

Titel des Moduls: Methoden und Strategien / Editorial Design I					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
ED FM1	480 h	16 CP	1. Semester	jährlich, Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	<p>Autorschaft und gestalterische Praxis im Editorial Design, Methoden und Strategien / Editorial Design I</p> <p>Pro Jahrgang ein Angebot von zwei Schwerpunkten (2 × 4 SWS) aus folgenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Magazingestaltung · Buchgestaltung · Interaktionsgestaltung 		2 × 4 SWS 144 h	336 h	15 Studierende
2	Lernergebnisse (Learning Outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Methoden und Didaktik: Erwerb, Anwendung, Erprobung und Reflexion grundsätzlicher Prinzipien und Abläufe relevanter Schritte (Milestones), Methoden, Techniken und Strategien des Entwurfsprozesses (u.a. Aufgabenstellung, Recherche, Konzeption, Layout, Entwurf, Realisation, Präsentation, Argumentation) anhand konkreter Gestaltungsprojekte, die in den jeweiligen Prozessschritten sowohl in Kleingruppen als auch in Einzelgesprächen erörtert und durch die Lehrenden fachlich unterstützt und begleitet werden.</p> <p>Nach erfolgreicher Beendigung dieses Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> · sie erlernen zusätzliche mediale Strategien aus den Bereichen Magazingestaltung, Buchgestaltung und Interaktionsgestaltung und können hier stringente Konzepte entwickeln und diese anwenden. <p>Zudem erlangen die Studierenden fundierte Kenntnisse</p> <ul style="list-style-type: none"> · von digitalen und analogen Workflows in der Produktion außergewöhnlicher Printmedien und Verarbeitungstechniken · im Umgang mit digitalen Medien, Verwendung von digitalen Tools, Social Media Anwendungen, erforschen von Formen digitaler Erweiterungen 				
3	Inhalte				
	<p>Das Modul ED FM1 legt den Schwerpunkt auf die Ausdrucksmöglichkeiten weiterer Dialekte der visuellen Kommunikation mit Schwerpunkt Editorial Design, wie Magazingestaltung / Corporate Publishing, Buchgestaltung und Buchforschung und Interactive Media sowie das publizieren anderer Formen und Formaten, von analog bis digital.</p> <p>Zudem ist es das Ziel, den Studierenden Möglichkeiten zu eröffnen in den unterschiedlichen publizistischen Aufgabengebieten adäquate Lösungen zu finden. Unterstützt wird dies durch die Vermittlung spezifischer Vermittlungsstrategien wie z.B. experimentelles Arbeiten mit außergewöhnlichen Produktionstechniken, ungewöhnlichen Materialien (Bedruckstoff, Farbe) oder nicht standardisierten Druckprozessen bis hin zur Einbettung von digitalen Anwendungen oder der Entwicklung ebensolcher.</p>				
4	Lehrformen				
	Seminare in Kleingruppen				

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Voraussetzungen; Inhaltlich: Keine Voraussetzungen
6	Prüfungsformen Modulprüfung: Präsentation der Projektarbeit mit Kolloquium
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Nachweis der erlangten Fachkompetenz anhand von Gestaltungsprojekt, Konzeptpapier und Präsentation
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote 30% des CP-Anteils dieses Moduls an Gesamt-CP aller Module ED M: $(16/66) \times 0,3 = 7,27\%$
10	Modulbeauftragter Prof. Harmsen Hauptamtlich Lehrende Prof. Graf, Prof. Harmsen, Prof. Hesse, Prof. an Huef, Prof. Walk, Prof. N.N. (CD), Prof. N.N. (GDG)

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen

Schwerpunkt Magazingestaltung

Forssmann, Friedrich; De Jong, Ralf, Detailtyografie. Mainz: Verlag Hermann Schmidt, 2004⁵

Heller, Steven: 100 Classic Graphic Design Journals. Laurence King Publishing, London 2014

Middendorp, Jan: Shaping Text. Bis Publishers, Amsterdam 2012

Müller-Brockmann, Josef: Raster-Systeme für die visuelle Gestaltung. Niggli, Salenstein 1996

Wachsmute, Nikola + Gläser, Heike: Editorial Design – Magazingestaltung: Der Leitfaden für Grafiker und Journalisten. Stiebner-Verlag, München 2015

Schwerpunkt Buchgestaltung

Haslam, Andrew, Handbuch des Buches – Konzeption, Design, Herstellung, Stiebner, 2007

Jurjevec-Koller (Hg.), Gabriele, Felderer, Brigitte, Stadler, Eva Maria: Sweethearts – Die Bibliothek als Kunstsammlung: Künstlerbücher und Künstlerpublikationen aus der Bibliothek der Angewandten, de Gruyter Verlag, 2018

Rautenberg, Ursula (Hg.), Reclams Sachlexikon des Buches. Stuttgart, Reclam, 2015

Tholen, Maret; Nicolas, Omar; Verleger, Hagen (Hg.), Dialog der Schrift: Autorschaft in der Gestaltung. Kiel: Raum für Publikation, Muthesius Kunsthochschule Kiel, 2011

Willberg, Hans Peter, Buchkunst im Wandel: die Entwicklung der Buchgestaltung in der Bundesrepublik Deutschland. Frankfurt: Stiftung Buchkunst Frankfurt am Main, 1984

Schwerpunkt Interaktionsgestaltung

Cooper, Alan [20144]: About Face: The Essentials of Interaction Design. Wiley & Sons, Indianapolis.

Hooper, Steven [2011]: Designing Mobile Interfaces. O'Reilly Media Inc., Sebastopol, CA.

Norman, Don [20132]: The Design of Everyday Things. Basic Books, New York.

Raskin, Jef [2001]: Das intelligente Interface. Neue Ansätze für die Entwicklung interaktiver Benutzerschnittstellen. Addison-Wesley, München.

Saffer, Dan [2008]: Designing Gestural Interfaces: Touchscreens and Interactive Devices. O'Reilly Media Inc., Sebastopol, CA.

Saffer, Dan [20092]: Designing for Interaction: Creating Innovative Applications and Devices. New Riders, Berkeley, CA.

Tidwell, Jenifer [20112]: Designing Interfaces. Patterns for Effective Interaction Design. O'Reilly Media Inc., Sebastopol, CA. <http://designinginterfaces.com>

Wigdor, Daniel [2011]: Brave NUI World: Designing Natural User Interfaces for Touch and Gesture. Morgan Kaufmann, Burlington, MA

Sonstige Literatur

Arnheim, Rudolf: Kunst und Sehen. Eine Psychologie des schöpferischen Auges. Berlin/New York: Walter de Gruyter, 2000³

Lang, Lothar: Buchkunst und Kunstgeschichte im 20. Jahrhundert: Grafik, Illustration, Malerbuch (Bibliothek des Buchwesens), Stuttgart, Hiersemann Verlag, 2005

Male, Alan: Illustration – Theorie und Zusammenhänge. München: Stiebner Verlag, 2008

Titel des Moduls: Instrumente Editorial Design I (analog/digital)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
ED FM2	240 h	8 CP	1. Semester	jährlich, Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	Instrumente Editorial Design I Spezifizierung, Entwicklung und Erprobung von individuellen konzeptionellen und gestalterischen Ausdrucks- und Mitteilungsformen in konkreten praxisbezogenen Gestaltungsprojekten. Pro Jahrgang ein Angebot von zwei Schwerpunkten (2 × 2 SWS) aus folgenden: · Magazingestaltung · Buchgestaltung · Interaktionsgestaltung		2 × 2 SWS 72 h	168 h	15 Studierende
2	Lernergebnisse (Learning Outcomes) / Kompetenzen				
	Methoden und Didaktik: Erwerb, Anwendung, Erprobung und Reflexion wesentlicher Prinzipien und Abläufe relevanter Etappen, Methoden, Techniken und Strategien des Entwurfsprozesses (u.a. Aufgabenstellung, Recherche, Skizze, Layout, Entwurf, Realisation, Präsentation, Argumentation) anhand konkreter Gestaltungsprojekte, die in den jeweiligen Prozessschritten sowohl in Kleingruppen als auch in Einzelgesprächen erörtert und durch die Lehrenden fachlich unterstützt und begleitet werden. Nach erfolgreicher Beendigung des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht: · Erlangen einer ausgeprägten Beurteilungs-, Interpretations- und Gestaltungskompetenz im Hinblick auf die besonderen Anforderungen der bearbeiteten Aufgabenstellungen in den jeweiligen Schwerpunktangeboten. · Aneignung und Ausformung eines individuellen, künstlerisch-gestalterischen Ausdrucks, einer besonderen und reflektierten Formensprache. · Fähigkeit der kritischen Reflektion gestalterischer und konzeptioneller Lösungen im Hinblick auf die spezifischen Anforderungen der Gestaltungsaufgabe (Zielgruppen/gesellschaftlicher Kontext). · Erwerb spezieller Kenntnisse und Fähigkeiten in den Bereichen Recherche, Analyse, Beurteilung und Bearbeitung von Bildern/Bildwelten, Bildredaktion, Sprache, literarische Strukturen, Vorlagen und Gattungen. · Erwerb der Fähigkeit, Inhalte sinnvoll zu strukturieren und in Blick auf Gestaltungsvorhaben, Zielsetzung und Adressaten kritisch zu hinterfragen und anzuwenden.				
3	Inhalte				
	Das Modul ED FM2 legt den Schwerpunkt auf die Untersuchung und Erprobung geeigneter spezifischer visueller Darstellungs- und Vermittlungsformen anhand konkreter praxisorientierter Gestaltungsprojekte sowie deren besonderer Anforderungen. Ziel ist es, den Studierenden Möglichkeiten zur Entwicklung einer eigenständigen, auf das Gestaltungsvorhaben bezogenen visuellen Handschrift zu eröffnen – sowohl konzeptionell als auch experimentell. Dies unter besonderer Berücksichtigung der jeweiligen Schwerpunkte, Ausdrucksformen und Zielgruppen sowie der spezifischen Anforderungen im Bereich der Publikation (analog/digital).				

4	Lehrformen Seminare in Kleingruppen
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: Keine Voraussetzungen; Inhaltlich: Keine Voraussetzungen
6	Prüfungsformen Modulprüfung: Präsentation der Projektarbeit mit Kolloquium
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Nachweis der erlangten Fachkompetenz anhand von Gestaltungsprojekt, Konzeptpapier und Präsentation
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote 30% des CP-Anteils dieses Moduls an Gesamt-CP aller Module ED M: $(8/66) \times 0,3 = 3,64\%$
10	Modulbeauftragter Prof. Graf Hauptamtlich Lehrende Prof. Graf, Prof. Harmsen, Prof. Hesse, Prof. an Huef, Prof. Walk, Prof. N.N. (CD), Prof. N.N. (GDG)

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen

Schwerpunkt Magazingestaltung

Forssmann, Friedrich; De Jong, Ralf, Detailtyografie. Mainz: Verlag Hermann Schmidt, 2004⁵

Heller, Steven: 100 Classic Graphic Design Journals. Laurence King Publishing, London 2014

Middendorp, Jan: Shaping Text. Bis Publishers, Amsterdam 2012

Müller-Brockmann, Josef: Raster-Systeme für die visuelle Gestaltung. Niggli, Salenstein 1996

Wachsmute, Nikola + Gläser, Heike: Editorial Design – Magazingestaltung: Der Leitfaden für Grafiker und Journalisten. Stiebner-Verlag, München 2015

Schwerpunkt Buchgestaltung

Müller-Brockmann, Josef, Raster-Systeme für die visuelle Gestaltung. Salenstein: Niggli, 1996

Forssmann, Friedrich; De Jong, Ralf, Detailtyografie. Mainz: Verlag Hermann Schmidt, 2004⁵

Wierschowski, Myriam, Hrsg. Leopold Hoesch Museum/ Papiermuseum Düren: Book Art in Europe 1. Buchobjekte aus Papier, Düren, 1993

Willberg, Hans Peter; Forssmann, Friedrich, Lesetypografie. Mainz: Verlag Hermann Schmidt, 2010⁵

Schwerpunkt Interaktionsgestaltung

Cooper, Alan [20144]: About Face: The Essentials of Interaction Design. Wiley & Sons, Indianapolis.

Hoover, Steven [2011]: Designing Mobile Interfaces. O'Reilly Media Inc., Sebastopol, CA.

Norman, Don [20132]: The Design of Everyday Things. Basic Books, New York.

Raskin, Jef [2001]: Das intelligente Interface. Neue Ansätze für die Entwicklung interaktiver Benutzerschnittstellen. Addison-Wesley, München.

Saffer, Dan [2008]: Designing Gestural Interfaces: Touchscreens and Interactive Devices. O'Reilly Media Inc., Sebastopol, CA.

Saffer, Dan [20092]: Designing for Interaction: Creating Innovative Applications and Devices. New Riders, Berkeley, CA.

Tidwell, Jenifer [20112]: Designing Interfaces. Patterns for Effective Interaction Design. O'Reilly Media Inc., Sebastopol, CA. <http://designinginterfaces.com>

Wigdor, Daniel [2011]: Brave NUI World: Designing Natural User Interfaces for Touch and Gesture. Morgan Kaufmann, Burlington, MA

Sonstige Literatur

Klanten, Robert; Hellige, Henrik: illusive – contemporary illustration part 3. Berlin: Gestalten, 2010²

Kentridge William: Six Drawing Lessons, Harvard University Press, Cambridge Massachusetts, 2014

Kretschmer, Hubert: Archive Artist Publications, AAP Blog, <http://www.artistbooks.de>

Wiedemann, Julius (Hrsg.): illustration now! – volume 2. Köln: TASCHEN GmbH, 2010

Titel des Moduls: Wissenschaften Master I					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
ED WM1	180 h	6 CP	1. Semester	jährlich, Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	Mediale Theorien: Medienwissenschaftliche, Designwissenschaftliche und kunstwissenschaftliche Theorien und Methoden		2 SWS / 36 h	144 h	15 Studierende
2	Lernergebnisse (Learning Outcomes) / Kompetenzen				
	<ul style="list-style-type: none"> · Fähigkeit zu einer phänomenologischen, rezeptionsästhetischen und hermeneutisch-analytischen Auseinandersetzung mit dem medienspezifischen Themenspektrum des Editorialdesigns · Kenntnisse sowie die Fähigkeit die Spezifika des Gestaltungsprozesses im Editorialdesign in Hinblick auf verschiedene Erzähltheorien zu analysieren, zu reflektieren und kritisch zu diskutieren · Kenntnis des gängigen Wissenschaftsbegriffes und die Fähigkeit der Übertragung auf das Editorialdesign · Verständnis der wissenschaftstheoretischen Termini sowie Fähigkeit des Nachvollzuges der wissenschaftstheoretischen Ansätze · Vertrautheit mit den wichtigsten aktuellen Theorien und Methoden im Kommunikationsdesign im Allgemeinen sowie im Editorialdesign im Besonderen 				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> · Darstellung, Definition, Reflexion und Diskussion des Editorialdesignbegriffes in Hinblick auf unterschiedliche Erzähltheorien im globalisierten kulturellen Kontext und in neuen Medienökologien · Darstellung der Besonderheiten des Gestaltungsprozesses im Editorialdesign (u.a. narrative Strategien und auktoriale Konzepte des Story-Tellings, Text-Bild-Interaktionen, narratives User-Interface-Modell; interaktive, performative, nicht-/lineare, wie immersive Erzählstrukturen, Narration in Cross-Media und digitalen Erweiterungen) · Schwerpunkt Kommunikationstheorie: Darlegung, Analyse und Vermittlung ausgewählter richtungsweisender Themen zu Theorie und Praxis der medialen Kommunikation sowie beispielhafte Implementierung theoretischer Aussagen, methodischer Fragen und die Besonderheit kommunikativer Techniken und Narrative auf das Editorialdesign 				
4	Lehrformen				
	Vorlesungen und Seminare				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Formal: Keine Voraussetzungen; Inhaltlich: Keine Voraussetzungen				
6	Prüfungsformen				
	Modulprüfung				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Referat, Hausarbeit, Klausur.				

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote 30% des CP-Anteils dieses Moduls an Gesamt-CP aller Module ED M: $(6/66) \times 0,3 = 2,73\%$
10	Modulbeauftragter Prof. Dr. Scorzin, M.A. Hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bohn, Prof. Dr. Scorzin, Prof. Dr. N.N.
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen Oliver Ruf: Storytelling für Designer. Stuttgart 2018 Jörg Colberg: Understanding Photobooks. The Form and Content of the Photographic Book. New York / London 2017 Gedruckt und erblättert. Das Fotobuch als Medium ästhetischer Artikulation seit den 1940er Jahren (Schriftenreihe des Studienzentrums der Moderne – Bibliothek Herzog Franz von Bayern am Zentralinstitut für Kunstgeschichte, Band 3), hrsg. von B. Dogramaci et al. Köln 2016 Telling Tales: Contemporary Narrative Photography (Kat. San Antonio: McNay Art Museum 2016) Francesco Franchi/ Christian Rocca (Eds.): The Intelligent Lifestyle Magazine: Smart Editorial Design, Storytelling and Journalism. Köln 2016 Gregory Currie: Narratives and Narrators. A Philosophy of Stories. Oxford 2010 Rick Altman: A Theory of Narrative. New York 2008 Nicole Mahne: Transmediale Erzähltheorie: Eine Einführung. Göttingen 2007

Titel des Moduls: Methoden und Strategien / Editorial Design II					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
ED FM3	480 h	16 CP	2. Semester	jährlich, Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	<p>Autorschaft und gestalterische Praxis im Editorial Design, Methoden und Strategien / Editorial Design II</p> <p>Pro Jahrgang ein Angebot von zwei Schwerpunkten (2 × 4 SWS) aus folgenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Magazingestaltung · Buchgestaltung · Interaktionsgestaltung 		2 × 4 SWS 144 h	336 h	15 Studierende
2	Lernergebnisse (Learning Outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Methoden und Didaktik: Nachweis der erfolgreichen Aneignung der für die eigenständig erstellte Projektarbeit relevanten Prinzipien, Abläufe, Methoden, Techniken sowie Strategien in den einzelnen Etappen des Entwurfsprozesses inklusive umfangreicher Recherche und Dokumentation im Rahmen weitestgehend selbstständiger Arbeitsweise und entsprechender unterstützender Begleitung durch die jeweiligen Lehrenden in Form von Einzel- und Gruppengesprächen.</p> <p>Nach erfolgreicher Beendigung dieses Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Kompetenz in der Recherche, Analyse und Beurteilung sowie Bearbeitung redaktioneller Felder, von Foto/Bild, Grafik, Illustration bis hin zu Text, d.h. sie können Inhalte kritisch strukturieren, beurteilen sowie selbst erstellen · virtuos mit den differenzierten gestalterischen Dialekten umzugehen (analog & digital) · sie sind in ihrer Autorschaft gefestigt und können vielschichtige Präsentationen für vielfältige medialen Anwendungsbereiche entwickeln: Storytelling, Buch, Magazin, Publikation, Internet, Blog, etc., sowie ihr Projekt umfassend zielgruppenorientiert vorstellen und verteidigen · verlegerisch zu denken und Vertriebsstrukturen und Mechanismen zu kennen · ein Netzwerk professioneller Kontakte aufbauen und pflegen 				
3	Inhalte				
	<p>Das 2. Semester gilt, neben der Vorbereitung des Masterprojektes, der Autorschaft und der Präzisierung gestalterischer Strategien und Dialekte im Bereich Publikation / Editorial Design wie Magazingestaltung, Buchgestaltung und Interaktionsgestaltung.</p> <p>Es beinhaltet neben der Vorbereitung des eigenen Masterprojektes die Vertiefung des zweiten Editorial Design Schwerpunktes in der Ausdifferenzierung einer gestalterischen Haltung im medialen Gebrauch. Professionelle Kernkompetenzen wie Networking, Kundenpflege und Selbstmarketing sind ebenso erlernt worden wie die Ausarbeitung medialer Präsentationen in den Strategien digitale Medien, Ton/AV und Publikation.</p>				
4	Lehrformen				
	Seminare in Kleingruppen				

5	Teilnahmevoraussetzungen Formal und inhaltlich: Erfolgreiche Teilnahme des Moduls ED FM 1 in den jeweils gleichen Jahrgangsschwerpunkten.
6	Prüfungsformen Modulprüfung: Präsentation der Projektarbeit mit Kolloquium
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Nachweis der erlangten Fachkompetenz anhand von Gestaltungsprojekt, Konzeptpapier und Präsentation
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote 30% des CP-Anteils dieses Moduls an Gesamt-CP aller Module ED M: $(16/66) \times 0,3 = 7,27\%$
10	Modulbeauftragter Prof. Harmsen Hauptamtlich Lehrende Prof. Graf, Prof. Harmsen, Prof. Hesse, Prof. an Huef, Prof. Walk, Prof. N.N. (CD), Prof. N.N. (GDG)

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen

Schwerpunkt Magazingestaltung

Bossart, Hans Rudolf, Der typografische Raster. Niggli, Salenstein 2000

Caldwell, Cash: Editorial Design: Digital & Print. Gestalten, Berlin 2014

Franchi, Francesco + Rocca Christian: The Intelligent Lifestyle Magazine: Smart Editorial Design, Storytelling and Journalism. Gestalten, Berlin 2016

French, Francesco: Designing News: Changing the World of Editorial Design and Information Graphics. Gestalten, Berlin 2013

Klanten, Robert: Behind the Zines. Self-Publishing Culture, Gestalten, Berlin 2011

Leslie, Jeremy: The Modern Magazine: Visual Journalism in the Digital Era. Laurence King Publishing, London 2013

Trios, Teal: Fanzines. Thames & Hudson, London 2010

Zappaterra, Yolanda: Editorial Design. Stiebner-Verlag, München 2008

Schwerpunkt Buchgestaltung

Dreesen, Markus und Grumm, Lina (Hg.), Liner Notes. Gespräche über das Büchermachen, Leipzig: Spector Books, 2009

Nikkels, Walter. Der Raum des Buches. Köln: Tropen Verlag, 1998

Pamminger, Walter, Der Exzess des Buches. Hochschule für Grafik und Buchkunst, Leipzig, 2007

Sperling, Jörg, Wallenburg, Ullrich und neun weitere (Hg.) Brandenburgische Kunstsammlungen Cottbus: Zwischen den Seiten: Künstlerbücher und Buchobjekte, Cottbus 1992

White, Jan V., Editing by Design: Word-and-picture communication for editors and designers. Bowker, 1974

Schwerpunkt Interaktionsgestaltung

Hooper, Steven [2011]: Designing Mobile Interfaces. O'Reilly Media Inc., Sebastopol, CA.

Saffer, Dan [2008]: Designing Gestural Interfaces: Touchscreens and Interactive Devices. O'Reilly Media Inc., Sebastopol, CA.

Saffer, Dan [2009]: Designing for Interaction: Creating Innovative Applications and Devices. New Riders, Berkeley, CA.

Tidwell, Jenifer [2012]: Designing Interfaces. Patterns for Effective Interaction Design. O'Reilly Media Inc., Sebastopol, CA. <http://designinginterfaces.com>

Wigdor, Daniel [2011]: Brave NUI World: Designing Natural User Interfaces for Touch and Gesture. Morgan Kaufmann, Burlington, MA

Sonstige Literatur

Glaser, Milton: Milton Glaser – Kunst ist Arbeit. Hamburg: Gingko Press Verlags GmbH, 2000

Helmut Lortz Denkzettel. Eine Anleitung zum Sehen, Zeichnen und Denken. Mainz: Verlag Hermann Schmidt, 2003

Lindauer, Armin (Redaktion), Institut für Designwissenschaft am Fachbereich Gestaltung der Fachhochschule Mannheim, Hochschule für Technik und Gestaltung (Hrsg.)

Titel des Moduls: Instrumente Editorial Design II (analog/digital)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
ED FM4	240 h	8 CP	2. Semester	jährlich, Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	Instrumente Editorial Design II Spezifizierung, Entwicklung und Erprobung von individuellen konzeptionellen und gestalterischen Ausdrucks- und Mitteilungsformen in konkreten praxisbezogenen Gestaltungsprojekten. Pro Jahrgang ein Angebot von zwei Schwerpunkten (2 × 2 SWS) aus folgenden · Magazingestaltung · Buchgestaltung · Interaktionsgestaltung		2 × 2 SWS 72 h	168 h	15 Studierende
2	Lernergebnisse (Learning Outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Methoden und Didaktik: Vertiefung, Anwendung, und Reflexion wesentlicher Prinzipien und Abläufe relevanter Etappen, Methoden, Techniken und Strategien des Entwurfsprozesses (u.a. Aufgabenstellung, Recherche, Skizze, Layout, Entwurf, Realisation, Präsentation, Argumentation) anhand konkreter Gestaltungsprojekte, die in den jeweiligen Prozessschritten sowohl in Kleingruppen als auch in Einzelgesprächen erörtert und durch die Lehrenden fachlich unterstützt und begleitet werden.</p> <p>Nach erfolgreicher Beendigung des Moduls haben die Studierenden ihre Kompetenzen in Bezug auf eine ausgeprägte Beurteilungs-, Interpretations- und Gestaltungskompetenz im Hinblick auf die besonderen Anforderungen der Aufgabenstellungen in den jeweiligen Schwerpunkten erweitert und vertieft.</p> <ul style="list-style-type: none"> · Sie haben ihren individuellen gestalterischen Ausdruck, ihre besondere und reflektierte Formensprache weiter ausgeformt und gefestigt · Sie haben Ihre Fähigkeit, gestalterische und konzeptionelle Lösungen im Hinblick auf die speziellen Anforderungen der Gestaltungsaufgaben in den unterschiedlichen Schwerpunkten kritisch zu reflektieren, ausgebaut und gefestigt · In den Bereichen Recherche, Analyse, Beurteilung und Bearbeitung von Bildern/Bildwelten, Bildredaktion, Sprache, literarische Strukturen, Vorlagen und Gattungen haben die Studierenden ihre Kenntnisse erweitert und vertieft. · Sie haben ihre Fähigkeit ausgebaut und gefestigt, Inhalte sinnvoll zu strukturieren und im Hinblick auf Gestaltungsvorhaben, Zielsetzung und Adressaten kritisch zu hinterfragen 				
3	Inhalte				
	<p>Das Modul ED FM4 legt den Schwerpunkt auf die Untersuchung und Erprobung geeigneter spezifischer visueller Darstellungs- und Vermittlungsformen anhand konkreter praxisorientierter sowie freier Gestaltungsprojekte und deren besonderen Anforderungen. Ziel ist es, die Studierenden bei der Festigung einer eigenen, auf das Gestaltungsprojekt bezogenen visuellen Handschrift zu unterstützen – sowohl konzeptionell als auch experimentell – unter besonderer Berücksichtigung der jeweiligen Schwerpunkte, Ausdrucksformen und Zielgruppen sowie der spezifischen Anforderungen im Bereich der Gestaltung oder Publikation.</p>				

4	Lehrformen Seminare in Kleingruppen
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal und inhaltlich: Erfolgreiche Teilnahme des Moduls ED FM 2 in den jeweils gleichen Jahrgangsschwerpunkten.
6	Prüfungsformen Modulprüfung: Präsentation der Projektarbeit mit Kolloquium
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Nachweis der erlangten Fachkompetenz anhand von Gestaltungsprojekt, Konzeptpapier und Präsentation
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote 30% des CP-Anteils dieses Moduls an Gesamt-CP aller Module ED M: $(8/66) \times 0,3 = 3,64\%$
10	Modulbeauftragte Prof. Hesse Hauptamtlich Lehrende Prof. Graf, Prof. Harmsen, Prof. Hesse, Prof. an Huef, Prof. Walk, Prof. N.N. (CD), Prof. N.N. (GDG)

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen

Schwerpunkt Magazingestaltung

Bossart, Hans Rudolf, Der typografische Raster. Salenstein: Niggli, Salenstein 2000

Leslie, Jeremy: The Modern Magazine: Visual Journalism in the Digital Era: Laurence King Publishing, London 2013

Trios, Teal: Fanzines: Thames & Hudson, London 2010

Kwanten, Robert: Behind the Zines: Self-Publishing Culture, Gestalten, Berlin 2011

Schwerpunkt Buchgestaltung

Tschichold, Jan, Ausgewählte Aufsätze über Fragen der Gestalt des Buches und der Typographie. Basel: Birkhäuser Verlag, 1975

Bossart, Hans Rudolf, Der typografische Raster. Salenstein: Niggli, 2000

De Jong, Stephanie und Ralf, Schriftwechsel: Schrift sehen, verstehen, wählen und vermitteln. Mainz: Verlag Herrmann Schmidt, 2011

Finger, Zuzana, Hrsg. Grüner, Rainer: Erinnerungen. Memories. Vzpominky.: Künstlerbücher aus der Sammlung Reinhard Grüner, München, Icon Verlag 2015

Dr. von Seckendorff, Eva und Mundorff, Angelika, Hrsg. Stadtmuseum Fürstfeldbruck: Künstlerbücher. Die Sammlung Rainhard Grüner, Fürstfeldbruck, 2004

Schwerpunkt Interaktionsgestaltung

Hooper, Steven [2011]: Designing Mobile Interfaces. O'Reilly Media Inc., Sebastopol, CA.

Saffer, Dan [2008]: Designing Gestural Interfaces: Touchscreens and Interactive Devices. O'Reilly Media Inc., Sebastopol, CA.

Saffer, Dan [2009²]: Designing for Interaction: Creating Innovative Applications and Devices. New Riders, Berkeley, CA.

Tidwell, Jenifer [2011²]: Designing Interfaces. Patterns for Effective Interaction Design. O'Reilly Media Inc., Sebastopol, CA. <http://designinginterfaces.com>

Wigdor, Daniel [2011]: Brave NUI World: Designing Natural User Interfaces for Touch and Gesture. Morgan Kaufmann, Burlington, MA

Sonstige Literatur

Ruddigkeit, Rabban; Verlag Herman Schmidt (Hrsg.): Freistil. Das Buch der Illustratoren.

Mainz: Verlag Hermann Schmidt, 2014

Art Directors Club Verlag GmbH (Hrsg.): Das Jahrbuch 2017 des Art Directors Club für Deutschland e.V. Berlin: Art Directors Club GmbH, 2017

Finger, Zuzana, Hrsg. Grüner, Rainer: Erinnerungen. Memories. Vzpominky.: Künstlerbücher aus der Sammlung Reinhard Grüner, München, Icon Verlag 2015

Dr. von Seckendorff, Eva und Mundorff, Angelika, Hrsg. Stadtmuseum Fürstfeldbruck: Künstlerbücher. Die Sammlung Rainhard Grüner, Fürstfeldbruck, 2004

Titel des Moduls: Wissenschaften Master II					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
ED WM2	180 h	6 CP	2. Semester	jährlich, Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	Mediale und narrative Theorien: · Autorenschaft und Inszenierung · Ethik und Ästhetik des Editorial Design in medialen Kontexten		2 SWS / 36 h	144 h	15 Studierende
2	Lernergebnisse (Learning Outcomes) / Kompetenzen				
	Nach erfolgreicher Beendigung dieses Moduls haben die Studierenden folgende Kompetenzen erlangt: <ul style="list-style-type: none"> · Befähigung zur kritischen Diskussion, Reflexion, Vermittlung und Bewertung von verschiedenen richtungsweisenden Modellen der Autorenschaft im Editorialdesign · wissenschaftstheoretische Auseinandersetzung mit spezifischen Gestaltungsprozessen im Editorialdesign, die zu sichtbarer und erkennbarer Autorenschaft führen · Kenntnis von und Anwenden von für das Editorialdesign relevantem Wissen auf der Basis anderer wissenschaftlichen Disziplinen (Philosophie, Medienwissenschaft, Soziologie, Psychologie, Kunst- und Kulturwissenschaften u.a.) · Neben künstlerisch-gestalterischer literale Kompetenz 				
3	Inhalte				
	<ul style="list-style-type: none"> · Darstellung, Analyse und forschungsorientierte Diskussion verschiedener Ansätze der Generierung von Autorenschaft im Editorialdesign · Überblick über die für das Autorendesign relevanten Wissenschaften, ihre Grundlagen, Konzepte, Diskurse und Methoden für die Werkgenese im Editorialdesign · Anwendung wissenschaftlicher Methoden zur Bewertung, Rezeption und Kritik von (individueller oder kollektiver/multipler) Autorenschaft im Editorialdesign · Theorien, Methoden und Praktiken der Autorenschaft zwischen Hermeneutik, Poststrukturalismus und Netzwerktheorie, Narratologie und Fiktionstheorie, Gattungswissen und Inszenierungsstrategien · Epistemische Dimensionen des Editorialdesigns, die explizit auf Autorenschaft basieren 				
4	Lehrformen				
	Vorlesungen und Seminare				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Formal und inhaltlich: Erfolgreiche Teilnahme des Moduls ED WM1				
6	Prüfungsformen				
	Modulprüfung				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Referat, Hausarbeit, Klausur				

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote 30% des CP-Anteils dieses Moduls an Gesamt-CP aller Module ED M: $(6/66) \times 0,3 = 2,73\%$
10	Modulbeauftragter Prof. Dr. Scorzin, M.A. Hauptamtlich Lehrende Prof. Dr. Bohn, Prof. Dr. Scorzin, Prof. Dr. N.N.
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen Matthias Schaffrick/ Marcus Wieland (Hg.): Theorien und Praktiken der Autorschaft (spectrum Literaturwissenschaft / spectrum Literature, Band 47) (Berlin 2017) Christel Meier/ Martina Wagner Egelhaaf (Hg.): Autorschaft: Ikonen - Stile - Institutionen (Berlin 2012) Fotis Jannidis: Texte zur Theorie der Autorschaft (Stuttgart 2009) Corina Caduff (Hrsg.): Autorschaft in den Künsten: Konzepte - Praktiken - Medien (Zürich 2008) Ann-Kristin Mehnert: Walter Benjamins Produktionsbegriff in 'Der Autor als Produzent'. Eine Textdiskussion (GRIN Verlag 2017)

Titel des Moduls: Master Thesis					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
ED FM5	720 h	24 CP	3. Semester	jährlich, Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	Betreuung Master-Projektarbeit 2 Angebote à 2 SWS in den belegten Schwerpunkten des Editorial Design		2 × 2 SWS 72 h	648 h	15 Studierende
2	Lernergebnisse (Learning Outcomes) / Kompetenzen <p>Methoden und Didaktik: Nachweis der erfolgreichen Aneignung der für die eigenständig erstellte Projektarbeit relevanten Prinzipien, Abläufe, Methoden, Techniken sowie Strategien in den einzelnen Etappen des Entwurfsprozesses inklusive umfangreicher Recherche und Dokumentation im Rahmen weitestgehend selbstständiger Arbeitsweise und entsprechender unterstützender Begleitung durch die jeweiligen Lehrenden in Form von Einzel- und Gruppengesprächen.</p> <p>Nach erfolgreicher Beendigung des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Befähigung zur eigenständigen Konzeption und Gestaltung beispielhafter und komplexer Kommunikationsszenarien in den belegten Schwerpunkten des Editorial Design unter besonderer Berücksichtigung der eigenen Autorenschaft. · Nachweis einer individuellen visuellen Formensprache, einer »persönlichen Handschrift«. · Befähigung zur eigenständigen Identifikation relevanter Problemfelder sowie innovativer Umgang mit gegebenen Parametern und Strukturen. · Professioneller Umgang mit Codes, Bildern, Sprache, Text und Typografie als Ausdrucksmittel im Rahmen der Transformation selbst erarbeiteter Themen. · Erwerb der Fähigkeit, ein gestalterisch-wissenschaftliches Thema prägnant formulieren und diskutieren zu können. · Befähigung zur selbstständigen Erstellung der Master-Thesis im Hinblick auf die wissenschaftlichen und konzeptionellen Grundlagen der Master-Projektarbeit inklusive Begründung der Lösungskonsequenzen sowie umfangreiche Recherche und Dokumentation als Korrespondenztext oder eigene Abhandlung. · Nachweis der Fähigkeit, die erstellte Masterarbeit im Rahmen des Abschlusskolloquiums professionell präsentieren (Ausstellung, Publikation, Multimedia-Präsentation), evaluieren und argumentativ verteidigen zu können. 				
3	Inhalte <p>Projektarbeit als Formulierung der gestalterischen Fragestellung im medienspezifischen Kontext und Ausarbeitung bis hin zur fertigen Präsentation.</p> <p>Schriftliche Arbeit (Thesis) als Korrespondenztext oder eigene Abhandlung inkl. umfangreicher Recherche und Dokumentation.</p>				
4	Lehrformen <p>Eigenständige Entwicklung der Master-Arbeit (Projektarbeit und Thesis) unter minimaler Supervision (Besprechungen/Korrekturen im Umfang von 2 × 2 SWS).</p>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>Formal und inhaltlich: Erfolgreiche Teilnahme aller Module in den ersten beiden Semestern in den jeweils gleichen Jahresschwerpunkten.</p>				

6	Prüfungsformen Präsentation und Verteidigung der Master-Projektarbeit sowie der Master-Thesis im Rahmen des abschließenden Kolloquiums.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Erstellen einer komplexen praktischen Projektarbeit mit ausgearbeiteter professioneller Präsentation (Buch, Magazin, Animation, Ausstellung, einfacher oder interaktiver Multimedia-Präsentation, Film o.ä.) und der dazugehörigen Thesis.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote Master-Projekt 40%, Master-Thesis 15%, Kolloquium 15% Master-Projekt: 12 CP, Master-Thesis: 8 CP, Master-Kolloquium 4 CP
10	Modulbeauftragter Prof. Graf Hauptamtlich Lehrende Prof. Graf, Prof. Harmsen, Prof. Hesse, Prof. an Huef, Prof. Walk, Prof. N.N. (CD), Prof. N.N. (GDG)
11	Sonstige Informationen Literaturempfehlungen Esselborn-Krummbiegel, Helga: Von der Idee zum Text. Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben. UTB, Stuttgart 2008 ³

Titel des Moduls: Praxisorientierung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
ED PM1	180 h	6 CP	3. Semester	jährlich, Sommersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	Gruppengröße
	Praxisorientierung: Projekte aus der Praxis Berufliche Praxis und Unternehmensgründung im Bereich Editorial Design		2 SWS / 36 h	144 h	15 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Nach erfolgreicher Beendigung des Moduls haben die Studierenden folgende Lernziele erreicht:				
	<ul style="list-style-type: none"> · Einblick in und Verständnis von Strukturen, Organisationsformen und Workflows im Bereich des Editorial Design (Verlage, Bild- & Presseagenturen, Redaktionen, Designbüros etc.) · Formale und rechtliche Grundlagen der Unternehmensgründung im Bereich Editorial Design · Aufbau und Pflege eines professionellen Netzwerks · Vernetztes Arbeiten in Teams bzw. an verschiedenen Standorten 				
3	Inhalte				
	Das Modul ED PM1 bietet einen Einblick in die berufliche Praxis des Editorial Design. Es werden Kontakte hergestellt zu mittleren und großen Unternehmen der Branche. Auf Exkursionen und in Workshops vor Ort wird den Studierenden ein vertiefender Einblick in interne Abläufe vermittelt und es werden professionelle Kontakte geknüpft. Ebenso werden formale, organisatorische sowie rechtliche Grundlagen bei der Unternehmensgründung und -führung erörtert.				
4	Lehrformen				
	Seminare in Kleingruppen, ggf. Referate, Vorträge oder Exkursionen und Workshops				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Formal und inhaltlich: Erfolgreiche Teilnahme aller Module in den ersten beiden Semestern in den jeweils gleichen Jahresschwerpunkten.				
6	Prüfungsformen				
	Modulprüfung: Kolloquium mit Präsentation				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Nachweis der erlangten Fachkompetenzen durch Dokumentation und Präsentation inklusive Konzeptpapier und kritischer Reflektion.				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)				
	Keine				
9	Stellenwert der Note für die Endnote				
	30% des CP-Anteils dieses Moduls an Gesamt-CD aller Module ED M: $(6/66) \times 0,3 = 2,73\%$				
10	Modulbeauftragter				
	Prof. Walk				
	Hauptamtlich Lehrende				
	Prof. Graf, Prof. Harmsen, Prof. Hesse, Prof. an Huef, Prof. Walk, Prof. N.N. (CD), Prof. N.N. (GDG)				

11 Sonstige Informationen

Literaturempfehlungen

Förster, Achim. Urheberrecht: Eine Einführung in die rechtlichen Grundlagen kreativer Tätigkeit (Bamberger Studien zu Literatur, Kultur und Medien, Band 11). Bamberg 2014

Hackenberg, Helga. Social Entrepreneurship – Social Business: Für die Gesellschaft unternehmen. Wiesbaden 2011

Kobuss, Jochaim und Alexander Bretz. Erfolgreich als Designer – Designbusiness gründen und entwickeln. Birkhäuser 2017

Pfennig, Gerhard. Kunst, Markt und Recht: Einführung in das Recht des Kunstschaffens und der Verwertung von Kunst (Berliner Bibliothek zum Urheberrecht). Berlin 2010