effekte erzielt werden können. Praktische Übungen mit dem Ziel der möglichst freien Entfaltung der eigenen Ideen werden durch das Studium der Geschichte der Zeichnung von ihren Anfängen, in der die Zeichnung eher zu Studien- und Forschungszwecken diente, bis heute, dem Zeitalter der autonomen Zeichnung, d.h. der Zeichnung als eigenständiger Gattung, ergänzt.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Grafik-Design

Ambrose, Gavin/Harris, Paul: Bild & Grafik: visuelle Information, neben Layout, Typografie und Farbe wichtiges Designelement. München 2006

Lewandowsky, Pina: Grafik-Design. Köln 2006

Nehls, Dieter/Staubach, Helmut/Trebeß, Achim (Hg.): Am Ende ist alles Design: Texte zum Design 1971-2004 / Heinz Hirdina. Berlin 2008

Noble, Ian/Bestley, Russell: Visuelle Forschung: eine Einführung in die wissenschaftliche Methodologie des Grafik-Design. München 2005

Schneider, Beat: Design: eine Einführung. Entwurf im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Kontext. Basel 2009

Wäger, Markus: Grafik und Gestaltung: das umfassende Handbuch. Bonn 2010

Farbgestaltung

Bürger, Thomas: Das Sehen und die Farben: 200 Jahre Goethes Farbenlehre und ihre Wirkungen. Dresden 2010; <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:14-qucosa-33130>

Fraser, Tom/Banks, Adam: Farbe im Design. Köln 2005

Glasner, Barbara/Schmidt, Petra (Hg.): Chroma: Design, Architektur & Kunst in Farbe. Basel 2010

Hammer, Norbert: Mediendesign für Studium und Beruf: Grundlagenwissen und Entwurfssystematik in Layout, Typografie und Farbgestaltung. Berlin 2008

Küppers, Harald: Farbenlehre: ein Schnellkurs. Köln 2010

Richter, Klaus: Computergrafik und Farbmeterik: Farbsysteme, PostScript, geräteunabhängige CIE-Farben. Berlin 1996

Richter, Manfred: Einführung in die Farbmeterik. Berlin 1981²

Weber, Helen: Handbuch Farbkombination. Heidelberg 2008

Objektzeichnen

Jenny, Peter: Zeichnen im Kopf: An der Quelle Ihrer Bilder. Mainz 2009³







Nr: MD 6	Pflichtmodul: Webpublishing	Sprache: Deutsch		Credits: 8	
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 2	
		Workload: 240 Std.		Prüfungsform: Projekt	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 90 Std.	Selbststudium: 150 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Webdesign		LA Lars Paternoster			
Animation		LA Stephan Ecks			
Analyse webbasierter Anwendungen		<u>Prof. Helmut Voullième</u>			
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Web-Design Die Vorlesung/Übung vermittelt das Basiswissen zu Web-Site-Konzeption und –Produktion und gibt einen Überblick über die aktuelle Entwicklung. Einen weiteren Schwerpunkt bildet die Vermittlung kreativer Kenntnisse zur Nutzung der Software für unterschiedliche Produktionsformate des Web-Design, so dass die Studierenden mittels der erworbenen Erkenntnisse der Programmierung eigene Web-Sites gestalten können.					
Animation Das Erlernen der Grundbegriffe der digitalen Animation in theoretischer und praktischer Hinsicht bildet den Kernbereich der Vorlesung/Übung. Weitere Schwerpunkte liegen auf dem Gebiet der Einbindung und Integration von Animationen in interaktive Zusammenhänge wie Internet und Multimedia-Design.					
Analyse webbasierter Anwendungen Ergänzend zu den Vorlesungen/Übungen Web-Design und Animation wird das Basiswissen zur Web-Site-Konzeption und –Produktion vermittelt. Die Studierenden werden so befähigt, Web-Sites im Hinblick auf Screen Design, Kommunikationspotenzial und Rezeption zu vergleichen und differenziert zu beurteilen. Besondere Beachtung verdient die Machbarkeit von einzelnen Produktionsabläufen, so dass die Studierenden Web-Sites als interdisziplinäres Produkt analysieren und die Realisierbarkeit eigener Ideen richtig beurteilen lernen.					
Inhalte					
Web-Design Der Bedarf an der Produktion von Internet-Anwendungen ist groß und steigt kontinuierlich an. Der inhaltliche Schwerpunkt der Vorlesung/Übung liegt neben der Vermittlung von methodischen Grundlagen einschließlich definierter Begrifflichkeiten in den praktischen Übungen zur Bearbeitung von Text, Grafiken, Buttons, Fotos, etc. im Hinblick auf ihre Präsentation im Web. Anschließend erfolgt die Integration in Web-Anwendungen, wobei das konkrete Page-Design mit Autorensystemen, wie z.B. Dreamweaver, realisiert wird.					
Animation In den Bereichen multimedialer Webanwendungen müssen die einzelnen Medien, wie z.B. Audio, Video oder Animation, an die strukturellen Voraussetzungen des Internets angepasst werden. Insbesondere Web-Animationen auf der Basis interaktiver Vektorgrafik sind inzwischen integraler Bestandteil für die					

Präsentation von Inhalten im Internet. Flash MX hat sich hier als Standardwerkzeug etabliert. Dieser Modulabschnitt analysiert die komplexeren Möglichkeiten des Programms, wie z.B. ActionScript, Audio- und Video-Streaming sowie die Generierung und die Anbindung dynamischer Inhalte. Darüber hinaus wird die Vernetzung zwischen klassischen Inhalten der Animation und den Anforderungen der digitalen Verbreitung des animierten Bewegtbildes, wie z.B. in Bezug auf Anwendungen wie Adobe After Effects thematisiert.

Analyse webbasierter Anwendungen

Voraussetzung für die Produktion und Gestaltung webbasierter Anwendungen ist das analytische Verständnis für die Komplexität derselben. Aus analytischer Sicht bedarf es Bewertungskriterien, u.a. in den Wachstumsfeldern Marketing, E-Learning und Online-Games. Als Einzelaspekte werden dabei Kommunikationspotenziale sowie Wahrnehmungs- und Aufmerksamkeitsstrategien besonders behandelt, mit dem Ziel, Qualitätskriterien für Medienprodukte und den Produktionsablauf zu erarbeiten.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Webdesign

Götz, Veruschka: Raster für das Webdesign. Reinbek bei Hamburg 2002

Hellbusch, Jan Eric: Barrierefreies Webdesign. Osnabrück 2007

Münz, Stefan: Webseiten professionell erstellen: Programmierung, Design und Administration von Webseiten. München 2008³

Sauer, Moritz: Weblogs, Podcasting & Online-Journalismus. Beijing 2007

Sauer, Moritz: Websites für Musiker, DJs und Netlabels. Beijing 2006

Schweizer, Peter: Handbuch der Webgestaltung: eine konzentrierte Einführung in professionelles Webdesign. Bonn 2003

Wenz, Christian/Hauser, Tobias/Maurice, Florence: Das Website-Handbuch. Programmierung und Design. München 2011⁴

Zeldmann, Jeffrey: Webdesign mit Webstandards: grenzenlos kompatibel. München 2007²

Animation

Diezmann, Tanja/Gremmler, Tobias: Raster für das Bewegtbild. München 2005

Fontaine, Philippe: Adobe After Effects CS4: das Praxisbuch zum Lernen und Nachschlagen. Bonn 2009

Krasner, Jon: Motion graphics design & fine art animation: principles and practice. Oxford 2004

Mylius, Andreas/Kessler, Heinz: Das Workshop-Buch Adobe Flash CS4. München 2009

Pricken, Mario: Kribbeln im Kopf: Kreativitätstechniken & Denkstrategien für Werbung, Marketing & Medien. Mainz 2007¹⁰

Wells, Paul: Animation: Prinzipien, Praxis, Perspektiven. München 2007

Weschkalnies, Nick: Adobe Flash CS4: das umfassende Handbuch. Bonn 2009

White, Tony: Digitale Animation: vom Bleistift zum Pixel. Heidelberg 2008



Analyse webbasierter Anwendungen

Alby, Tom: Web 2.0.. Konzepte, Anwendungen, Technologien. München 2008³

Brauckmann, Patrick (Hg.): Web-Monitoring: Gewinnung und Analyse von Daten über das Kommunikationsverhalten im Internet. Konstanz 2010

Diemand, Vanessa (Hg.): Weblogs, Podcasting und Videojournalismus: neue Medien zwischen demokratischen und ökonomischen Potenzialen. Hannover 2007

Segaran, Toby: Kollektive Intelligenz analysieren, programmieren und nutzen. Beijing 2008



Nr: MD 7	Pflichtmodul: Werbekommunikation	Sprache: Deutsch		Credits: 8	
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 2	
		Workload: 240 Std.		Prüfungsform: Hausarbeit	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 90 Std.	Selbststudium: 150 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Theorie der Werbung		Dipl.-Des. Berit Andronis			
Medienpsychologie		Prof. Bernhard Wutka			
Strategisches Marketing		Dipl.-Kaufm. Carsten Wiljes			
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Theorie der Werbung Die Studierenden lernen theoretisch und praktisch die Wirkungsweise von Werbemitteln zu untersuchen. Sie wissen, wie wirkungsvolle Werbung (Analyse von Werbeklassikern mit ihrer imagebildenden Wirkung) gestaltet wird und wie der Erfolg gemessen werden kann. Die Abläufe in einer Produktionsumgebung werden vergegenwärtigt.					
Medienpsychologie Studierende verfügen über Kenntnisse der medienpsychologischen Aufbereitung von Informationen. Sie lernen Werbung unter psychologischen Gesichtspunkten zu analysieren. Kognitive und emotionale Prozesse der Informationsverarbeitung, wie z.B. Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Lernen oder Gedächtnis, werden analysiert, kritisch hinterfragt und dienen als basisfundiertes Grundlagenwissen für die spätere praktische Mediengestaltung.					
Strategisches Marketing Studierende entwickeln Marketingkonzepte und können Werbemaßnahmen gestalten, die vor allem durch Medien fundiert sind. Studierende lernen Methoden des Customer-Relationship-Management kennen und im Medienbereich einzusetzen.					
Inhalte					
Theorie der Werbung Die werbliche Konzeption konzentriert sich auf die Botschaft, über die ein Kampagnenziel erreicht werden soll. Die Botschaft wiederum verlangt nach einer angemessenen medialen Umsetzung (Aufmerksamkeits-erregung, geringe Wiederkehrermüdung, Motividynamik, Produktpositionierung, Einprägungseffekte, etc.). In dieser Hinsicht werden Bilder aus Anzeigen, Videos oder Animationen nach bestimmten Attributen analysiert. Der Fokus liegt darauf, Konzepte für Werbekampagnen zu beschreiben und zu analysieren sowie Gesetzmäßigkeiten zu erkennen, die die Wirkung von Kommunikationsinstrumenten in der Werbung optimieren können (Imagebildung, Imageverbesserung, Verfahren zur Einstellungsveränderung, etc.).					
Medienpsychologie Die Medienpsychologie beschäftigt sich mit der Analyse von Rezeptionsprozessen und der Gestaltung von Medien unter psychologischen Gesichtspunkten. Sie versucht menschliches Verhalten, Denken und Fühlen im Zusammenhang mit der Nutzung von Medien zu beschreiben. Kognitive und emotionale Prozesse der					



Informationsverarbeitung, wie z.B. Wahrnehmung, Aufmerksamkeit oder Lernen, werden thematisiert, und vor dem Hintergrund psychologischer Gesetzmäßigkeiten auf die Werbewirkung von Kommunikationsinstrumenten übertragen. Sie wiederum lassen Rückschlüsse zu, wie man Werbung hinsichtlich Aufmerksamkeitserregung, geringe Wiederkehrermüdung, Motividynamik, Produktpositionierung oder Einprägungseffekte, etc. effektiv gestaltet.

Strategisches Marketing

Strategisches Marketing bezieht stets neueste Erkenntnisse der Marktforschung ein, die sich mit informativer und emotionaler Produktpositionierung sowie der Beeinflussung der Verbraucher durch Werbung beschäftigt. Erkenntnisse zu Zielgruppenanalyse, Konsumententypologien, Konsumverhalten und Werbe-druckmessung werden analysiert. Ziel ist es vor allem, aktuelle Möglichkeiten so aufzuzeigen, dass Ideen für neue strategische Ansätze im Marketing entwickelt werden können. Besonders das Internet hat dem Marketing in den vergangenen Jahren immer wieder neue Perspektiven ermöglicht. Die traditionellen Marketing-Regeln gelten nicht uneingeschränkt weiter, da das Online-Marketing die modernen Lebenswelten der Kunden anders durchdringt, deren Informationsbedarf anders stillt und somit auch ein verändertes Kundenverhalten zur Folge hat.

Die gewonnenen Kenntnisse sind im Bereich des Customer-Relationship-Management umzusetzen. Das Verständnis von Kundenbeziehung und stärkerer Kundenbindung erfordert gezielte Maßnahmen im Bereich der Planung, des Erstellens von Kundenprofilen und Zielgruppendefinitionen, nach Zentralisierung von Daten, Automatisierung von Kommunikationsprozessen sowie einer Personalisierung der Kommunikation mit abschließender Erfolgskontrolle.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Theorie der Werbung

Geffken, Michael: Das große Handbuch Werbung. Landsberg/Lech 1999

Herbst, Dieter /Scheier, Christian: Corporate Imagery: wie Ihr Unternehmen ein Gesicht bekommt. Berlin 2007

Scheier, Christian: Wie Werbung wirkt – Erkenntnisse des Neuromarketing. Freiburg/Br. 2010

Turtschi, Ralf: Making of: creative Wege und Konzepte in der visuellen Kommunikation. Sulgen 2005

Medienpsychologie

Bente, Gar /Mangold, Roland/Vorderer, Peter (Hg.): Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen 2004

Krämer, Nicole C.: Medienpsychologie: Schlüsselbegriffe und Konzepte. Stuttgart 2009

Raab, Gerhard: Marktpsychologie. Grundlagen und Anwendung. Wiesbaden 2010³

Scheier, Christian: Wie Werbung wirkt: Erkenntnisse des Neuromarketing. Freiburg 2010

Winterhoff-Spurk, Peter: Medienpsychologie, Stuttgart 2004²

Zimbardo, Philip G./Gerrig, Richard J.: Psychologie. München 2011¹⁸

Strategisches Marketing

Altobelli, Claudia/Sander, Matthias: Internet-Branding: Marketing und Markenführung im Internet. Stuttgart 2001

Backhaus, Klaus/Schneider, Helmut: Strategisches Marketing. Stuttgart 2009²

Bischkopf, Tobias: Vom Käufer zum Mitgestalter: Konsumentenmarketing in der Postmoderne. Frankfurt/Main 2010

Bruhn, Manfred: Marketing. Wiesbaden 2010¹⁰



Herbst, Dieter/Scheier, Christian: Corporate Imagery. Berlin 2004

Manschwetus, Uwe/Rumler, Andrea (Hg.): Strategisches Internetmarketing: Entwicklungen in der Net-Economy. Wiesbaden 2002

Moritz, Andre: Clever werben im Internet. Düsseldorf 2006

Siegert, Gabriele/Brecheis, Dieter: Werbung in der Medien- und Informationsgesellschaft. Wiesbaden 2010²

Wiedmann, Klaus-Peter (Hg.): Konsumentenverhalten im Internet: Konzepte, Erfahrungen, Methoden. Wiesbaden 2004





Nr: MD 8	Pflichtmodul: Produktionsmanagement	Sprache: Deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 2	
		Workload: 180 Std.		Prüfungsform: Klausur (90)	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 90 Std.	Selbststudium: 90 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)	Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)	
Mediensoftware		Dipl.-Des. Berit Andronis	V + Ü	3	
Medienkonzeption		Prof. Helmut Voullième	V + Ü	3	
Projektmanagement AV-Medien		Prof. Bernd Wolk	V + Ü	3	
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Mediensoftware Studierende erhalten eine Einführung in grafische Anwendungssoftware, um Unterschiede bzw. Möglichkeiten von vektor- und pixelbasierter Grafik analysieren zu können. Sie sind in der Lage, aus dem Portfolio der Mediensoftware bestimmte Funktionen für spezielle Produktionsvorhaben einzusetzen. Studierende können fertig gestellte Grafiken in unterschiedliche Formate zielgerichtet unter Beachtung ästhetischer Parameter konvertieren, z.B. für das Web oder die Druckvorstufe.					
Medienkonzeption Für einen effizienten Einsatz von Medien kommt es auf die richtige Komposition der Informationsformen aus dem Portfolio klassischer und neuer Kommunikationskanäle an. Die Studierenden lernen unterschiedliche, auch crossmediale Ansätze zum Aufbau effizienter Kommunikationspotentiale kennen, so dass sie in Folge ihrer erlernten analytischen Fertigkeiten Medienproduktionen zielgruppengerecht konzipieren können.					
Projektmanagement AV-Medien Ziel des Seminars ist die Vermittlung der grundlegenden logistischen und organisatorischen Strukturen bei der Erstellung von AV-Medien. Dazu zählen neben der Projektkalkulation anhand von konkreten Beispielen auch die marktrechtlichen Aspekte wie GEMA-Zahlungen, Lizenz- und Honorarverträge, Vertragsabschlüsse und die Förderungsbedingungen bei Filmförderungsanstalten.					
Inhalte					
Mediensoftware In diesem Bereich gilt es einen Überblick über aktuelle Softwareprodukte und deren spezifische Möglichkeiten zu geben. Hier werden neben der funktionellen Handhabung der gängigen Softwareprodukte, die programmübergreifende Handhabung, und Datenformate behandelt. Die Softwareanalyse diskutiert die Vor- und Nachteile bestimmter Anwendungen. Behandelt werden auch produktionstechnische Maßnahmen, die sowohl für die Druckvorstufe als auch für das elektronische Publizieren relevant sind. Einen weiteren Modulteil nimmt die Arbeit mit PDF-Formaten ein, deren Vorteile als plattformübergreifende Systematisierung offensichtlich sind.					
Medienkonzeption Eine erfolgreiche Medienproduktion ist von einem effektiven Zusammenwirken theoretischer und praktischer Fähigkeiten abhängig. Der Konzeptionsprozess als theoretische Komponente fügt Inhalte, mediale					

Dramaturgie und technische Präsentation zusammen. Entsprechende Methodenkenntnisse werden vermittelt. So müssen z.B. Zielgruppen, die sich gerade erst formiert haben, mit neuartigen Bedienkonzepten, technischen Ideen und Erzählweisen angesprochen werden, die genauestens auf ihr Rezeptionsverhalten angepasst werden. Anhand von Praxisbeispielen soll der Prozess der Konzeption auch als Prozess der internen Produktionskommunikation veranschaulicht werden

Projektmanagement AV-Medien

- Grundlagen des Briefings: Briefing-Arten
- Recherche: Angebotsumfeld, Konkurrenz, Zielgruppe; Präsentationsformen und Pitching
- Projekt- und Produktionsplanung: Vorproduktion; Konzeptionelle Aspekte; Pflichtenheft; Produktionsstrategien; Finanzierungsphase; Kosten-Kalkulation eines AV-Medienprojekts, wie z.B. eines Kurzspielfilms;
- Förderungsprozesse am Beispiel der Filmförderung; Produktionsphase
- Finanzierung und Finanzierungsplanung: Kostenplan und Zusatzkosten; Kalkulation und Kalkulationspositionen; Produktionsabschluss; Verleihsysteme
- Rahmenbedingungen der Verwertung: Urheberrecht, Definition und Bedeutung: Werkarten, Lichtbilderwerke und Musik
- Rechte eines Urhebers: Urheberpersönlichkeitsrecht, Veröffentlichungsrecht etc.; Verwertungsrechte:
- Vervielfältigungsrecht/Senderecht/Copyright; Verleihsysteme und Marketing
- Musikverwendung und Gema: Funktion der GEMA; GEMA-freie Musik-CDs; Verwertungsgesellschaften

Literatur und Arbeitsmaterialien

Mediensoftware

Adobe Systems, Adobe Creative Suite 4 – Classroom in a Book. München 2009

Adobe Systems, Adobe InDesign CS4 – Classroom in a Book. München 2009

Adobe Systems, Adobe Photoshop CS4 – Classroom in a Book. München 2009

Adobe Systems, Adobe Illustrator CS4 – Classroom in a Book. München 2009

Kaplun, Pavel: Photoshop CS4: im Praxiseinsatz. Düsseldorf 2009

Medienkonzeption

Arndt, Henrik: Integrierte Informationsarchitektur - Die erfolgreiche Konzeption professioneller Websites. Berlin 2006

Glaubitz, Nicole/Käuser, Andreas (Hg.): Medieninnovation und Medienkonzepte 1950/2000. Marburg 2006

Grotenhoff, Maria/Stylianakis, Anna: Website-Konzeption: von der Idee zum Storyboard. Bonn 2002

Jacobsen, Jens: Website-Konzeption: erfolgreiche Websites planen, umsetzen und betreiben. München 2009⁵

Künzler, Jan: Medien und Gesellschaft: die Medienkonzepte von Talcott Parsons, Jürgen Habermas und Niklas Luhmann. Stuttgart 1989

Maurer, Marcus/Reinemann, Carsten: Medieninhalte. Wiesbaden 2006

Osswald, Kerstin: Konzeptmanagement: interaktive Medien – interdisziplinäre Projekte. Berlin 2003

Schellmann, Bernhard: Medien verstehen - gestalten - produzieren. Haan-Gruiten 2010⁵

Schmidbauer, Klaus/Knödler-Bunte, Eberhard: Das Kommunikationskonzept. Potsdam 2004

Steinmetz, Ralf: Multimedia-Technologie: Grundlagen, Komponenten und Systeme. Berlin 2000³



Wirth, Thomas: Missing Links: über gutes Webdesign. München 2004²

Projektmanagement AV-Medien

Böhringer, Joachim/Bühler, Peter/Schlaich, Patrick: Kompendium der Mediengestaltung - Konzeption und Gestaltung für Digital- und Printmedien. Berlin 2008

Clevé, Bastian (Hg.): Von der Idee zum Film. Produktionsmanagement für Film und Fernsehen. Konstanz 2009

Dress, Peter: Vor Drehbeginn: effektive Planung von Film- und Fernsehproduktionen. Bergisch Gladbach 2002

Geißendörfer, Hans W./Leschinsky, Alexander (Hg.): Handbuch Fernsehproduktion: vom Script über die Produktion bis zur Vermarktung Neuwied 2002

Gläser, Martin: Medienmanagement. München 2010²

Glaubitz, Uta/Dornseif, Andrea: Jobs für Filmfreaks: machen Sie Ihren Traum zum Beruf. Frankfurt/Main 2001

Ordloff, Martin (Hg.)/Wolk, Bernd: Fernsehjournalismus. Konstanz 2005

Werner, Horst: Fernsehen machen. Konstanz 2009

Wirtz, Bernd W.: Medien- und Internetmanagement. Wiesbaden 2009⁶





Nr: MD 9	Pflichtmodul: Videoproduktion I	Sprache: Deutsch		Credits: 10	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 3	
		Workload: 300 Std.		Prüfungsform: Klausur (90)	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 120 Std.	Selbststudium: 180 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Stoffentwicklung und Drehbuch		Prof. Bernd Wolk			
Previsualisierung (Pre-Viz)		Prof. Bernd Wolk			
Kamera und Licht		Prof. Bernd Wolk			
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<i>Stoffentwicklung und Drehbuch</i> Erlernen der Techniken und Gestaltungsmittel des Drehbuch-Schreibens für Film, Fernsehen und interaktive Formate anhand praktischer Beispiele und Übungen. Verständnis der strukturellen Einheiten eines Drehbuchs durch Realisation eines eigenen Drehbuchkonzeptes.					
<i>Previsualisierung (Pre-Viz)</i> Der Kurs vermittelt gestalterische Kompetenz in den theoretischen und konzeptionellen Bereichen der Preproduktion von audiovisuellen Medien und bietet einen Überblick über die verschiedenen Visualisierungsmöglichkeiten im Vorfeld einer AV-Realisation. Bei heutigen Produktionen sind nicht nur ganze Szenen, sondern auch Einzel-Aufnahmen so aufwendig, dass Storyboards, das herkömmliche visuelle Mittel, der Produktionskomplexität oftmals nicht mehr gerecht werden können. Oft ist es zudem notwendig, die tatsächliche Bewegung einer Kameraaufnahme im Voraus zu sehen. Pre-Viz-Software ermöglicht es, vor der eigentlichen Produktion schon festzulegen, wie ein Visual Effect auszusehen hat und wie er gedreht werden soll. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Vermittlung der Sprachelemente des Films und auf dem Zusammenhang zwischen Inhalt und bildlicher Umsetzung. Darüber hinaus wird das Verständnis für die Struktur von gestalterischen Abläufen und die produktions- und ökonomische Notwendigkeit von Previsualisierungen durch ergänzende Übungen geschult. Begleitend zu den theoretischen Sachverhalten erfolgt außerdem eine praktische Einführung in Previsualisierungs-Programme.					
<i>Kamera und Licht</i> Die Arbeit mit der Kamera und der bewusste Einsatz von Licht bilden ein zentrales Thema im Umgang mit den audiovisuellen Medien. In diesem Seminar werden die Studierenden an die Bedienung der Kamera herangeführt. Sie lernen sowohl die technischen als auch die bildsprachlichen Mittel kennen, die zu einer erfolgreichen Kameraarbeit wichtig sind. Anhand von Filmbeispielen werden unterschiedliche Kamerakonzepte erörtert und durch Gruppenarbeit an einem konkreten Projekt vertiefende Kenntnisse im praktischen Umgang mit der Kamera und dem Setzen von Licht vermittelt.					
Inhalte					
<i>Stoffentwicklung und Drehbuch</i> Die Grammatik des filmischen Erzählens - Geschichte des Drehbuchschreibens <ul style="list-style-type: none">▪ Formale und gestalterische Aspekte: Idee; Exposé; Treatment; Drehbuch					

- Erzählstrategien: Protagonisten und Figuren; Helden und Archetypen; Ziele und Bedürfnisse; Konflikte;
- Thema; Emotion; Strukturmodell
- Elemente der Dramaturgie: Suspense, Dramatical Irony; Szenen; Dialoge
- Formate: Kurzfilm; Dokumentarische Formate; Image- und Industriefilm; Werbefilm und Interaktive Formate
- Autoren und ihre Filme: Vom Drehbuch zum Drehplan und zur Realisation
- Produktions- und Schreibprozesse: Fragen und Anforderungen an das Drehbuch; Die Kunst des Pitchens; Schreiben und Technik im digitalen Zeitalter; Die neue Dramaturgie

Previsualisierung (Pre-Viz)

- Formen der Previsualisierung (Concept Art / Storyboard / Animatic / 3D-Previs)
- Einordnung im Produktionsablauf
- Nutzen von Previs
- Vorstellung von 3D-Previs Software
- Visuelle Bestandteile des Films
- Mise-en-scène / Fotografie / Montage
- Raum / Linie und Form / Helligkeit / Farbe / Bewegung / Rhythmus
- Vom Drehbuch zum visuellen Konzept
- Einsatz von Farben
- Die Arbeit des Production Designers / Szenenbildner

Kamera und Licht

- Kamera-Technik: Optiken Brennweiten; Belichtung, Gamma, Blende, Empfindlichkeit, Belichtungszeit; Stative; Grip; Steadicam; Motioncontrol; Lichttechnik und Scheinwerfer
- Ästhetik: Lichtwirkungen HighKey; Beleuchtungssituationen: Führungslicht, Aufhellung, Spitze/Kante; Farbe (Technicolor etc.); Der Look
- Bildkomposition: Räumliche Anordnung: Vordergrund/Mittelgrund/Hintergrund; Komposition in der Fläche: Goldener Schnitt und »Powerpoints«; Einstellungsgrößen; Tiefenschärfekontraste; Kontraste
- Kamerabewegungen: Schwenk/Neigung; Fahrt/Zoom; Kranfahrt
- Visuelles Konzept: Auflösung/Coverage; Dokumentarische und narrativ-fiktionale Auflösung; Bildanalyse anhand von Beispielen

Literatur und Arbeitsmaterialien

Stoffentwicklung und Drehbuch

Aristoteles: Poetik. Stuttgart 2008

Chion, Michel: Techniken des Drehbuchschreibens. Berlin 2001

Eick, Dennis: Exposé, Treatment und Konzept. Konstanz 2005

Field, Syd: Screenplay. The Foundations of Screenwriting. New York 1984

Field, Syd: The Screenwriter's Workbook. New York 1984

Field, Syd/Märthesheimer, Peter/ Längsfeld, Wolfgang: Drehbuchschreiben für Film und Fernsehen - Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. München 1996⁶

Hant, Peter: Das Drehbuch: praktische Filmdramaturgie. Frankfurt/Main 2002²

Müller, Gottfried: Dramaturgie des Theaters und des Films. Würzburg 1944

Schleicher, Harald/Urban, Alexander (Hg.): Filme machen: Technik, Gestaltung, Kunst; klassisch und digital. Frankfurt/Main 2005

Schütte, Oliver: Die Kunst des Drehbuchlesens. Konstanz 2009

Seger, Linda: Das Geheimnis guter Drehbücher. Berlin 2005⁵



Vale, Eugene: Die Technik des Drehbuchschreibens für Film und Fernsehen. München 2004⁶

Previsualisierung (Pre-Viz)

Begleiter, Marcie: Storyboards: vom Text zur Zeichnung zum Film. Frankfurt/Main 2003

Begleiter, Marcie: From word to image: storyboarding and the filmmaking process. Studio City/USA 2001

Bellantoni, Patti: If it's purple, someone's gonna die: the power of color in visual storytelling. Amsterdam 2009

Block, Bruce A.: The Visual Story: creating the visual structure of film, TV and digital media. Oxford/USA 2008²

Ettedgui, Peter: Filmkünste: Produktionsdesign. Reinbek bei Hamburg 2005

Krisztian, Gregor/Schlempp-Ülker, Nesrin: Ideen visualisieren: Scribble, Layout; Storyboard. Mainz 2006⁵

Preston, Ward: What an Art Director Does: an introduction to Motion Picture production design. Los Angeles 1994

Ohanian, Thomas A./Phillips, Michael E.: Digital Filmmaking: the changing art and craft of making motion pictures. Boston 2000

Kamera und Licht

Arijon, Daniel: Grammatik der Filmsprache. Frankfurt/Main 2003²

Arnheim, Rudolf: Film als Kunst. Frankfurt/Main 2004

Bordwell, David: Visual Style in Cinema: Vier Kapitel Filmgeschichte. Frankfurt/Main 2006³

Eastman Kodak Company: Art of Lighting for Film. Rochester 2003

Elkins, David E.: The Camera Assistant's Manual. Amsterdam 2009

Dunker, Achim: Licht- und Schattengestaltung im Film. München 2004⁴

Göbel, Harald: Grundzüge der Bildgestaltung für Fernsehen und Film. Dissertation, Dresden 1992

Kandorfer, Pierre: DuMont's Lehrbuch der Filmgestaltung: theoretisch-technische Grundlagen der Filmkunde. Köln 1994⁵

Katz, Stephen D.: Shot by Shot - Die richtige Einstellung. Frankfurt/Main 2002⁴

Landau, Camille/White, Tiare: What They Don't Teach you At Film School. New York 2001

Malkiewicz, Kris: Cinematography: a guide for filmmakers and film teachers. New York 2005³

Millerson, Gerald: Beleuchtungstechnik für Film und Fernsehproduktionen. Wesseling 1999³

Monaco, James: Film verstehen: Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Neuen Medien. Reinbek bei Hamburg 2009

Prümm, Karl, u.a. (Hg.): Kamerastile im aktuellen Film. Berichte und Analysen. Marburg 2002³

Vineyard, Jeremy: Crashkurs Filmauflösung. Kameratechniken und die Bildsprache des Kinos. Frankfurt/Main 2001²





Nr: MD 10	Pflichtmodul: Dynamisches Web-Publishing	Sprache: Deutsch		Credits: 5	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 3	
		Workload: 150 Std.		Prüfungsform: Projekt	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60 Std.	Selbststudium: 90 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Online Application		LA Lars Paternoster			
Advanced Animation		LA Stephan Ecks			
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Online Application Die Studierenden werden zur selbstständigen Konzeption und Erstellung von dynamischen Webanwendungen befähigt. Dazu werden die erweiterten Potenziale des Web-Publishings thematisiert und entsprechende Fähigkeiten für die Programmierung ausgewählter Sprachsysteme, für die Analyse und Verwaltung von Daten vermittelt. Ziel ist es, dass die Studierenden eigene Anwendungen auf der Basis von Konzepten der objektorientierten Programmfunktionen realisieren können. Zudem erlernen sie Anwendungssoftware im den Bereichen Web-Services und Online-Befragung durch eigene Programmierungen auf ihre Bedürfnisse anzupassen.					
Advanced Animation Das Erlernen der Grundbegriffe der digitalen Animation in theoretischer und praktischer Hinsicht bildet den Kernbereich des Seminars. Weitere Schwerpunkte liegen auf dem Gebiet der Einbindung und Integration von Animationen in interaktive Zusammenhänge wie Internet und Multimedia-Design.					
Inhalte					
Online Application Der Produktionsbereich von Web-Sites ist einem ständigen Wandel unterworfen. Obwohl mittlerweile Autorensysteme die Produktion effektiv unterstützen, ist nach wie vor die Programmierung mit Skriptsprachen der entscheidende Produktionsfaktor. Dies gilt besonders für die Bereiche dynamischer Web-Sites, Web-Services und Online-Befragung. Anzuwenden sind hier relevante Funktionen der Skriptprogrammierung. Wichtige Themen dazu sind: JavaScript, CSS, Ajax, XML, CGI, Server/Client-Funktionen und PHP. Behandelt werden zudem die Dienstleistungen des Internets, wie. Z.B. Übergangs-Protokolle, Internet-Organisation und Netzzugänge. Weitere Themen betreffen den Bereich der technischen Kommunikation, wie z.B. Community-Software oder Mailingsysteme.					
Advanced Animation In den Bereichen multimedialer Webanwendungen müssen die einzelnen Medien, wie z.B. Audio, Video oder Animation, an die strukturellen Voraussetzungen des Internets angepasst werden. Insbesondere Web- Animationen auf der Basis interaktiver Vektorgrafik sind inzwischen integraler					

Bestandteil für die Präsentation von Inhalten im Internet. Flash MX hat sich hier als Standardwerkzeug etabliert. Dieser Modulabschnitt analysiert die komplexeren Möglichkeiten des Programms, wie z.B. ActionScript, Audio- und Video-Streaming sowie die Generierung und die Anbindung dynamischer Inhalte. Darüber hinaus wird die Vernetzung zwischen klassischen Inhalten der Animation und den Anforderungen der digitalen Verbreitung des animierten Bewegtbildes, z. B. in Bezug auf Anwendungen wie Adobe After Effects, thematisiert.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Online Application

Badach, Anatol/ Rieger, Sebastian/ Schmauch, Matthias: Web-Technologien. Architekturen, Konzepte, Trends. München 2003

Belik, Jolantha/Kannengießer, Matthias: Dreamweaver MX2004 & PHP 5. Poing 2004

Hilscher, Michael: Der eigene Webserver. Bonn 2005²

Jendryschik, Michael: Einführung in XHTML, CSS und Webdesign: standardkonforme, moderne und barrierefreie Websites erstellen. München 2009²

Kannengießer, Matthias + Caroline: ActionScript Praxisbuch. München 2005²

Kröner, Peter: HTML 5: Webseiten innovativ und zukunftssicher. München 2011²

Lubkowitz, Mark: Webseiten programmieren und gestalten. München 2010³

Seibert, Björn/Hoffmann, Manuela: Professionelles Webdesign mit (X)HTML und CSS. Bonn 2008²

Vonhoegen, Helmut: Einstieg in XML. Bonn 2009⁵

Wenz, Christian: JavaScript: das umfassende Handbuch. Bonn 2010¹⁰

Wöhr, Heiko: Web-Technologien. Konzepte–Programmiermodelle–Architekturen. Heidelberg 2004

Advanced Animation

Diezmann, Tanja/Gremmler, Tobias: Raster für das Bewegtbild. München 2005

Fontaine, Philippe: Adobe After Effects CS4: Das Praxisbuch zum Lernen und Nachschlagen. Bonn 2010

Krasner, Jon: Motion Graphic Design & Fine Art Animation. Oxford 2004

Mylius, Andreas/Kessler, Heinz: Das Workshop-Buch Flash CS 4. Poing b. München 2009

Pricken, von Mario: Kribbeln im Kopf: Kreativitätstechniken & Denkstrategien für Werbung, Marketing & Medien. Mainz 2007

Wells, Paul: Animation: Prinzipien, Praxis, Perspektiven. München 2007

Weschkalnies, Nick: Adobe Flash CS4: Das umfassende Handbuch. Bonn 2010

White, Tony: Digitale Animation: Vom Bleistift zum Pixel. Heidelberg 2008





Nr: MD 11	Pflichtmodul: Videoproduktion II	Sprache: Deutsch		Credits: 10	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 3	
		Workload: 300 Std.		Prüfungsform: Projekt	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 120 Std.	Selbststudium: 180 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Editing		Prof. Bernd Wolk			
Audio		Prof. Bernd Wolk			
Video-Design		Prof. Bernd Wolk			
3-D-Visualisierung		Prof. Bernd Wolk			
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Editing Der Schnitt und die Montage zählen zu den zentralen gestalterischen Mitteln bei der Herstellung von Filmen und bewegten Bildsequenzen. Das Seminar hat die Aufgabe in die Grundlagen der Geschichte, Theorie und Praxis der Filmmontage, respektive des Bild- und Tonschnitts, einzuführen. Hierbei kommt dem praktischen Umgang mit den nonlinearen Bildbearbeitungswerkzeugen ein großer Stellenwert zu. Das Erlernen der wichtigsten Funktionen und Möglichkeiten von Schnittapplikationen, wie z.B. Final Cut Pro, soll dem Studierenden darüber hinaus eine Perspektive und Grundlage für das selbstständige kreative Editieren von Film und Videosequenzen liefern.					
Audio Das Seminar vermittelt die Grundlagen der Live-Tonaufzeichnung am Film- und EB-Set. Die Bedeutung einer guten Tonaufzeichnung innerhalb einer AV-Produktion wird oft unterschätzt und eher stiefmütterlich behandelt. Dieses Seminar soll bei den Studierenden ein Bewusstsein für eine qualitativ hochwertige Audiogestaltung wecken und dabei die verschiedenen gestalterischen Prozesse und Aufzeichnungstechniken von der Mikrophonierung bis zur Soundbearbeitung abdecken. Neben den theoretischen Grundlagen werden die Studierenden anhand eines Praxis-Projekts in unmittelbarem Umgang mit dem Audio-Equipment geschult, um für die Anforderungen eines professionellen Handlings im späteren Berufsleben gerüstet zu sein.					
Video-Design Aufbauend auf der Veranstaltung Compositing vermittelt das Seminar einen tiefen und umfassenden Einblick in die konzeptionellen Zusammenhänge des Video- und Broadcastdesigns in Bezug auf Corporate Design und Corporate Identity bei der Gestaltung von AV-Produkten und TV-Verpackungen. Die künstlerische-gestalterischen und konzeptionellen Schritte bei der Bewegtbild-Realisation werden systematisch anhand von Beispielen und Übungen näher gebracht und befähigen die Studierenden eigene Ideen und Projekte strukturiert und systematisch zu realisieren.					
3-D-Visualisierung Die Grundlagen der dreidimensionalen Visualisierung mit Hilfe computergestützter Verfahren stehen im Mittelpunkt des Seminars. Neben den theoretischen Aspekten der 3-D-Visualisierung werden den					

Studierenden anhand von Beispielen aus der Praxis Einblicke in die verschiedenen visuellen Ausdrucksformen der 3-D-Visualisierung gewährt und die einzelnen Produktionsphasen der 3-D-Visualisierung eingeführt. Ziel ist es, die Studierenden mit den Möglichkeiten und Techniken der 3-D-Visualisierung vertraut zu machen und die Basis für eine weiterführende Beschäftigung mit diesem Thema zu legen. Im Praxisteil soll eine 3-D-Applikation, wie z.B. Cinema 4D oder Maya, erklärt werden, damit die Studierenden in der Lage sind, ihre Projektarbeit in Form eines 3-D-Modells selbstständig am Computer umzusetzen.

Inhalte

Editing

Logistik und Funktion der Montage: Arbeitsabläufe beim nonlinearen Schnitt, Effektivität, Konzeption und Begrifflichkeiten.

Geschichte der Montage und des Schnitts: Lumière, Porter, Griffith, Intellektuelle Montage S Eisenstein, Pudowkin, Tonfilm, Hitchcock, Unsichtbarer Schnitt, „decoupage classique“, Neorealismus, Nouvelle Vague, Goddard, Chabrol, Bonuel, Dogmafilm

Audio

- Filmtöne – Berufsbilder in Filmtönen
- Geschichte des Filmtons
- Tonaufzeichnungsverfahren
- Physikalische Grundlagen der Audiowahrnehmung
- Aufnahme- und Übertragungstechnik: analog vers. Digital
- Audioaufzeichnungsformate
- Schallempfänger (transducer)
- Audiorekordersysteme
- Audiomischer
- Stereophonie-Aufzeichnung und dolby-Surround
- Wiedergabe-Technik und –Konzepte
- Erscheinungsformen des Tons am Set und im Studio
- Drehort-Vorbereitungen und Aufnahmesituationen
- Ton-Praxis: Boom-Operating; Mikrophonierung; Funkstrecken; Set-Kommunikation; Mischpraxis; Tonbericht; Loggen und Digitale Übertragung in DAWs; Logistik und Organisation

Video-Design

- Designkonzepte
- Dokumentarfilm und Dokumentarische Formate
- Image- und Unternehmensfilm
- Styleguides
- Visuelle Verpackungen für TV und Werbung
- Markendefinition und Corporate Design
- Logogestaltung
- Keyvisual
- Set-Design (Studio)
- Trailer
- Teaser
- Titel-Design
- Die 5 W's des Journalismus, Interview-Regeln

3-D-Visualisierung

- Einsatzmöglichkeiten und Konzepte bei der 3-D-Visualisierung
- Theoretisches Hintergrundwissen zur 3-D-Visualisierung
- Beispiele aus der Praxis
- Übersicht und Einführung in die Applikation Cinema 4D oder Maya
- Koordinatensysteme
- Modellierung
- Mapping, Texturing, Surface-Design



- Channel- und Volumen-Shader
- Lichtquellen und Beleuchtungskonzepte
- Der „Look“
- Szenen und 3-D-Kameraeinstellungen
- Renderkonzepte und Rendereinstellungen
- Raytracing, Global Illumination, Radiosity

Literatur und Arbeitsmaterialien

Editing

Arijon, Daniel: Grammatik der Filmsprache. Frankfurt/Main 2003²

Beller, Hans (Hg.): Handbuch der Filmmontage. Praxis und Prinzipien des Filmschnitts. München 2005⁵

Dmytryk, Edward: On film Editing: an introducing to the art of film construction. Boston 1984

Katz, Steven D.: Die richtige Einstellung: shot by shot – Zur Bildsprache des Films. Das Handbuch. Frankfurt/Main 2004

Monaco, James: Film verstehen: Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Neuen Medien. Reinbek bei Hamburg 2009

Reisz, Karel/Millar, Gavin: Geschichte und Technik der Filmmontage. München 1988

Schleicher, Harald/Urban, Alexander (Hg.): Filme machen: Technik, Gestaltung, Kunst – klassisch und digital. Frankfurt/Main 2005

Zeitschriften: Schnitt, Der Kameramann, epd-Film

Web: www.schnitt.de www.slashcam.de

Audio

Ederhof, Andreas: Das Mikrofongebuch: optimaler Einsatz im Studio und auf der Bühne. München 2006²

Friedrich, Hans Jörg: Tontechnik für Mediengestalter. Töne hören – Technik gestalten – Mediengestalten. Berlin 2008

Friesecke, Andreas: Die Audio-Enzyklopädie: ein Nachschlagewerk für Tontechniker. München 2007

Henle, Hubert: Das Tonstudio-Handbuch: praktische Einführung in die professionelle Aufnahmetechnik. München 2001⁵

Lustig, Peter: Vertonen: der Ton zu den Bildern: Dia, Film und Video. Reinbek bei Hamburg 1987

Pieper, Frank: Das Effekte-Praxisbuch: optimaler Einsatz von Effekten, Effektgeräten und Plug-Ins. München 2004²

Segeberg, Harro (Hg.): Sound: zur Technologie und Ästhetik des akustischen in den Medien. Marburg 2005

Watkinson, John: The Art of Digital Audio. Oxford 2005³

Zeitschrift: Der Kameramann



Video-Design

Baer, Kim: Information Design Workbook: graphics approaches, solutions and inspirations and 30 Case Studies. Beverly 2009

Bartholdy, Björn: Broadcast Design. Köln 2007

Bellantoni, Jeff/Woolman, Matt: Type in Motion. London 2001

Böhnke, Alexander/Hüser, Rembert u.a. (Hg.): Das Buch zum Vorspann: „The title is a shot“. Berlin 2006

Diezmann, Tanja/Gremmler, Tobias: Raster für das Bewegtbild. München 2005

Drate, Spencer/Robbins, David/Salavetz, Judith: Motion by Design: moving graphics for television, music, video, cinema and digital interfaces. Mies 2004

Hickethier, Knut: Film- und Fernsehanalyse. Stuttgart 2007⁴

Klanten, Robert: Data Flow. Teil 1 und 2. Berlin 2009/10

Krasner, Jon: Motion graphics & fine art animation. Oxford 2004

Lovell, Sophie (Hg.): On Air: The visual messages and global language / MTV, Music Television. Berlin 2005

Lüdi, Heidi: Movie Worlds: Production Design im Film. Stuttgart 2000

Lüdi, Toni (Hg.): Designing film: Szenenbilder / Production Designs. Berlin 2010

Werner, Horst: Fernsehen machen. Konstanz 2009

Internet: www.incom.de

3-D-Visualisierung

Asanger, Andreas: Cinema 4D 11: das Praxisbuch zum Lernen und Nachschlagen. Bonn 2009

Graz, Uwe: Computergrafik und Animation. Morphing, Reytracing, Animation und mehr. München 1995

Kerlow, Isaac V.: The art of 3D-computer animation and effects. Hoboken 2009⁴

Maus, Helge: Cinema 4D (11). Bonn 2008

Zabiegly, Matthias: 3D-Animationen: Grundlagen, Konzepte, Methoden. Saarbrücken 2007

Selby, Andrew: animation in process. London 2009

Zeitschrift: digital production

Internet: www.creativecow.com www.3d-safe.com



Nr: MD 12	Pflichtmodul: Desktop-Publishing	Sprache: Deutsch		Credits: 5	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 3	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60 Std.	Selbststudium: 90 Std.	Prüfungsform: Projekt	
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Layout und Typografie		Dipl.-Des. Berit Andronis			
Digitale Bildbearbeitung		Dipl.-Des. Berit Andronis			
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Layout und Typografie Die Studierenden lernen Gebrauchsgrafiken zu entwickeln und mit den Elementen Typografie, Bilder, Supplemente, Farben, Seitenformate, Falztechniken unter Berücksichtigung von Gestaltungs- und Harmoniegesetzen in Einklang zu bringen, um Layouts für unterschiedliche Printmedien und Ansprüche umsetzen zu können. Sie erlernen die methodische Entwicklung kreativer Prozesse und deren Umsetzung mittels Entwurf, Konzeption und Visualisierung.					
Digitale Bildbearbeitung Der sichere Umgang mit den grafischen Basisprogrammen soll dahingehend trainiert werden, dass auftretende Problemstellungen eigenständig mit Softwarefunktionen gelöst werden können. Die Studierenden erlernen fertig gestellte Grafiken in unterschiedliche Formate zielgerichtet unter Beachtung ästhetischer Parameter zu konvertieren, z.B. für das Web oder die Druckvorstufe. Ferner werden ästhetische und technische Ansprüche an verschiedene Bildqualitäten definiert und vermittelt.					
Inhalte Das Modul Desktop-Publishing vermittelt die visuelle Gestaltung von grafischen Objekten sowie das Design von Informationen, die mit digitalen Medien vermittelt werden. Es versteht Text und Bild gleichermaßen als Träger von Information. Layout und drucktechnische Ausführung sind die wichtigsten Komponenten, die in einer komplexen Produktion zusammenwirken. Der Produktionsablauf von Printmedien wird zudem nicht nur dahingehend betrachtet, welche Komponenten (Papier, Farben) bestimmte Vorteile bieten, um die Qualität zu verbessern, sondern wie folgenschwere Produktionsfehler vermieden werden. Entsprechende Fragestellungen lauten: Wie läuft ein Produktionsablauf von Printmedien ab und was gilt es zu beachten? Wie werden Daten, z.B. für den Offsetdruck, aufbereitet? Wie arbeitet man mit Schmuckfarben? Was ist bei der Reinzeichnung zu beachten? Welche Software ist zu nutzen, wie werden Daten angelegt, die dem Layout am Computer dienen? Wie werden Stanzvorlagen angelegt? Wie werden Bilddaten aufbereitet? Was muss bei Digital- und analogem Druck beachtet werden? Wie können Daten am Bildschirm, per Laserausdruck und per Proof kontrolliert werden? Die Produktionsabläufe werden mit Exkursionen zu Druckereien weiter verdeutlicht. Das Teilmodul Digitale Bildbearbeitung thematisiert gestalterische Möglichkeiten und das professionelle Arbeiten mit Bildbearbeitungsprogrammen. Die Betrachtung beginnt mit den Werkzeugen, die ein kreatives Arbeiten ermöglichen. Hier gilt es Techniken zu vermitteln, die ein möglichst flexibles Arbeiten für den Bildaufbau gewährleisten. Weitere Themen des Unterrichts sind Farbmodi und Farbmanagement, Farbkorrektur, Arbeiten mit Ebenen (Ebeneneigenschaften, Einstellungsebenen), Freistell-Techniken, Retusche. Es geht um die Optimierung von Bildern im Sinne einer hochwertigen und angemessenen					



Darstellung für entsprechende Medien. Des Weiteren werden die Faktoren erläutert und deren Anwendung trainiert, die die Ausgabequalität maßgeblich beeinflussen.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Layout und Typografie

Ambrose, Gavin/Harris, Paul: Layout: Entwurf, Planung und Anordnung aller Elemente der Seitengestaltung. München 2008²

Khazaeli, Cyrus Dominik: Systemisches Design. Reinbek bei Hamburg 2005

Willberg, Hans Peter/Forssmann, Friedrich: Lesetypografie. Mainz 2005

Forssmann, Friedrich/De Jong, Ralf: Detailtypografie. Mainz 2002

Turtschi, Ralf: Making of: kreative Wege und Konzepte in der visuellen Kommunikation. Sulgen 2005

Digitale Bildbearbeitung

Adobe Systems: Adobe Creative Suite 4 – Classroom in a Book. München 2009

Adobe Systems: Adobe Photoshop CS4 – Classroom in a Book. München 2009

Lewandowsky, Pia / Sckommodau, Katharina: Photoshop CS3– gewusst wie! Bilder gestalten für Print und Web. München 2008

Lewandowsky, Pia/ Zeischegg, Francis: Visuelles Gestalten mit dem Computer. Reinbek bei Hamburg 2006⁴

Striewisch, Tom: Digitalfotografie für Fortgeschrittene: perfekt fotografieren; Bildbearbeitung am Computer. Hannover 2009⁴







Nr: MD 13	Pflichtmodul: Interaktive Medien	Sprache: Deutsch		Credits: 5	
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 4	
		Workload: 150 Std.		Prüfungsform: Klausur (90)	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60 Std.	Selbststudium: 90 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Medienprogrammierung		LA Lars Paternoster			
Usability		Prof. Helmut Voullième			
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Medienprogrammierung					
Die Produktion und Realisierung von interaktiven Medien ist immer auch verbunden mit den Kenntnissen im Bereich der Programmierung, der eine umfangreiche inhaltliche Informationsaufbereitung zu Grunde liegt. Die Studierenden lernen aktuelle Mediensoftware kennen und werden befähigt, sie für ganz unterschiedliche Zielsetzungen anzuwenden, um Inhalte mediendidaktisch zu optimieren. Zudem erwerben sie Kenntnisse in den theoretischen und praktischen Grundlagen von Content Management Systemen.					
Usability					
Im Vordergrund der Lehrveranstaltung stehen Theorie und Praxis des Usability-Testing. Dieser Bereich beschäftigt sich mit der Analyse von Rezeptionsprozessen von interaktiven Medien. Es werden dazu die Funktionsweisen unterschiedlicher Analyseinstrumente aufgezeigt und anschließend verschiedene Methoden zur Erfassung der Wirkung angewendet, die die Studierenden dazu befähigen, ihre eigenen Medienproduktionen zielgruppenadäquat sowie benutzerfreundlich zu konzipieren.					
Inhalte					
Medienprogrammierung					
Im Bereich Medienprogrammierung werden wichtige Stationen, wie z.B. Template-Programmierung sowie Freigabeprozesse, analysiert und an praktischen Beispielen mit aktuellem Bezug die Komplexität der Datenprogrammierung bei multimedialen Produktionen veranschaulicht. Dabei werden auch Content-Management-Systeme im Hinblick auf ihre theoretischen Grundlagen und die Einbettung in bestehende Umgebungen thematisiert.					
Usability					
Im Wettbewerb um Mediennutzer spielen bei Firmen Nutzungsanalyse, Qualitäts- und Erfolgskontrolle ihrer Anwendungen eine immer wichtigere Rolle. Eine Vielzahl von unternehmerischen Entscheidungen wird nur dann getroffen, wenn durch empirische Analysen die Bedürfnisse der potenziellen Zielgruppe überprüft und die Kompatibilität neuer Konzepte daran abgeglichen wurde. Die Lehrveranstaltung gibt einen Einblick in die grundlegenden Theorien und Modelle sowie in die einzusetzenden Methoden. Neben einer Einführung in quantitative Verfahren zur Erhebung der zahlenmäßigen Nutzung von Medienangeboten werden auch qualitative Verfahren analysiert. Es werden verschiedene Methoden (Befragung, Gruppendiskussion, Experiment, Inhaltsanalyse) und deren Auswertung vorgestellt und anwendungsbezogen diskutiert. Im Vordergrund stehen hierbei die User von multimedialen Anwendungen. Der Bereich der Usability-Methoden behandelt die Evaluation unter methodischen Gesichtspunkten. Im Usability-Labor wird dazu die Benutzerqualität von interaktiven Anwendungen vom ersten Entwurf bis zur Veröffentlichung getestet. Wichtige Themen sind: Heuristische Analyse, Videoaufzeichnung und Tracking-Analyse. Zusätzlich werden					

verschiedene Analysewerkzeuge für die technische Analyse von Web-Sites untersucht.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Medienprogrammierung

Bossert, Martin/Bossert, Sebastian: Mathematik der digitalen Medien: präzise - verständlich – einleuchtend. Berlin 2010

Caro, Maik/Lindemann, Christoph: Content-Management mit Typo3. Poing 2006

Dopatka, Frank: PHP - endlich objektorientiert. OO- und UML-Praxisbuch: vom Anfänger zum Fortgeschrittenen. Frankfurt am Main 2010

Herczeg, Michael: Software-Ergonomie: Theorien, Modelle und Kriterien für gebrauchstaugliche interaktive Computersysteme. München 2009³

Kofler, Michael/Öggl, Bernd: PHP 5.3 & MySQL 5.1: Grundlagen, Programmier Techniken, Beispiele. München 2009

Schröer, Michael: Web Content Management mit PHP5 und MySQL5. Bonn 2006²

Usability

Beier, Markus (Hg.): Usability – nutzerfreundliches Web-Design. Berlin 2002

Brau, Henning u.a. (Hg.): Usability professionals 2010: Jahresband 2010 der Workshops der German Usability Professionals' Association e.V.. Stuttgart 2010

Brosius, Hans-Bernd/Koschel, Frederike: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung – eine Einführung. Wiesbaden 2009⁵

Brugger, Thomas: Website im Blick: Usability-Analyse einer Website mittels Eye Tracking. Saarbrücken 2010

Heindl, Eduard: Logfiles richtig nutzen. Webstatistiken erstellen und ausnutzen. München 2004

Krug, Steve: Dont make me think! : Web Usability - Das intuitive Web. Heidelberg 2006²

Möhring, Wiebke/ Schlütz, Daniela: Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung. Wiesbaden 2010²

Nielsen, Jakob/Loranger, Hoa: Web Usability. München 2008

Nielsen, Jakob: Erfolg des Einfachen : Jakob Nielsen's Web Design. München 2004

Sarodnick, Florian/Brau, Henning: Methoden der Usability Evaluation: wissenschaftliche Grundlagen und praktische Anwendung. Bern 2011²

Schweibenz, Werner/Thissen, Frank: Qualität im Web: benutzerfreundliche Webseiten durch Usability Evaluation. Berlin 2003

Stapelkamp, Torsten: Interaction- und Interfacedesign: Web-, Game-, Produkt- und Servicedesign; Usability und Interface als Corporate Identity. Heidelberg 2010

Stapelkamp, Torsten: Screen- und Interfacedesign: Gestaltung und Usability für Hard- und Software. Berlin 2007

Wegener, Claudia (Hg.): Qualitative Medienforschung. Konstanz 2005

Welker, Martin/Werner, Andreas / Scholz, Joachim: Online-Research. Markt- und Sozialforschung im Internet. Heidelberg 2005



--





Nr: MD 14	Pflichtmodul: Post-Videoproduktion	Sprache: Deutsch		Credits: 10	
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 4	
	Voraussetzung für die Teilnahme: Erfolgreiche Teilnahme an den Seminaren Editing (Videoproduktion I), audio (Videoproduktion II), 3-D-Visualisierung; Grundwissen in den Grafikprogrammen Photoshop, Illustrator, etc.	Workload: 300 Std.		Prüfungsform: Projekt	
Präsenz: 120 Std.		Selbststudium: 180 Std.			
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Dramaturgie und Montage		Prof. Bernd Wolk			
Sound-Design		Prof. Bernd Wolk			
Compositing		Prof. Bernd Wolk			
3-D-Animation		Prof. Bernd Wolk			
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<i>Dramaturgie und Montage</i> Ausgehend von den grundlegenden Erfahrungen und Kenntnissen aus der VL/Übung Editing im Modul Videoproduktion I bietet das Seminar Dramaturgie und Montage eine Vertiefung der künstlerische-gestalterischen Dimensionen des Bild- und Tonschnitts. Darüber hinaus werden die verschiedenen medienspezifischen, dramaturgischen Montagekonzepte diskutiert und auf ihre Relevanz in audiovisuellen Produktionsabläufen untersucht. Anhand von eigenen gestalterischen Projekten soll eine individuelle Bildsprache erarbeitet werden, die für die Studierenden einen Zugewinn an gestalterischer Kompetenz und Ausdrucksfähigkeit generiert.					
<i>Sound-Design</i> Aufbauend auf den Grundlagen der Tongestaltung und der Tonaufzeichnung der Vorlesung/Übung Audio bietet Sounddesign einen vertiefenden Einblick in den Umgang mit Tönen, Geräuschen und Musik im Verhältnis zum visuellen Medium. Dabei liegt ein Schwerpunkt in der Vermittlung von Kenntnissen in der Nachbearbeitung von Klangquellen und deren gezielten Einsatz bei der Tonmischung und Postproduktion von AV-Material. Die Studierenden lernen den selbstständigen Umgang mit Filmmusik, Geräuschcollagen und additionalen Soundeffekten. Die Arbeit und der Umgang mit digitalen Audio-Mischpulten, Audio-Workstations und Sound-Applikationen, wie Protools oder Soundtrack Pro, gehören hierbei zum Praxisteil des Seminars, der Ausdruck in einem individuellen Sounddesign-Projekt findet. Die theoretische Auseinandersetzung mit dem Thema findet anhand von Texten und Referaten zu wichtigen Sounddesignern und ihren konzeptionellen Ansätzen im Umgang mit diesem Thema statt.					
<i>Compositing</i> Die Vorlesung/Übung führt in die gestalterischen, konzeptionellen und theoretischen Grundlagen des digitalen Compositings ein. Ziel ist es, den Studierenden einen umfassenden Überblick über die Möglichkeiten und gestalterischen Methoden des Compositings und den dazu gehörenden Einzel-Disziplinen zu vermitteln. Im praktischen Teil werden die Studierenden ein eigenes individuelles Compositing-Projekt erstellen, um ihre erlernten Kompetenzen auf diesem Gebiet, das zu den zentralen Wissensfeldern des Mediendesign gehört, anzuwenden und zu entwickeln.					



3-D-Animation

Aufbauend auf der Vorlesung/Übung 3-D-Visualisierung werden hier weiterführende Kenntnisse in der Animation von 3-dimensionalen Elementen in Theorie und Praxis vermittelt. Anhand der Applikation Cinema 4D oder Maya werden die Studierenden mit den Prinzipien der 3-D-Animation vertraut gemacht, so dass sie danach selbständig in der Lage sind, eine 3-D-Animation zu generieren. Dabei kommt der Konzeption und Entwicklungsphase im Gestaltungsprozess eine ebenfalls sehr wichtige Rolle zu. Als Projektarbeit ist eine individuelle 3-D-Animation von den Studierenden zu erstellen.

Inhalte

Dramaturgie und Montage

Die ästhetischen und gestalterischen Aspekte der Montage werden im Hinblick auf ihren dramaturgischen Gehalt und ihre narrative Wirkung diskutiert. Es werden außerdem gezielt Fragen zu den zur Montage angrenzenden Disziplinen, wie DVD-Authoring, Web-Implementierung, visuelle Verpackungen, Trailer-Konzeption, TV-Schnitt, dokumentarische Formate, Image- und Werbefilm, Titelgestaltung und grafische Inhalte behandelt.

Sound-Design

- Sounddesign und Logistik
- Atmos, Effekte, Spezialeffekten
- Endmischung und Mastering: Mono, Stereo, Surround
- Assoziatives Hören
- Die Wirkung von Filmmusik und ihre Einbindung in narrative und dokumentarische AV-Formate
- Sounddesign als Quelle erzählerischer Klang-Dimensionen
- Sounddesign-Kompositionslehre: dramaturgische Verdichtung, Akzente, Dynamik, Leitmotivik
- Technische Aspekte des sounddesign, mehrstufige Texturen
- AV-Projekt in Verbindung mit dem Erlernen einer Sounddesign-Applikation

Compositing

- Geschichte des analogen/Digitalen Compositings
- Logoanimationen, Station Idents, Trailer- und Teasergestaltung
- Grafische Verpackung, Konzeption/Storyboard, Animierte Typografie, Farbkorrektur, „Look“ und digitale Effekte, Layering, Keying and Buescreen-Compositing im Videostudio, 2-D/3-D-Integration, Einsatz von Maskierungen und Transparenzen, Erlernen der Compositing-Software After Effects anhand von Übungen und Beispielen

3-D-Animation

Gestaltung

- Konzeption von 3-D-Animation
- Die 12 Prinzipien der Animation
- Geschichte der 3-D-Animation
- Arbeitsteilung im 3-D-Studio
- Ausblick 3-D-Stereoskopie
- 3-D-On-Air-Design und 3-D-Echtzeitsysteme
- 3-D-Infografik
- Werbung und 3-D
- 3-D-Spiele/Online

Praxis Cinema 4D oder Maya:

- Lambert, Gouraud und Phong Shading Modelle
- Raytracing
- Grundlagen der Radiosity
- Rendereinstellungen



- Zeitleiste, Keyframes und Interpolation
- Geschwindigkeit, Beschleunigung in der 3-D-Animation
- Funktionskurvenanimation
- Lokale und globale Animationshierarchien
- Pfad- und Splinedeformationen
- 3-D-Logoanimation und animierte 3-D-Typografie
- Kamerabewegungen
- Partikel-Animation
- Mograph-Modul
- Grundlagen der Inversen Kinematik

Literatur und Arbeitsmaterialien

Dramaturgie und Montage

Bordwell, David: Visual Style in Cinema: vier Kapitel Filmgeschichte. Frankfurt/Main 2006

Campbell, Joseph: Der Heroes in tausend Gestalten. Frankfurt/Main 2009

Eick, Dennis: Noch mehr Exposéés, Treatments und Konzepte. Erfolgreiche Beispiele aus Film und Fernsehen. Konstanz 2008

Hickethier, Knut: Film- und Fernsehanalyse. Stuttgart 2007⁴

Mikunda, Christian: Kino spüren – Strategien der emotionalen Filmgestaltung. Wien 2002

Murch, Walter: Ein Lidschlag, ein Schnitt – die Kunst der Filmmontage. Berlin 2004²

Rabiger, Michael: Dokumentarfilme drehen. Frankfurt/Main 2000

Schleicher, Harald/Urban, Alexander: Filme machen. Frankfurt/Main 2005

Scolik, Reinhard/Wippersberg, Julia (Hg.): WebTV – Fernsehen auf neuen Wegen. Beiträge zu Bewegtbildern im Internet. Wien 2009

Web: www.montagetheorie.de/index_zwei.html

Sound-Design

Bronner, Kai/Hirt, Rainer (Hg.): Audio-Branding: Brands, Sound and Communication. Baden-Baden 2009

Chion, Michel: Audio-Vision: Sound on Screen. New York 2001

Flückiger, Barbara: Sound-Design: Die virtuelle Klangwelt des Films. Marburg 2010

Friedrich, Hans Jörg: Tontechnik für Mediengestalter: Töne hören – Technik verstehen – Medien gestalten. Berlin 2008

Friesecke, Andreas: Die audio-Enzyklopädie: ein Nachschlagewerk für Tontechniker. München 2007

Henle, Hubert: Das Tonstudio Handbuch: praktische Einführung in die professionelle Aufnahmetechnik. München 2001

Keazor, Henry/Wübbena, Thorsten: Video thrills the radio star: Musikvideos: Geschichte, Themen, Analysen. Bielefeld 2007



Lensing, Jörg U.: Sound-Design, Sound-Montage, Soundtrack-Komposition – Über die Gestaltung von Filmtönen. Stein-Bockenheim 2009

Pieper, Frank: Das Effekte-Praxisbuch. München 2004²

Purcell, John: Dialogue Editing for Motion Pictures – A Guide to the Invisible Art. Amsterdam 2007

Raffaseder, Hannes: Audiodesign. München 2010

Watkinson, John: The Art of Digital Audio. Oxford 2005

Zeitschriften: Der Kameramann, Digital Production

Web: www.film-sound-design.de www.filmsound.org www.raffaseder.com/Sounddesign.html
www.allthatsounds.net www.slashcam.com

Compositing

Anderson, Gary H.: Video Editing and Post Production: a professional guide. Boston 1999

Avgerakis, George: Digital animation bible: creating professional animation with 3ds max, Lightwave and Maya. New York 2004

Böhnke, Alexander/Hüser, Rembert/Stanitzek, Georg (Hg.): Das Buch zum Vorspann: „The Title is a Shot“. Berlin 2006

Curran, Steve: Motion Graphics – graphic design for broadcast and film. Gloucester 2001

Diezmann, Tanja/Gremmler, Tobias: Raster für Bewegtbild. München 2005

Fontaine, Philippe: Adobe After Effects CS4: Das Praxisbuch zum Lernen und Nachschlagen. Bonn 2009

Friedrich, Hans-Edwin/Jung, Uli: Schrift und Bild im Film. Bielefeld 2002

Hickethier, Knut: Trailer, Teaser, Appetizer: zu Ästhetik und Design der Programmverbindungen im Fernsehen. Hamburg 1997

Klanten, Robert: Los Logos. Berlin 2009

Selby, Andrew: Animation in process. London 2009

Wright, Steve: Digital Compositing for Film and Video- Burlington 2006²

Zeitschriften: PAGE, digital Production

3-D-Animation

Asanger, Andreas: Cinema 4D 11: das Praxisbuch zum Lernen und Nachschlagen. Bonn 2009

Kerlow, Isaac V.: The art of 3-D computer animation and effects. Hoboken 2009⁴

Maus, Helge: Cinema 4D (11). Bonn 2008

White, Tony: Digitale Animation: vom Bleistift zum Pixel. Heidelberg 2008

Zabiegley, Matthias: 3D Animationen: Grundlagen, Konzepte, Methoden. Saarbrücken 2007

Web: www.creativecow.com www.3d.safe.com



Nr: MD 15	Pflichtmodul: Medienanalyse	Sprache: Deutsch		Credits: 9	
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 4	
		Workload: 270 Std.		Prüfungsform: Klausur (90)	
Voraussetzung für die Teilnahme: keine		Präsenz: 120 Std.	Selbststudium: 150 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Mediendramaturgie		Prof. Bernd Wolk			
Bildanalyse		Dipl.-Des. Berit Andronis			
Analyse des Bewegtbildes		Prof. Bernd Wolk			
Studiofotografie		LA Druwe/Polastri			
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Mediendramaturgie Die Vorlesung/Übung vermittelt die Grundzüge der Dramaturgie moderner Medien mit ihren jeweiligen Besonderheiten. Ausgehend von den klassischen dramaturgischen Erzählstrategien von Literatur, Theater, Film und Fernsehen werden Bezüge zu den neuen Medien und ihren spezifischen dramaturgischen Anforderungen und Inhalten hergestellt. Durch konkrete Übungen und Erzählexperimente erlernen die Studierenden die spannungsreiche Umsetzung von Online-Content wie auch die Methoden der narrativen Verdichtung bei Video-Games und die interaktiven Erzählformen für portable Endgeräte, wie z.B. Smartphones.					
Bildanalyse Die Wahrnehmung für Gestaltung wird durch Analyse von Gestaltungskonzepten und deren Umsetzung geschult. Studierende erfahren eine Förderung der Kreativität auf der Basis von analytischen Kenntnissen. Sie erlernen die Entwicklung kreativer Prozesse und deren Umsetzung. Einen thematischen Schwerpunkt bildet die Analyse abstrakter Inhalte, Bildzeichen und Zeichensystemen. Studierende verfügen über theoretische Erfahrungen zur Analyse von Bildern. Sie können mit diesen Erfahrungen ihre eigene Bildsprache weiterentwickeln.					
Analyse des Bewegtbildes Vorlesung/Übung haben zur Aufgabe die Studierenden für die verschiedenen Ausdrucks- und Erscheinungsformen des Bewegtbildes zu sensibilisieren, die Fähigkeit der analytischen Wahrnehmung zu entwickeln und daraus qualitative Beurteilungskategorien zur kritischen Bewertung und Analyse abzuleiten. An verschiedenen Beispielen für Bewegtbildprojekte aus Film, TV und Web werden die Studierenden geschult, objektivierbare Aussagen zu machen und eine argumentative Einschätzung zu erlangen, die über eine bloße Meinung hinausgeht. Verschiedene Interpretationsansätze, unter denen sich eine Bewegtbildproduktion verstehen lässt, werden vorgestellt und die Mehrdimensionalität der Bedeutung von AV-Produktion wird in ästhetischen, formalen und inhaltlichen Kategorien erörtert und diskutiert. Ziel ist es, hierbei den Studierenden effiziente Methoden zur Beurteilung ihrer eigenen Arbeiten an die Hand zu geben und damit ein Werkzeug zu kritischer Reflexion und Auseinandersetzung mit Medieninhalten zu schaffen.					

Studiofotografie

Vorlesung/Übung haben die Aufgabe, die Studierenden mit den Mitteln und den künstlerisch-gestalterischen Methoden der Set- und Studiofotografie vertraut zu machen und die Erfahrungen aus der Vorlesung/Übung Fotografie zu vertiefen. Dazu zählt der professionelle Umgang mit der Ausleuchtung und dem Arrangement über Bildkomposition, Geschichte der Großbildfotografie und Kameratechnik runden das Angebot ab.

Inhalte

Mediendramaturgie

- Klassische Erzählstrukturen beim Spiel- und Dokumentarfilm
- Ebenen des filmischen Erzählens
- Erzähltheorie und Diegese
- Dramaturgie bei Unternehmensfilmen und Werbung
- Multiplotstrukturen und interaktive Erzählformen
- Interaktive versus lineare Handlungen
- Narrative versus deskriptive Erzählstrukturen
- Medienspezifische dramaturgische Besonderheiten und technische Rahmenbedingungen von: Web/Online-Anwendungen; Smartphone/Softpad; IPTV und Games

Bildanalyse

Fallstudien von unterschiedlichen Werken der visuellen Kommunikation sollen mit dem methodischen Aufbau einer Bildanalyse (Syntaktik, Semantik, Pragmatik) erarbeitet werden. Hier gilt es Sicherheit in den Gesetzmäßigkeiten des Gestaltens zu erlangen. Das impliziert die Beschäftigung mit visuellen Phänomenen und grundlegenden Regeln, durch die Grafik und Design ihre Wirkung entfalten. Es gilt Bild- und Formsprachen (u.a. auch denotative und kanonative Bedeutung) sowie Designtechniken zu entdecken, zu analysieren und zu verstehen, um diese Erkenntnisse auf die eigene Arbeit zu übertragen.

Wahrnehmung und Sensibilität sollen für Formen, Strukturen, Proportionen, Rhythmen, Farben und Kontraste weiterentwickelt werden, welches für Werke unterschiedlicher Bereiche, wie Malerei, Siebdruck, Lithografie, Illustration, Fotografie usw., gilt. Des Weiteren sollen technische Aspekte erläutert werden, u.a. unterschiedliche Drucktechniken und deren spezifische Ausdrucksmöglichkeiten.

Analyse des Bewegtbildes

Werkzeuge der Interpretation und Arten der Filmanalyse:

- Empirisch-sozialwissenschaftliche Filmanalyse
- Systematische Filmanalyse

Kategorien der Bewegtbildanalyse und Interpretationsansätze:

- Medienimmanent und ästhetisch; soziologisch; psychologisch; ökonomisch

Untersuchung und Analyse an Beispielen:

- Spiel –und Dokumentarfilm
- Web-Produktionen und Interaktive Strukturen
- Multimediale Ansätze und Games

Medienästhetik, Montage, Kadrage, strukturelle und gesellschaftliche Zusammenhänge beim Bewegtbild; Konzeptionelle Untersuchungen im Hinblick auf ästhetische, formale und künstlerisch-gestalterische Ausdrucksmittel; weiterführende Betrachtungen anhand von medientheoretische Texten und Aufsätzen.

Studiofotografie

- Unterschiede zwischen Klein-, Mittel und Großformataufnahmen
- Konzeption von Bildmotiven und Bildkomposition
- Fotostudioteknik
- Einsatz von Objektiven und Kameras für Großformat
- Blitzaufnahmetechniken
- Gestalten mit Licht und Schatten in der Studiofotografie
- Professionelle Belichtungsmessung
- Kontrastbeherrschung und Zonensystem



- Filter in der SW- und Farbfotografie
- Einsatzbereiche der Großformat-Fotografie
- Das Bild des Menschen: Portrait und Persönlichkeit
- Großbild- und Studiofotografie für Mode und Werbung
- Belichtungs- und Belichtungsübungen am Set
- Ausgabeformate

Literatur und Arbeitsmaterialien

Mediendramaturgie

Bleicher, Joan K.: Fernsehstil: Geschichte und Konzepte. Münster 2010

Brugger, Elke: Die Multiplot-Struktur im Film. Möglichkeiten, eine Vielzahl von Geschichten zu verbinden und parallel zu erzählen. Münster 2010

Campbell, Joseph: Der Heros in tausend Gestalten. Frankfurt/Main 2009

Cowgill, Linda J.: Wie man Kurzfilme schreibt. Frankfurt/Main 2001

Freytag, Gustav: Die Technik des Dramas (Sonderausgabe). Darmstadt 2005

Grewe-Partsch, Marianne: Mediendramaturgie und Zuschauerverhalten. 1982

Heiser, Albert: Das Drehbuch zum Drehbuch: Erzählstrategien für Werbespots, -filme, Virals. Berlin 2009

Hentschläger, Ursula: Webdramaturgie: das audio-visuelle Gesamt ereignis. München 2002

Scolik, Reinhard/Wippersberg, Julia (Hg.): WebTV – Fernsehen auf neuen Wegen. Beiträge zu Bewegtbildern im Internet. Wien 2009

Stutterheim, Kerstin: Handbuch der Filmdramaturgie: Das Bauchgefühl und seine Ursachen. Frankfurt/Main 2009

Zag, Roland: Der Publikumsvertrag – Drehbuch, Emotion und der „human factor“. Konstanz 2010²

Bildanalyse

Arnheim, Rudolf: Kunst und Sehen: eine Psychologie des schöpferischen Auges. Berlin 2000

Casati, Roberto: Die Entdeckung des Schattens: die faszinierende Karriere einer rätselhaften Erscheinung. Berlin 2003

Jenny, Peter: Bildkonzepte: das wohlgeordnete Durcheinander. Main 2000

Heller, Eva: Wie Farben wirken: Farbpsychologie, Farbsymbolik, Kreative Farbgestaltung. Reinbek bei Hamburg 2009⁵

Itten, Johannes: Gestaltungs- und Formenlehre: mein Vorkurs am Bauhaus und später. Stuttgart 2007⁹

Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hg.): Kommunikation visuell: das Bild als Forschungsgegenstand – Grundlagen und Perspektiven. Köln 2001

Mante, Harald: Das Foto: Bildaufbau und Farbdesign. Gilching 2008

Panofsky, Erwin: Ikonographie und Ikonologie. Köln 2006

Panofsky, Erwin: Sinn und Deutung in der bildenden Kunst. Köln 2002

Pietraß, Manuela: Bild und Wirklichkeit: zur Unterscheidung von Realität und Fiktion bei der Medienrezeption. Opladen 2003

Schuster, Martin: Wodurch Bilder wirken: Psychologie der Kunst. Köln 2007

Welsch, Wolfgang: Grenzgänge der Ästhetik. Stuttgart 1996

Zimmert, Gerhard/Stipanits, Beate: Bildkomposition und Bildwirkung in der Fotografie. Heidelberg 2007

Analyse des Bewegtbildes

Adorno, Theodor W.: Prolog zum Fernsehen [1953]: www.nanoaesthetik.de/texte.adorno_fernsehen.pdf

Benjamin, Walter: Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit: Drei Studien zur Kultursoziologie. Berlin 2010

Faulstich, Werner: Einführung in die Filmanalyse. Tübingen 1994

Korte, Helmut: Einführung in die systematische Filmanalyse: ein Arbeitsbuch. Berlin 2001

Kühnel, Jürgen: Einführung in die Filmanalyse. Teil 1: Die Zeichen des Films: Siegen 2008³

McLuhan, Marshall: Understanding Media: The Extensions of Man. London 2010

McLuhan, Marshall: Das Medium ist die Botschaft. Dresden 2001

Mikos, Lothar: Film- und Fernsehanalyse. Konstanz 2008²

Monaco, James: Film verstehen: Kunst, Technik Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Neuen Medien. Reinbek bei Hamburg 2009

Postman, Neil: Wir amüsieren uns zu Tode: Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt/Main 2006

Steinmetz, Rüdiger: Filme sehen lernen – Grundlagen der Filmästhetik. Frankfurt/Main 2009

Montage AV-Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation
www.montage-av.de/a_005_2_14.html

Materialien zur Filmanalyse, www.horn-netz.de/seminare/filmanalyse/

Studiofotografie

Bloch, Christian: Das HDRI-Handbuch: High Dynamic Range Imaging für Fotografen und computergrafiker. Heidelberg 2008

Eibelshäuser, Eib: Fotografische Lichtgestaltung: bessere Fotos durch gekonnte Lichtführung. Heidelberg 2009

Freeman, Michael: Der fotografische Blick. Bildkomposition und Gestaltung. München 2008

Frizot, Michel: Neue Geschichte der Fotografie. Köln 1998

Gelfert, Michael: Fashion-Fotografie. Heidelberg 2010

Kraus, Helmut/Padeste, Romano: Digitale Highend-Fotografie: Grundlagen und Werkzeuge der professionellen Digitalfotografie. Heidelberg 2005²



Merz, Reinhard: Licht und Belichtung in der Fotografie. Heidelberg 2009²

Roggemann, Hendrik: Entfesselt blitzen – Kreative Fotografie mit Systemblitzen. Heidelberg 2010

Zimmert, Gerhard/Stipanits, Beate: Bildkomposition und Bildwirkung in der Fotografie. Heidelberg 2007



Nr: MD 16	Pflichtmodul: Kommunikationsmanagement	Sprache: Deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 4	
		Workload: 180 Std.		Prüfungsform: Klausur	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 90 Std.	Selbststudium: 90 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Unternehmenskommunikation		Prof. Prof. Voullième			
Corporate Design		Dipl.-Des. Berit Andronis			
Public Relations / Medienadäquates Text-Design		Prof. Olaf Hoffjann			
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Unternehmenskommunikation Die Studierenden lernen den Entwicklungsprozess und Nutzen sowie die Komplexität von Unternehmenskommunikation als strategisch definierte Corporate Communication nach innen und außen kennen. Ziel ist es, dass sie den modernen Kommunikationsmix von Print bis hin zu den digitalen Medien als ein strategisches Instrument der Unternehmensplanung begreifen, dass sowohl sämtliche zielgruppenrelevante Werbemaßnahmen umfasst als auch die Auseinandersetzung mit Stakeholdern im mittelbaren und unmittelbaren Unternehmensumfeld.					
Corporate Design Studierende erlernen, wie ein Markenauftritt initiiert wird und welche Faktoren bei der Konzeption bedacht werden müssen. Methoden zur Ideenfindung, angewandtes Gestalten, design-relevante Gesichtspunkte und die Analyse von Erscheinungsbildern ermöglichen den Studierenden einen Einblick in Markenkonzeptionen zu erlangen und eine eigene Konzeption angemessen umsetzen zu können.					
Public Relations / Medienadäquates Text-Design „Wertschöpfung durch Kommunikation“- so die Devise im Zeitalter des World Wide Web, das sich neben den klassischen Above-the-line-Maßnahmen anderer Kommunikationskanäle, anderer Vorgehensweisen der Informationsübertragung sowie anderer Controlling-Systeme als im 20. Jahrhundert bedient. Die Studierenden lernen die verschiedenen Optionen und Einsatzmöglichkeiten moderner Kommunikationsinstrumente, darunter insbesondere die Below-the-line-Maßnahmen im Social Media-Bereich, deren kommunikationswissenschaftliche Wirkungszusammenhänge sowie wissenschaftlich-theoretische Denkmodelle kennen. Die Kommunikation bestimmende Faktoren, wie z.B. Markenwert-/Image, Kundenbindung/-zufriedenheit oder Kundenpräferenzen am Point of Sale, werden ebenso vermittelt wie die Risiken und Chancen moderner PR-Arbeit mit Blick auf die prioritären (strategischen wie finanziellen) Unternehmensziele. Darüber hinaus lernen die Studierenden medienspezifische Unterschiede in der Ausdrucksweise kennen und anwenden, als einer der fundamentalen Fähigkeiten um überhaupt erfolgreich in diesem Wachstumssektor tätig zu sein.					
Inhalte					
Unternehmenskommunikation Medien in Unternehmen ermöglichen viele unterschiedliche interne und externe Einsatzbereiche, die über jeweils eine eigene Kommunikationsarchitektur verfügen. Wichtig ist vor allem die Klärung der Frage, welches Kommunikationsziel sich mit welchem Medium optimal verwirklichen lässt. Insbesondere durch die					

Verknüpfung von mehreren Mediengattungen wird versucht, die Effizienz von Kommunikationsdienstleistungen zu steigern.

Neben einer theoretischen Analyse von internen und externen Kommunikationsprozessen soll anhand verschiedener Medienanwendungsbereiche in Unternehmen die praktische Gestaltung erarbeitet werden. Insbesondere das Internet bietet viele neue Möglichkeiten zur Informationsvermittlung und Selbstdarstellung. Hohe Innovationspotenziale liegen im Bereich des Informationsabrufs durch die Informationsnutzer selbst. Über die Website eines Unternehmens oder einer Organisation können sich User 24 Stunden am Tag mit Informationen versorgen. Dies ermöglicht Unternehmen aber nicht nur einen direkten Einfluss auf ihre Kunden auszuüben, sondern bietet gleichzeitig die Möglichkeit, umfangreiche Informationen über das Rezipientenverhalten zu sammeln. Ein interessantes Beispiel sind in dieser Hinsicht z.B. Weblogs, die gezielt als Kommunikationsinstrument zu bestimmten Themen eingesetzt werden können.

Corporate Design

Corporate Design (als Teil der Corporate Identity) transportiert die Identität eines Unternehmens oder Institution durch ein strategisch definiertes Erscheinungsbild. Wie ein Unternehmen selbst flexibel auf Marktveränderungen reagiert, so unterliegt auch das Corporate Design einer beständigen Veränderung durch behutsame Anpassungen. Bei der Entwicklung eines Corporate-Designs sind nebst verschiedenen Entwurfs- und Kreativitätstechniken auch ein Wissen über den Umgang der Gestaltung der entsprechenden Medien von Bedeutung. Der Fokus liegt auf dem Firmenzeichen und der medienübergreifenden Anwendbarkeit. Die Studierenden sollen, um eine möglichst effiziente Ausführung des Corporate Designs gewährleisten zu können, einzelne visuelle Basiselemente sowie exemplarische Anwendungen in Form eines Corporate Design Manual zusammenstellen. Hier sollen verschiedene Gestaltungsansätze entworfen werden und ein finaler Entwurf soll reingezeichnet werden.

Public Relations / Medienadäquates Text-Design

Das zentrale Ziel eines Unternehmens ist die Gewinnmaximierung. Public Relations dient indirekt diesem Ziel, denn indem es sich dem strategischen, langfristigen Auf- und Ausbau von Beziehungen zwischen Unternehmen und seinen Stakeholdern widmet, ist es eines der entscheidenden Faktoren für den Unternehmenserfolg: Nur durch die permanente Kommunikation mit den (Massen-)Medien, Investoren, Public Affairs, etc. ist es überhaupt möglich, den Bekanntheitsgrad des Unternehmens auf- und auszubauen bzw. die gewonnene Reputation zu halten, zu erweitern.

In der Lehrveranstaltung werden Mittel und Wege sowie methodische Kommunikationsansätze moderner PR-Arbeit zur Erreichung dieses Zieles vermittelt. Im Fokus steht dabei das medien- und zielgruppenadäquate Aufbereiten von Informationen, das in Form von Issue-Management mehr denn je über Erfolg oder Misserfolg von Unternehmen entscheidet.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Unternehmenskommunikation

Birkigt, Klaus/Stadler, Marinus M. /Funck, H.J. (Hg.): Corporate Identity. Grundlagen – Funktionen – Fallbeispiele. München 2002¹¹

Brugger, Florian: Nachhaltigkeit in der Unternehmenskommunikation: Bedeutung, Charakteristika und Herausforderungen. Wiesbaden 2010

Bruhn, Manfred: Integrierte Unternehmenskommunikation und Markenkommunikation. Stuttgart 2009⁵

Bruhn, Manfred: Kommunikationspolitik: systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen. München 2010⁶

Göppel-Klein, Andrea (Hg.): Medien im Marketing: Optionen der Unternehmenskommunikation. Wiesbaden 2009

Hein, Frank Martin: Elektronische Unternehmenskommunikation. Frankfurt/Main 2008



Herbst, Dieter: Praxishandbuch Unternehmenskommunikation: professionelle Gestaltung - Kommunikation mit wichtigen Bezugsgruppen - Instrumente und spezielle Anwendungsfelder. Berlin 2004

Herger, Nikodemus: Vertrauen und Organisationskommunikation: Identität - Marke - Image – Reputation. Wiesbaden 2006

Holtz-Bacha, Christina (Hg.): Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden 2002

Mast, Claudia: Unternehmenskommunikation – ein Leitfaden. Stuttgart 2010⁹

Mast, Claudia/Huck, Simone/Güller, Karoline: Kundenkommunikation: ein Leitfaden. Stuttgart 2005

Merten, Klaus / Neujahr, Elke (Hg.): Handbuch der Unternehmenskommunikation. Köln 2007

Picot, Arnold/Fischer, Tim (Hg.): Weblogs professionell: Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld. Heidelberg 2006

Piwinger, Manfred (Hg.): Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden 2007

Schmid, Beat F. / Lyczek, Boris (Hg.): Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung. Wiesbaden 2006

Scholz, Christian (Hg.): Handbuch Medienmanagement. Berlin 2006

Streeck, Klaus: Management der Fantasie : Einführung in die werbende Wirtschaftskommunikation. Baden Baden 2010²

Wirtz, Bernd W.: Medien- und Internetmanagement. Wiesbaden 2011⁷

Wirtz, Bernd W. (Hg.): Handbuch Medien- und Multimediamanagement Wiesbaden 2003

Zerfaß, Ansgar: Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. 2010

Zerfaß, Ansgar (Hg.): Wertschöpfung durch Kommunikation: Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis / Jörg Pfannenbergl. Frankfurt/Main 2010

Corporate Design

Ambrose, Gavin/Harris, Paul: Design Thinking: Fragestellung, Recherche, Ideenfindung, Prototyping, Auswahl, Ausführung, Feedback. München 2010

Daldrop, Norbert W./Beyrow, Matthias/Kiedaisch, Petra (Hg.): Corporate Identity und Corporate Design: neues Kompendium. Ludwigsburg 2007

Hamann, Sabine: Logodesign. Heidelberg 2007²

Herbst, Dieter/Scheier, Christian: Corporate Imagery: wie Ihr Unternehmen ein Gesicht bekommt. Berlin 2007²

Herbst, Dieter: Corporate Identity: Das professionelle 1x1. Berlin 2009

Reins, Armin: Corporate Language: wie Sprache über Erfolg und Misserfolg von Marken und Unternehmen entscheidet. Mainz 2006

Public Relations / Medienadäquates Text-Design

Besson, Nanette Aimée: Strategische PR-Evaluation: Erfassung, Bewertung und Kontrolle von Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden 2008³

Deg, Robert: Basiswissen Public Relations: professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden 2009⁴



Fetting, Maryna: Theorien und Konzepte der PR. Öffentlichkeitsarbeit und interne Unternehmenskommunikation als Erfolgsfaktoren im Betrieb. Norderstedt 2009

Hettler, Uwe: Social Media Marketing. Marketing mit Blogs, Sozialen Netzwerken und weiteren Anwendungen des Web 2.0. München 2010

Immerschmitt, Wolfgang: Crossmediale Pressearbeit: Unternehmensbotschaften über klassischen und neue Kanäle gekonnt platzieren. Wiesbaden 2010

Immerschmitt, Wolfgang: Profil durch PR. Strategische Unternehmenskommunikation – vom Konzept zur CEO-Positionierung. Wiesbaden 2009

Jodeleit, Bernhard: Social Media Relations: Leitfaden für erfolgreiche PR-Strategien und Öffentlichkeitsarbeit im Web 2.0. Heidelberg 2010

Lies, Jan J. (Hg.): Public Relations: ein Handbuch. Konstanz 2008

Puttenat, Daniela: Praxishandbuch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden 2010

Ruisinger, Dominik: PR-Leitfaden für ein modernes Kommunikationsmanagement. Stuttgart 2008



Nr: MD 17	Pflichtmodul: Handlungskompetenz II	Sprache: Deutsch		Credits: 8	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 5	
		Workload: 240 Std.		Prüfungsform: Studienarbeit	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 90 Std.	Selbststudium: 150 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Medienrecht		Reimar Schmidt			
Wissensmanagement		Prof. Helmut Voullième			
Forum Multimedia		Prof. Helmut Voullième			
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Medienrecht Studierende lernen unterschiedliche Schutzrechte der Medienbranche kennen, darunter diejenigen, mit denen sie ihre eigenen Designleistungen schützen lassen können sowie solche, die es zwingend zu beachten gilt. Ziel ist es, das sie bereits bei der Planung und Produktion schutzrechtliche Maßnahmen berücksichtigen und parallel zum Fertigungsprozess der Leistungen einleiten.					
Wissensmanagement Die Studierenden werden zum selbstständigen Verfassen komplexer Studienarbeiten befähigt und zum Entwickeln eigener, produktiver Organisations- und Arbeitstechniken angeleitet – mit dem Ziel, das eigene Verhalten aktiv selbst zu gestalten und auf Prioritäten auszurichten. Dazu ist es notwendig, Planungs- und Organisationstechniken sowie verschiedene, wissenschaftliche Recherche-Techniken kennen und anwenden zu lernen, die ihnen helfen, ihr Wissen zu formulieren, zu visualisieren, zu präsentieren und zu moderieren.					
Forum Multimedia Studierende werden im Forum Multimedia durch Gastdozenten über aktuelle und zukünftige Entwicklungen in der Medienbranche informiert. Sie lernen mit Experten zu diskutieren und schärfen ihre Fähigkeit zur kritischen Reflexion.					
Inhalte					
Medienrecht Bei der Konzeption, der Realisierung und dem Vertrieb von Medienprodukten ist immer eine Reihe von Rechten zu beachten – die zum Schutz der eigenen Leistung sowie die zur Wahrung der Rechte anderer. Den Studierenden wird ein Überblick über die wichtigsten rechtlichen Aspekte vermittelt, die nicht zuletzt durch die Möglichkeiten im World Wide Web überaus komplex und kompliziert geworden sind. Anhand praktischer Beispiele werden u.a. das Urheberrecht, Markenrecht (in all seinen Facetten), Wettbewerbsrecht, Onlinerecht und Verbraucherschutzrecht thematisiert. Hierzu werden aktuelle Gesetzesänderungen analysiert sowie Haftungsprobleme, Vertragsentwürfe sowie relevante Gerichtsurteile diskutiert. Insbesondere letzteres soll das Bewusstsein für die Rechte anderer schärfen, die fast täglich, z.B. durch die einfache Handhabung von Copy and Paste, missachtet werden.					
Wissensmanagement Das Wissensmanagement führt in die komplexen Formen des wissenschaftlichen Arbeitens ein. Es werden vor allem die Verfahren des Arbeitens mit empirischen Methoden erläutert. Einen weiteren Bereich stellt die Recherche-Praxis dar. Zu untersuchen sind hier die vielfältigen Möglichkeiten der strukturierten Online-Recherche.					



Forum Multimedia

Im Forum Multimedia werden aktuelle Medienentwicklungen unter Einbeziehung von Gastdozenten diskutiert. Als Veranstaltungsform können regelmäßige Vorträge oder eine Tagung gewählt werden. Die Tagung wird von den Studierenden organisiert. Dabei kommen Instrumente des Tagungsmanagements zum Einsatz.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Medienrecht

Barton, Dirk-Michael: Multimediarecht. Stuttgart 2010

Fechner, Frank: Medienrecht: Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia. Tübingen 2011¹²

Hamm, Margaretha/Köhler, Dorothee/Riedel, Hergen/Sutthömer, Karin: Berufs- und Karriereplaner Medien und Kommunikation 2003/04 – für die Medienmacher von morgen. Wiesbaden 2003

Homan, Hans Jürgen: Praxishandbuch Filmrecht: ein Leitfaden für Film-, Fernseh- und Medienschaffende. Berlin 2009³

Homann, Hans-Jürgen: Praxishandbuch Musikrecht: ein Leitfaden für Musik- und Medienschaffende. Berlin 2007

Kobuss, Joachim: Existenzgründung und -sicherung für Designer. München 2006

Kobuss, Joachim: Erfolgreich als Designer: Designrechte international schützen und managen. Basel 2009

Koch, Uwe/Otto, Dirk/Rüdlin, Mark: Recht für Grafiker und Webdesigner: Verträge, Schutz der kreativen Leistung, Selbstständigkeit, Versicherungen, Steuern. Bonn 2011⁹

Loef, Robert: Zum Spannungsfeld zwischen Medienfreiheit und Persönlichkeitsschutz: Unterhaltungsöffentlichkeit und privates Medienrecht. Baden Baden 2009

Merx, Oliver (Hg.): Multimedia-Recht für die Praxis. Berlin 2002

Wissensmanagement

Andermann, Ulrich/Drees, Martin / Grätz, Frank: Duden: Wie verfasst man wissenschaftliche Arbeiten? Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich 2006³

Balzert, Helmut/Schäfer, Christian/Schröder, Marion/Kern, Uwe: Wissenschaftliches Arbeiten. Wissenschaft, Quellen, Artefakte, Organisation, Präsentation. Herdecke/Witten 2008

Brauner, Detlef Jürgen/Vollmer, Hans-Ulrich: Erfolgreiches wissenschaftliches Arbeiten. Seminararbeit – Bachelor-/Masterarbeit (Diplomarbeit) – Doktorarbeit. Sternenfels 2008³

Eco, Umberto: Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. Doktor-, Diplom- und Magisterarbeit in den Geistes- und Sozialwissenschaften. Heidelberg 2010¹³

Jele, Harald: Wissenschaftliches Arbeiten: Zitieren. München 2010³





Nr: MD 18	Pflichtmodul: Medienpraxis	Sprache: Deutsch		Credits: 15	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 5	
		Workload: 450 Std.		Prüfungsform: Projekt	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 30 Std.	Selbststudium: 420 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Konzeption und Qualitätssicherung dazu Wahlpflicht 1 aus 2: Interaktive Medien Bewegtbild		Prof. Helmut Voullième			
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen <p>Studierende sind in der Lage, Methoden, Konzepte und Werkzeuge des Qualitätsmanagements für Medien zu nutzen und können eigenverantwortlich ein komplexes Praxis-Projekt, nicht zuletzt aufgrund ihrer gewonnenen analytischen Fähigkeiten, zielgruppengerecht konzipieren und durchführen.</p> <p>Das Praxis-Projekt wiederum dient der Erstellung eines hochwertigen Medienproduktes aus den beiden Wahlpflichtbereichen: interaktive Medien und Bewegtbild. Es zeigt, dass die Studierenden befähigt sind, verschiedene Kreativtechniken zur Optimierung von Arbeitsergebnissen einzusetzen, und wie sie bereits im Vorfeld in Konzeptionsgesprächen differenzierte Kommunikationsfähigkeiten und Verhandlungsgeschick beweisen können. Darüber hinaus steigern sie ihre Kooperations- und Teamfähigkeit sowie ihr Zeit- und Selbstmanagement, welches letztlich der Qualität und Produktionsgeschwindigkeit ihrer Medienproduktion zu Gute kommt.</p>					
Inhalte <p>Das Modul dient der Differenzierung von Studienschwerpunkten. Aufgrund der Auswahl haben die Studierenden die Möglichkeit, eine spezifische Vertiefungsrichtung zu wählen. Sie haben die Möglichkeit, ihre bisher erworbenen theoretischen und praktischen Kenntnisse zu vertiefen, so dass sie mit fundiertem Fachwissen komplexe Projekte und Problemstellungen realisieren können.</p> <p>Die Studierenden entwickeln dazu eigene Anwendungen in einem thematisch bezogenen Arbeitsgebiet der medialen Kommunikation. Sie erhalten damit die Gelegenheit, ihr bisher angeeignetes theoretisches und praktischen Wissen projektorientiert umzusetzen.</p> <p>Die Konzeption und Realisierung eines zielgruppenadäquaten Inhaltsangebotes bilden die zentrale strategische Aufgabenstellung mit folgenden Schritten: Konzeptionsentwicklung, Inhaltsaufbereitung, Produktion und Evaluation. Sowohl die schriftliche Konzeption als auch das Produkt werden von einem Gutachterausschuss bewertet, der aus Hochschullehrern und Praktikern besteht.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien <p>Franz, Wolfgang A.W.: Handbuch der Multimedia-Produktion: Management & Controlling, Redaktion & Konzeption, Screendesign & Storyboard. München 1998</p> <p>Krömker, Heidi/Klimsa, Paul (Hg.): Handbuch Medienproduktion. Wiesbaden 2005</p> <p>Merx, Oliver (Hg.): Qualitätssicherung bei Multimedia-Projekten. Berlin/Heidelberg 1999</p>					







Nr: MD 19	Pflichtmodul: Kultur und Design	Sprache: Deutsch		Credits: 7	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 5	
		Workload: 210 Std.		Prüfungsform: Klausur (90)	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 90 Std.	Selbststudium: 120 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Designtheorie		Dr. Heike Hümme			
Kunstgeschichte		Dr. Heike Hümme			
Filmtheorie		Prof. Dr. Bernhard Wutka			
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Designtheorie Anhand einer Auswahl von Literatur aus dem designtheoretischen Bereich werden Studierende befähigt, aktuelle und historische Theorien zu diskutieren. Anhand von ausgewählten aktuellen Forschungsthemen werden im Modul zentrale Fragestellungen der Designtheorie verdeutlicht. Auf Grundlage der unterschiedlichen Theorien werden zentrale Begriffe unter Berücksichtigung ihrer historischen Entwicklung mit aktuellen Beispielen erlernt und verglichen. Dabei werden die Ansätze unter verschiedenen Aspekten betrachtet. Die so gewonnenen Erkenntnisse sind für die eigene Tätigkeit nutzbringend, ebenso soll Einsicht in die Zusammenhänge und Interessen die Studierenden zu einer Reflektion ihrer eigenen Arbeit hinführen.					
Kunstgeschichte Kunstgeschichte beschäftigt sich mit Kunstgegenständen vom 6. bis zum 21. Jahrhundert aus Europa und Nordamerika, wobei alle Kunstgattungen – Architektur, Plastik, Malerei/Grafik, Design, Fotografie, Film/ Video, Internetkunst - berücksichtigt werden. Ziel ist es, den Studierenden Einblicke in die Vielfalt der künstlerischen Aussagen zu geben und das Verständnis für deren (gesellschaftspolitische) Relevanz in der Zeit ihrer Entstehung bis heute zu wecken. Fragen, wie z.B. ‚Was ist Kunst?‘ und insbesondere ‚Warum soll ich mich als Medien-Designer mit ihr beschäftigen?‘, werden beantwortet. Ansätze zur eigenständigen methodischen Analyse, sei sie formal-stilistisch oder inhaltlich-ikonografisch, sollen ebenso vermittelt werden wie die Fähigkeit zur kritischen Reflexion, insbesondere mit Blick auf die eigene Kreativität. Ausgehend von den spezifisch kunsthistorischen Arbeitsweisen sollen überdies Kompetenzen entwickelt werden, Informationen schnell und umfassend zu recherchieren und das erarbeitete Wissen in übergeordnete Zusammenhänge verständlich in mündlicher und schriftlicher Form zu transferieren bzw. für eigene Präsentationen fundiert zu nutzen.					
Filmtheorie Die Vorlesung Filmtheorie vermittelt die grundlegenden semantischen und semiotischen Einheiten der Filmsprache und der theoretischen, mediensoziologischen und geschichtlichen Aspekte, die zum Verständnis von Filmen unterschiedlicher Genres, wie z.B. narrative, dokumentarischen und experimentellen Formaten, von Belang sind.					
Inhalte					
Designtheorie Die Funktion von Design wird von Theoretikern unterschiedlich aufgefasst. Dies gilt ebenfalls für die Differenzierung von Design zu anderen Schaffensbereichen. Theorien aus diesem Bereich sollen beleuchtet					

und diskutiert werden. Design orientiert sich i. d. R. an den Bedürfnissen der Menschen und schafft Neuerungen, ist also zukunftsgerichtet. Dies betrifft Bereiche, wie Ergonomie, Information, Didaktik bzw. praktische, formal-ästhetische oder zeichenhafte Funktionen u.a.. Ist es nun die reine Formgebung von Objekten im Sinne von „Verschönerung“ und Funktionalität? Oder geht es eher um wirtschaftliche Aspekte der Produktion und der ökonomischen Interessen? Soll ausschließlich das Konsumverhalten angeregt werden bzw. Kaufwünsche erzeugt oder sollen durch Design Produkte und Unternehmen voneinander differenziert werden? Ist dann von Design zu sprechen, wenn es die Unikat-Ebene verlässt und gestaltete Produkte (Grafik- oder Produktdesign) in die Serienproduktion gehen, bzw. Quantität und Qualität der Reproduktion eine Aussage darüber treffen, ob es sich um Design handelt oder nicht?

Kunstgeschichte

Die Vorlesung soll auf alle wichtigen Strömungen in der Kunst des 20.+ 21. Jahrhunderts aufmerksam machen. Da die Zahl der relevanten Kunstdenkmäler groß ist, ist ein exemplarischer Überblick anhand ausgewählter Beispiele aus den verschiedenen Gattungen entscheidend, um künstlerische Phänomene einordnen zu lernen. Die Herausforderung ist, fachspezifische Forschungspositionen kennen zu lernen, aber nicht in ein allzu enges Spezialistentum zu verfallen, so dass der Blick für Ästhetik geschärft wird, um eigene Ideen, darauf aufbauend, zu entwickeln.

Filmtheorie

- Formalismus / Expressionismus
- Wsewolod I. Pudowkin: Kontrast – Parallelität – Symbolismus – Gleichzeitigkeit – Leitmotiv
- Sergej M. Eisenstein: Dialektische Montage – Montage der Attraktionen – Intellektuelle Montage
- Bèla Balázs: Rhythmus und Bildführung, Montage der Assoziationen
- Rudolf Arnheim: Film versus Wirklichkeit
- André Bazin: Mise en Scène
- Jean Luc Godard: Nouvelle Vague und Pädagogik der Wahrnehmung
- Christian Metz: Syntagmentheorie
- Paolo Pasolini: Neorealismus
- Dokumentarische Ansätze: Cinema Verité und Direct cinema
- Hollywoodkino versus Autorenfilm
- Rainer Werner Fassbinden: Deutscher Realismus
- Lars von Trier: Dogmafilm

Literatur und Arbeitsmaterialien

Designtheorie

Beth, Thomas/ Jungnickel, Dieter/Lenz, Hanfried: Design Theory Vol. 1 + 2, Cambridge 1999²

Brandes, Uta/Erlhoff, Michael/Schemmann, Nadine: Designtheorie und Designforschung. Paderborn 2009

Buchholz, Kai/Theinert, Justus: Designlehren. Wege deutscher Gestaltungsausbildung. Stuttgart 2007

Götz, Matthias (Hg.): Der Tabasko-Effekt: Wirkung der Form, Formen der Wirkung. Basel 1999

Kunstgeschichte

Belting, Hans/Dilly, Heinrich, u.a. (Hg.): Kunstgeschichte. Eine Einführung. Berlin 2008

Frieling, Rudolf/Herzogenrath, Wulf (Hg.): 40JahreVideokunst.de Bremen/Düsseldorf 2006

Glasenapp, Jörn: Die deutsche Nachkriegsfotografie. München 2008

Grosenick, Uta /Seelig, Thomas (Hg.): Photo Art. Fotografie im 21. Jahrhundert. Köln 2007

Haustein, Lydia: Videokunst. München 2003

Heartney, Eleonor: Kunst & Gegenwart. Berlin 2008

Schneede, Uwe M.: Die Geschichte der Kunst im 20. Jahrhundert. Von den Avantgarden bis zur Gegenwart. München 2001

Thomas, Karin: Bis heute: Stilgeschichte der bildenden Kunst im 20. Jahrhundert. Köln 2004¹²

Filmtheorie

Arijon, Daniel: Grammatik der Filmsprache: das Handbuch. Frankfurt/Main 2003²

Arnheim, Rudolf: Film als Kunst (Nachdruck). Frankfurt/Main 2008

Balázs, Béla: Der sichtbare Mensch oder die Kultur des Films. Frankfurt/Main 2008

Bazin, André: Was ist Kino? Bausteine zur Theorie des Films. Köln 1975

Elsaesser, Thomas: Filmtheorie zur Einführung. Hamburg 2008²

Felix, Jürgen (Hg.): Moderne Film-Theorie. Mainz 2007³

Monaco, James: Film verstehen: Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Neuen Medien. Reinbek bei Hamburg 2009

Nowell-Smith, Geoffrey: Geschichte des internationalen Films (Sonderausgabe). Stuttgart 2006

Schleicher, Harald/Urban, Alexander (Hg.): Filme machen: Technik, Gestaltung, Kunst – klassisch und digital. Frankfurt/Main 2005



Nr: MD 20	Pflichtmodul: Praxisphase und Bachelor-Arbeit	Sprache: Deutsch		Credits: 30	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 6	
		Workload: 600 Std.		Prüfungsform: Hausarbeit	
	Voraussetzung für die Teilnahme: keine	Präsenz: 30 Std.	Selbststudium: 570 Std.		
Veranstaltungen		Dozent / Dozententeam (verantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Praxisphase mit Auswertung		Prof. Helmut Voullième			
Bachelor-Arbeit					
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<i>Praxisphase mit Auswertung</i> Durch die Mitarbeit in Unternehmen und Institutionen werden praxisbezogene Erfahrungen in das Studium eingebracht. Studierende lernen vor dem Hintergrund des Austausches mit den Kommilitonen ihr Praktikum im Unternehmen kritisch zu reflektieren. Sie setzen hierzu verschiedene Analysemethoden ein.					
<i>Bachelor-Arbeit</i> Studierende können ein komplexes Thema gestalterisch und wissenschaftlich bearbeiten sowie komplexe Sachverhalte diskutieren, visualisieren und moderieren. Die Abschlussarbeit bietet ihnen die Möglichkeit, erlernte Organisations- und Arbeitstechniken und vor allem ihr praktisches und wissenschaftlich fundiertes Wissen einzubringen.					
Inhalte					
<i>Praxisphase mit Auswertung</i> Die obligatorische 18-wöchige Praxisphase dient zur Vertiefung bereits erworbener Fähigkeiten und hilft den Studierenden bei der Schwerpunktfindung für die Bachelor-Arbeit. Die Auswertung der Praxisphase ermöglicht es den Studierenden, die eigenen Erfahrungen darzustellen und im Kontext von Frage- und Antwortstellung zu reflektieren.					
<i>Bachelor-Arbeit</i> In der Bachelor-Arbeit zeigen Studierende, dass sie dazu in der Lage sind, ein komplexes Thema des Medien-Design gestalterisch und wissenschaftlich zu bearbeiten und das Ergebnis zu dokumentieren. Die Verteidigung der eigenen Arbeit findet in einem Kolloquium statt.					



--

