
Hochschule Augsburg

Fakultät für Gestaltung

Masterstudiengang

Design- und Kommunikationsstrategie

Modulhandbuch



Module des Masterstudiengangs Design- und Kommunikationsstrategie

	1. Semester	2. Semester	3. Semester
Modul	Strategische Planung	Mensch, Gesellschaft, Kommunikation	Kulturtheorie
	Mediensysteme	Unternehmen, Produkt, Kommunikation	Sprachwissenschaft
	Workshop 1 3	2 4	Rhetorik
			Dokumentation
	Masterprojekt 1	2	Unternehmensgründung und -führung
	Masterseminar 1	2	Masterarbeit
Workload	30 ECTS	30 ECTS	30 ECTS



Inhalt

Modul Strategische Planung	6
Modul Mediensysteme	8
Modul Mensch, Gesellschaft, Kommunikation	10
Modul Unternehmen, Produkt, Kommunikation	12
Modul Workshop 1 bis 4	14
Modul Masterseminar 1 und 2	16
Modul Masterprojekt 1 und 2	18
Modul Kulturtheorie	20
Modul Sprachwissenschaft	22
Modul Rhetorik	24
Modul Dokumentation	26
Modul Unternehmensgründung und -führung	28
Modul Masterarbeit	30

Modul Strategische Planung

Fachkürzel:	A1
-------------	----

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Doris Binger
--------------------------	------------------------

Dozent(in):	Prof. Wörgötter, Prof. Bergmann, Prof. Müllner, Prof. Stoll, Prof. Bufler
-------------	--

Semester:	1. Semester
-----------	-------------

Studienabschnitt:	Der Master DKS ist nicht in Studienabschnitte unterteilt.
-------------------	---

Kreditpunkte:	5 ECTS
---------------	--------

Arbeitsaufwand	Präsenzstudium: 4 SWS
	Eigenstudium: 5,3 Stunden pro Woche
	Gesamtaufwand: 8,3 Stunden pro Woche

Lehrform:	Su (seminaristischer Unterricht), S (Seminar), Ü (Übung), Pr (Praktikum) und Eigenstudium
-----------	--

Prüfung:	StA (Studienarbeit): wird semesterbegleitend sowohl während des Unterrichts, als auch selbständig zu Hause angefertigt.
----------	--

Noten:	Die Notenziffern 1,0 bis 5,0 um 0,3 erniedrigt oder erhöht, wobei die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 ausgeschlossen sind.
--------	---

Gewichtung:	Die Note der oben genannten Prüfung bildet die Modulendnote.
-------------	--

Modulabschluss:	Das Modul schließt mit der oben genannten Prüfung ab.
-----------------	---

Verwendbarkeit:	Dieses Modul findet nur im Masterstudiengang »Design- und Kommunikationsstrategie« Verwendung.
-----------------	---

Voraussetzungen:	keine
------------------	-------



Modul Strategische Planung

Inhalt: Den Studierenden werden die Grundprinzipien strategischen Denkens und Handelns vermittelt. Dabei finden die unterschiedlichsten Lebensbereiche vornehmlich in Fallstudien Beachtung. Die Themenfelder strategische Konzeption, Denkmethodik, Innovationsgenerierung, Spieltheorie stehen im Mittelpunkt der Betrachtung und werden exemplarisch sowohl in gestalterischen Zusammenhängen als auch in anderen Themenbereichen analysiert und angewendet. Weitere Themenfelder sind Wettbewerbsstrategien, Lernstrategien, Methoden Systemischer Analyse.

Lernziel: Die Studierenden sind in der Lage, strategische Denkmodelle und Innovationsprozesse selbständig und im Team zu entwickeln und Kommunikationskonzepte kritisch zu betrachten.

Modul Mediensysteme

Fachkürzel:	A2
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Doris Binger
Dozent(in):	Prof. Dr. Binger, Prof. Bergmann, Prof. Stoll, Prof. Wörgötter
Semester:	1. Semester
Studienabschnitt:	Der Master DKS ist nicht in Studienabschnitte unterteilt.
Kreditpunkte:	5 ECTS
Arbeitsaufwand	Präsenzstudium: 4 SWS Eigenstudium: 5,3 Stunden pro Woche Gesamtaufwand: 8,3 Stunden pro Woche
Lehrform:	Su (seminaristischer Unterricht), S (Seminar), Ü (Übung), Pr (Praktikum) und Eigenstudium
Prüfung:	StA (Studienarbeit): wird semesterbegleitend sowohl während des Unterrichts, als auch selbständig zu Hause angefertigt.
Noten:	Die Notenziffern 1,0 bis 5,0 um 0,3 erniedrigt oder erhöht, wobei die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 ausgeschlossen sind.
Gewichtung:	Die Note der oben genannten Prüfung bildet die Modulendnote.
Modulabschluss:	Das Modul schließt mit der oben genannten Prüfung ab.
Verwendbarkeit:	Dieses Modul findet nur im Masterstudiengang »Design- und Kommunikationsstrategie« Verwendung.
Voraussetzungen:	keine



Modul Mediensysteme

Inhalt: Für die Planung von Kommunikationsmaßnahmen ist es von zentraler Bedeutung, die Mechanismen der Mediengesellschaft und die Funktionsweisen von Mediensystemen mit ihren politischen, ökonomischen und sozialen Rahmenbedingungen zu kennen. Dazu werden in diesem Seminar die gesellschaftliche Relevanz von Printmedien und von den technisch-apparativen Medien Fotografie, Film, Radio, Fernsehen und Online-Medien erörtert und die Medialität und Intermedialität der Einzelmedien betrachtet. Transmediale Prozesse finden hierbei besondere Beachtung. Wie diese Medien in einem System zusammenwirken, wird beispielhaft an nationalen und internationalen Mediensystemen analysiert. Da dieses Seminar gleichermaßen anwendungsbezogen ist, setzen sich die Studierenden auf der Basis der theoretischen Reflexionen mit medienspezifischen Problemstellungen gestalterisch auseinander und entwickeln neue Medienkonzepte oder neue Medienstrategien. Eine kritische Reflexion aktueller Medienströmungen ist hierfür notwendig.

Lernziel: Die Studierenden lernen in medienspezifischen und kommunikationsstrategischen Zusammenhängen zu denken und zu planen. Darüberhinaus werden sie befähigt, komplexe medienübergreifende Problemstellungen zu erkennen und dafür kreative und innovative Lösungen zu suchen.

Modul Mensch, Gesellschaft, Kommunikation

Fachkürzel:	A3
-------------	----

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Doris Binger
--------------------------	------------------------

Dozent(in):	Prof. Dr. Binger, Prof. Bergmann, Prof. Stoll, Prof. Wörgötter
-------------	--

Semester:	2. Semester
-----------	-------------

Studienabschnitt:	Der Master DKS ist nicht in Studienabschnitte unterteilt.
-------------------	---

Kreditpunkte:	5 ECTS
---------------	--------

Arbeitsaufwand	Präsenzstudium: 4 SWS
	Eigenstudium: 5,3 Stunden pro Woche
	Gesamtaufwand: 8,3 Stunden pro Woche

Lehrform:	Su (seminaristischer Unterricht), S (Seminar), Ü (Übung), Pr (Praktikum) und Eigenstudium
-----------	---

Prüfung:	StA (Studienarbeit): wird semesterbegleitend sowohl während des Unterrichts, als auch selbständig zu Hause angefertigt.
----------	---

Noten:	Die Notenziffern 1,0 bis 5,0 um 0,3 erniedrigt oder erhöht, wobei die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 ausgeschlossen sind.
--------	--

Gewichtung:	Die Note der oben genannten Prüfung bildet die Modulendnote.
-------------	--

Modulabschluss:	Das Modul schließt mit der oben genannten Prüfung ab.
-----------------	---

Verwendbarkeit:	Dieses Modul findet nur im Masterstudiengang »Design- und Kommunikationsstrategie« Verwendung.
-----------------	--

Voraussetzungen:	keine
------------------	-------



Modul Mensch, Gesellschaft, Kommunikation

Inhalt: In diesem Seminar betrachten die Studierenden nicht nur den Menschen in seiner persönlichen und kulturellen Prägung, sondern auch die sozialen Prozesse, die zwischen Menschen ablaufen und die gesamtgesellschaftliche Prozesse beeinflussen. Dazu werden soziologische, kultur- und sozialanthropologische Fragestellungen erörtert und ganz konkrete Aspekte der mentalen Programmierung von Gesellschaften thematisiert. Werte, Rituale, Symbole werden daher näher betrachtet und ihre Bedeutung für kommunikatives Handeln anhand von Aufgabenstellungen konkretisiert.

Weil Medien immer mehr Bereiche des gesellschaftlichen Lebens durchdringen, werden in diesem Seminar auch bekannte Kommunikationsstrukturen und -strategien überdacht und nach innovativen Lösungen gesucht, vor allem was räumliches, zeitliches, verbales und non-verbales Handeln anbelangt.

Lernziel: Die Studierenden lernen verschiedene Formen menschlichen und kulturellen Handelns kennen und kulturelle Denk- Fühl- und Handlungsmuster zu verstehen. Sie werden befähigt, aktuelle gesamtgesellschaftliche Prozesse kritisch zu reflektieren und in Kommunikationsprozesse umzusetzen. Das Aufspüren von neuen Kommunikationsformen in einer zunehmend virtuell geprägten Welterschließung zählt zu den wichtigsten Lernzielen.

Modul Unternehmen, Produkt, Kommunikation

Fachkürzel:	A4
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Doris Binger
Dozent(in):	Prof. Wörgötter, Prof. Bergmann, Prof. Müllner, Prof. Stoll,
Semester:	2. Semester
Studienabschnitt:	Der Master DKS ist nicht in Studienabschnitte unterteilt.
Kreditpunkte:	5 ECTS
Arbeitsaufwand	Präsenzstudium: 4 SWS Eigenstudium: 5,3 Stunden pro Woche Gesamtaufwand: 8,3 Stunden pro Woche
Lehrform:	Su (seminaristischer Unterricht), S (Seminar), Ü (Übung), Pr (Praktikum) und Eigenstudium
Prüfung:	StA (Studienarbeit): wird semesterbegleitend sowohl während des Unterrichts, als auch selbständig zu Hause angefertigt.
Noten:	Die Notenziffern 1,0 bis 5,0 um 0,3 erniedrigt oder erhöht, wobei die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 ausgeschlossen sind.
Gewichtung:	Die Note der oben genannten Prüfung bildet die Modulendnote.
Modulabschluss:	Das Modul schließt mit der oben genannten Prüfung ab.
Verwendbarkeit:	Dieses Modul findet nur im Masterstudiengang »Design- und Kommunikationsstrategie« Verwendung.
Voraussetzungen:	keine



Modul Unternehmen, Produkt, Kommunikation

Inhalt: Kommunikationsstrategien basieren auf Marketingkonzepten und unternehmerischen Zielsetzungen. Die Studierenden lernen deshalb verschiedene strategische Modelle der Unternehmensführung kennen. Dieses Wissen bildet die Grundlage für eine intensive Auseinandersetzung mit den verschiedenen Kommunikationsdisziplinen und -instrumenten sowie Themen aus dem Bereich der Unternehmens- und Markenkommunikation. Einen weiteren Themenschwerpunkt bildet das Management von Kreativ- und Veränderungsprozessen (change management) sowie das Innovationsmanagement (Designer als Produktentwickler).

Lernziel: Die Studierenden lernen, formulierte Unternehmenskonzepte nicht einfach als Design- und Kommunikationsagenten auszuführen, sondern sie aktiv mitzugestalten und unternehmens- wie produktspezifische Strategien eigenständig zu entwickeln.

Modul Workshop 1-4

Fachkürzel:	D1, D2, D3 und D4
Modulverantwortliche(r):	Prof. Kai Bergmann
Dozent(in):	Je nach Thema oder Ausrichtung des einzelnen Workshops wechselnde interne oder externe Dozenten.
Semester:	1. und 2. Semester
Studienabschnitt:	Der Master DKS ist nicht in Studienabschnitte unterteilt.
Kreditpunkte:	3 ECTS
Arbeitsaufwand	Präsenzstudium: 3 SWS Eigenstudium: 2,8 Stunden pro Woche Gesamtaufwand: 5 Stunden pro Woche
Lehrform:	Su (seminaristischer Unterricht), S (Seminar), Ü (Übung), Pr (Praktikum) und Eigenstudium
Prüfung:	Ln (Leistungsnachweis): die genauen Anforderungen des Leistungsnachweises werden im Studienplan definiert.
Noten:	Die Notenziffern 1,0 bis 5,0 um 0,3 erniedrigt oder erhöht, wobei die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 ausgeschlossen sind.
Gewichtung:	Die Note der oben genannten Prüfung bildet die Modulendnote.
Modulabschluss:	Das Modul schließt mit der oben genannten Prüfung ab.
Verwendbarkeit:	Dieses Modul findet nur im Masterstudiengang »Design- und Kommunikationsstrategie« Verwendung.
Voraussetzungen:	keine

Modul Workshop 1-4

Inhalt: In den vier Workshops des Masterstudiengangs werden die für design- und künstlerisch orientierte Kommunikations- und Innovationsprozesse unabdingbaren handwerklichen und gestalterischen Fähigkeiten vermittelt, vertieft oder experimentell ausgelotet.

Der sinnlich-materiale Umgang mit unterschiedlichsten Gestaltungsthemen und -methoden (z. B. Editorial Design, Filmschnitt, Schrift, Siebdruck, Fotografie, Kunstinstallationen, oder z. B. Körperkommunikation, etc.) ist eine wichtige Voraussetzung für das Verstehen innovativer Gestaltungsprozesse.

Gewählt werden können, sowohl projektbegleitende Workshops zur Vertiefung von künstlerischen oder gestalterischen Kenntnissen und praktischen Fertigkeiten, als auch Workshops zur Vermittlung neuer, auch fachfremder, Kenntnisse.

Schwerpunktmäßig werden technische und methodische Fähigkeiten innerhalb experimenteller Fragestellungen vermittelt.

Lernziel: Die Studierenden erwerben hier für die Bearbeitung des Masterprojekts wichtige zusätzliche Kenntnisse und praktische Fertigkeiten.

Darüber hinaus soll über die Mitbestimmung bei den Workshopinhalten die Eigenverantwortung und Selbstentscheidung der Studierenden unterstützt werden.

Durch die Selbstorganisation der Workshops werden die Studierenden zu Projektmanagement und Teamarbeit, aber auch Partizipation und Selbstbestimmung angeregt.

Modul Masterseminar 1 und 2

Fachkürzel:	B1 und B2
-------------	-----------

Modulverantwortliche(r):	Prof. Kai Bergmann
--------------------------	--------------------

Dozent(in):	Prof. Kai Bergmann, Prof. Ulrich Fleischmann, Prof. Hans Heitmann, Prof. Doris Binger, Prof. Michael Wörgötter
-------------	--

Semester:	1. und 2. Semester
-----------	--------------------

Studienabschnitt:	Der Master DKS ist nicht in Studienabschnitte unterteilt.
-------------------	---

Kreditpunkte:	4 ECTS
---------------	--------

Arbeitsaufwand	Präsenzstudium:	4 SWS
	Eigenstudium:	3,7 Stunden pro Woche
	Gesamtaufwand:	6,7 Stunden pro Woche

Lehrform:	Su (seminaristischer Unterricht), S (Seminar), Kolloquium
-----------	---

Prüfung:	Präs (Präsentation): am Ende des Semesters wird von den Studierenden das Ergebnis ihres Masterprojekts präsentiert.
----------	---

Noten:	Die Notenziffern 1,0 bis 5,0 um 0,3 erniedrigt oder erhöht, wobei die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 ausgeschlossen sind.
--------	--

Gewichtung:	Die Note der oben genannten Prüfung bildet die Modulendnote.
-------------	--

Modulabschluss:	Das Modul schließt mit der oben genannten Prüfung ab.
-----------------	---

Verwendbarkeit:	Dieses Modul findet nur im Masterstudiengang »Design- und Kommunikationsstrategie« Verwendung.
-----------------	--

Voraussetzungen:	keine
------------------	-------

Modul Masterseminar 1 und 2

Inhalt: Das Masterseminar orientiert sich am klassischen Doktorandenkolloquium und bietet ein semesterübergreifendes Forum für die Studierenden zum Austausch, gemeinsamen Arbeiten, zum Präsentieren und Diskutieren der Masterprojekte. In der Präsentation der Masterprojekte werden Themenwahl, Theorien, Methoden und Zwischen- bzw. Endergebnisse vorgestellt und anschließend in einer offenen Diskussion mit allen Kolloquiumsteilnehmern besprochen.

Darüberhinaus werden auf Vorschlag der Studierenden und Dozenten Frage- und Problemstellungen aus unterschiedlichsten Wissenschaftsdisziplinen erörtert (Design, Kunst, Kultur, Philosophie, Semiotik, u.a). Des Weiteren bietet das Masterseminar den Studierenden die Möglichkeit der Selbstorganisation ihres Studiums (Workshops, Exkursionen, etc.), sich über Methoden des Selbststudiums auszutauschen, aber auch persönliche oder gruppendynamische Probleme im Studium anzusprechen und zu klären.

Lernziel: Im Masterseminar werden die Studierenden zur theoretisch-kritischen Auseinandersetzung mit der eigenen Arbeit und mit künstlerischen, wissenschaftlichen und gesellschaftlichen Themen angeleitet. In der Disputation des eigenen Masterprojekts wird der Studierende befähigt, einen wissenschaftlich-gestalterischen Diskurs in methodisch und logisch einwandfreier Argumentation zu führen. Er soll lernen, interdisziplinäres Denken für komplexe Aufgaben einzusetzen.

Die Offenheit für innovative Fragestellungen, die Selbstständigkeit des Denkens als auch das Selbstbewusstsein bei der Verteidigung (defensio) der eigenen künstlerischen, gestalterischen oder wissenschaftlichen Position werden ausdrücklich gefördert. Die konzeptionelle und soziale Kompetenz werden ebenso unterstützt wie die Entwicklung einer freien, kritischen und kreativen (Gestalter) Persönlichkeit.

Modul Masterprojekt 1 und 2

Fachkürzel:	C1 und C2
Modulverantwortliche(r):	Prof. Hans Heitmann
Dozent(in):	sämtliche hauptamtlich Lehrenden der Fakultät für Gestaltung
Semester:	1. und 2. Semester
Studienabschnitt:	Der Master DKS ist nicht in Studienabschnitte unterteilt.
Kreditpunkte:	9 ECTS
Arbeitsaufwand	Präsenzstudium: 0 SWS Eigenstudium: 15 Stunden pro Woche Gesamtaufwand: 15 Stunden pro Woche
Lehrform:	individuelle Projektarbeit
Prüfung:	StA (Studienarbeit): wird semesterbegleitend sowohl während des Unterrichts, als auch selbständig zu Hause angefertigt.
Noten:	Die Notenziffern 1,0 bis 5,0 um 0,3 erniedrigt oder erhöht, wobei die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 ausgeschlossen sind.
Gewichtung:	Die Note der oben genannten Prüfung bildet die Modulendnote.
Modulabschluss:	Das Modul schließt mit der oben genannten Prüfung ab.
Verwendbarkeit:	Das Modul ist ausschließlich im Masterstudiengang Design- und Kommunikationsstrategie verwendbar.
Voraussetzungen:	Zum erfolgreichen Abschluss des Moduls werden einerseits die gestalterischen und künstlerischen, wissenschaftlichen, konzeptionellen und methodischen Kompetenzen vorausgesetzt, welche die Masterstudierenden im Bachelor- oder Diplomstudium erworben haben, andererseits während der Teilnahme am Masterseminar erlernt bzw. erarbeitet haben.

Modul Masterprojekt 1 und 2

Inhalt: Die Masterprojekte 1 und 2 bilden zusammen mit dem Masterseminar und der Masterthesis den Kern des Studiengangs. Die Studierenden haben hier die Möglichkeit, praktische Projektaufgaben, die einen Bezug zu Problemstellungen von Design, Kommunikation und Innovation aufweisen, aber auch freie künstlerische oder wissenschaftliche Themen allein oder als Teil einer Projektgruppe zu erarbeiten. Das Masterprojekt kann entweder künstlerisch-gestalterischen oder wissenschaftlich-theoretischen Charakter haben. Eine projektbegleitende Recherche und theoriekritische Auseinandersetzung mit der gewählten Thematik wird erwartet. Die Themen von Projektarbeiten können von den Studierenden, von den betreuenden Dozenten oder von externen Personen oder Organisationen vorgeschlagen werden. Projektthema und -umfang werden in Absprache mit den betreuenden Dozenten individuell festgelegt. Bei der Themenwahl wird den Studierenden größtmögliche Freiheit zum eigenständigen Erkunden neuer Forschungs- und Experimentierfelder eingeräumt. Das Projekt kann sowohl dezidiert anwendungsbezogen als auch experimentell aufgefasst werden. Der Schwerpunkt kann ziel- oder prozessorientiert gesetzt werden: entweder auf ein in sich geschlossenes Werk als Endergebnis oder auf den experimentellen Forschungs- und Innovationsprozess selbst.

Lernziel: Ziel ist die eigenständige Erarbeitung eines gestalterischen, künstlerischen oder wissenschaftlichen Themas als methodische, aber auch inhaltliche Vorbereitung auf die Masterarbeit. Kenntnis der relevanten Forschungsliteratur, der üblichen Arbeitsweise des Fachgebiets, das Ziehen belastbarer Rückschlüsse sowie die Einbettung der eigenen Arbeit in den Design-, Kunst- und/oder Wissenschaftsdiskurs werden erwartet. Im Masterprojekt erwirbt der Studierende die Kompetenz, anspruchsvolle und komplexe Problemstellungen, sowohl konzeptionell, als auch praktisch und organisatorisch zu lösen, und erhält die Möglichkeit, sich zu einer eigenständigen Gestalterpersönlichkeit zu entwickeln.

Modul Kulturtheorie

Fachkürzel:	E 1
Modulverantwortliche(r):	Prof. Michael Wörgötter
Dozent(in):	Prof. Ulrich Fleischmann, Prof. Dr. Doris Binger
Semester:	3. Semester
Studienabschnitt:	Der Master DKS ist nicht in Studienabschnitte unterteilt.
Kreditpunkte:	3 ECTS
Arbeitsaufwand	Präsenzstudium: 2 SWS Eigenstudium: 3,5 Stunden pro Woche Gesamtaufwand: 5 Stunden pro Woche
Lehrform:	Su (seminaristischer Unterricht), S (Seminar), Ü (Übung), Pr (Praktikum) und Eigenstudium
Prüfung:	Ln (Leistungsnachweis): die genauen Anforderungen des Leistungsnachweises werden im Studienplan definiert.
Noten:	Die Notenziffern 1,0 bis 5,0 um 0,3 erniedrigt oder erhöht, wobei die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 ausgeschlossen sind.
Gewichtung:	Die Note der oben genannten Prüfung bildet die Modulendnote.
Modulabschluss:	Das Modul schließt mit der oben genannten Prüfung ab.
Verwendbarkeit:	Das Modul ist ausschließlich im Masterstudiengang Design- und Kommunikationsstrategie verwendbar.
Voraussetzungen:	Als vorbereitende und begleitende Literatur für dieses Modul sind folgende Bücher zu empfehlen: - Assmann, Aleida: Einführung in die Kulturwissenschaft. Grundbegriffe, Themen, Fragestellungen. 2., neu bearb. Auflage. Erich Schmidt: Berlin, 2008 - Hofmann, Martin Ludwig (Hrsg.): Culture Club. Klassiker der Kulturtheorie. 3. Auflage. Suhrkamp: Frankfurt a.M., 2006 - Jäger, Friedrich; Rösen, Jörn (Hrsg.): Handbuch der Kultur- wissenschaften, 3 Bde. Metzler: Tübingen, 2004

Modul Kulturtheorie

Inhalt: Im Fach Kulturwissenschaft geht es um die theoretische Auseinandersetzung mit der Kultur der Gegenwart und ihres historischen Gewordenseins – in ihrer materiellen wie besonders symbolischen Dimension. Kulturwissenschaft wird hier in einem weiteren Sinn verstanden und bezieht vor allem auch Erkenntnisse von Nachbarschaftsdisziplinen ein wie: Kultur- und Historische Anthropologie, Kultursemiotik, Kunst-, Musik- und Medienwissenschaften, Philosophie, Psychologie und Soziologie. Zur theoretischen Auseinandersetzung mit der Kultur gehört zum einen die Vermittlung von Basiswissen und die Lektüre klassischer Texte in den einzelnen Disziplinen, zum anderen die Analyse kultureller Erscheinungsformen. Hier können beispielhaft aktuelle Entwicklungen des Films, der Fotografie, des Designs, der Werbung, aber auch der Literatur, der Musik und des Theaters kritisch beleuchtet werden. Auch Wege der Popkultur, Rituale der Erinnerungskultur, Phänomene der Medien- oder der Alltagskultur können jeweils in Fallstudien untersucht werden. Schwerpunktmäßig wird als Teil der Kulturtheorie alternierend Kunsttheorie und -philosophie behandelt. Die unterschiedlichen Theorieansätze – z.B. aus semiotischer, sprachanalytischer, idealistischer, kulturkritischer Richtung – fordern die analytisch-kritische Auseinandersetzung mit symbolischen Repräsentationssystemen (Kunst, Sprache, Wissenschaft, Design).

Lernziel: Der Studierende reflektiert gesellschaftlich relevante Entwicklungen und identifiziert kulturelle Codes. Er eignet sich verschiedene Recherche- und Analysetechniken an, um gesellschaftliche Problemstellungen erfassen und für den eigenen Gestaltungsprozess nutzbar zu machen. Ihm gelingt es, das eigene Fach in einen größeren Kontext zu stellen, die Wechselbeziehungen und die komplexen systemischen Zusammenhänge zu erkennen und zu identifizieren.

Modul Sprachwissenschaft

Fachkürzel:	E2
Modulverantwortliche(r):	Prof. Michael Wörgötter
Dozent(in):	Prof. Ulrich Fleischmann, Prof. Dr. Doris Binger
Semester:	3. Semester
Studienabschnitt:	Der Master DKS ist nicht in Studienabschnitte unterteilt.
Kreditpunkte:	3 ECTS
Arbeitsaufwand	Präsenzstudium: 2 SWS Eigenstudium: 3,5 Stunden pro Woche Gesamtaufwand: 5 Stunden pro Woche
Lehrform:	Su (seminaristischer Unterricht), S (Seminar), Ü (Übung), Pr (Praktikum) und Eigenstudium
Prüfung:	Ln (Leistungsnachweis): die genauen Anforderungen des Leistungsnachweises werden im Studienplan definiert.
Noten:	Die Notenziffern 1,0 bis 5,0 um 0,3 erniedrigt oder erhöht, wobei die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 ausgeschlossen sind.
Gewichtung:	Die Note der oben genannten Prüfung bildet die Modulendnote.
Modulabschluss:	Das Modul schließt mit der oben genannten Prüfung ab.
Verwendbarkeit:	Das Modul ist ausschließlich im Masterstudiengang Design- und Kommunikationsstrategie verwendbar.
Voraussetzungen:	Als vorbereitende und begleitende Literatur für dieses Modul sind folgende Bücher zu empfehlen: - Jakobson, Roman; Halle, Morris: Grundlagen der Sprache. Akademie-Verlag: Berlin, 1960 - Krämer, Sybille: Sprache, Sprechakt, Kommunikation. Sprachtheoretische Positionen des 20. Jahrhunderts. Suhrkamp: Frankfurt a.M., 2001 - Berger, Ruth: Warum der Mensch spricht. Eine Naturgeschichte der Sprache. Eichborn: Frankfurt a.M., 2008

Modul Sprachwissenschaft

Inhalt: „Die Sprache ist wirklich die eigentliche Grundlage der Kultur. Im Verhältnis zur Sprache sind alle anderen Systeme von Symbolen akzessorisch oder abgeleitet“ (Roman Jakobson). Die Sprache ist nicht ein Kommunikationsmittel unter vielen. Sie ist „das, was jede Kommunikation begründet“. Man spricht von Bild- und Filmsprache, der Sprache der Werbung, von visueller Grammatik, der der Syntax eines Bildes, seiner Dramaturgie, von rhetorischen Figuren der Bildkommunikation. Von der Semiotik ganz zu schweigen. Die Sprachwissenschaft stellt also für alle Kommunikationswissenschaft das methodische und epistemologische Instrumentarium zur Verfügung. Die Studierenden lernen Grundlagen der Linguistik kennen (Phonologie, Morphologie, Sprachursprung und -erwerb, Schriftlinguistik), Klassiker der Linguistik (Saussure, Jakobson, Chomsky, u.a.), der Sprachphilosophie (Wittgenstein, Austin, Derrida, u.a) und der Semiotik (Barthes, Eco, Morris, Peirce u.a).

Lernziel: Über die Sprachwissenschaft lernen die Studenten die Strukturen der Kommunikation zu erkennen und auf alle anderen Kommunikationsbereiche zu transferieren. Letztendlich werden sie befähigt, nicht nur Texte, sondern die Welt zu lesen ganz im Sinne von Blumenbergs „Lesbarkeit der Welt“. Sprachwissenschaftliche Kompetenz befähigt die Studierenden zur Entzifferung der Welt und stellt ihnen vice versa das theoretische Methoden- und Erkenntnisgerüst zur Verfügung, Gestaltung als semiotischen Prozess zu begreifen und bewusst umzusetzen.

Modul Rhetorik

Fachkürzel:	F1
-------------	----

Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Doris Binger
--------------------------	------------------------

Dozent(in):	Prof. Dr. Binger, Prof. Dr. Mahena Stief
-------------	--

Semester:	3. Semester
-----------	-------------

Studienabschnitt:	Der Master DKS ist nicht in Studienabschnitte unterteilt.
-------------------	---

Kreditpunkte:	3 ECTS
---------------	--------

Arbeitsaufwand	Präsenzstudium:	2 SWS
	Eigenstudium:	3,5 Stunden pro Woche
	Gesamtaufwand:	5 Stunden pro Woche

Lehrform:	Su (seminaristischer Unterricht), S (Seminar), Ü (Übung), Pr (Praktikum) und Eigenstudium
-----------	---

Prüfung:	Präs (Präsentation): Die Studierenden müssen das Erlernete am Ende des Semesters in Form eines Vortrags präsentieren.
----------	---

Noten:	Die Notenziffern 1,0 bis 5,0 um 0,3 erniedrigt oder erhöht, wobei die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 ausgeschlossen sind.
--------	--

Gewichtung:	Die Note der oben genannten Prüfung bildet die Modulendnote.
-------------	--

Modulabschluss:	Das Modul schließt mit der oben genannten Prüfung ab.
-----------------	---

Verwendbarkeit:	Das Modul ist ausschließlich im Masterstudiengang Design- und Kommunikationsstrategie verwendbar.
-----------------	---

Voraussetzungen:	keine
------------------	-------

Modul Rhetorik

Inhalt: "Wovon man nicht sprechen kann, darüber muss man schweigen" (Ludwig Wittgenstein). Schweigen wäre jedoch fatal für einen Kommunikationsdesigner, der visuell und verbal mit seinen Ideen, Konzepten, Strategien ein Publikum, eine Jury, ein Auftraggeber überzeugen sollte. Da Überzeugungskraft nicht nur in der Qualität der Arbeit liegt, sondern auch in der Qualität der Präsentation, werden in diesem praxisorientierten Seminar die rhetorischen Kompetenzen der Studierenden geschult. Das heißt, sie setzen sich mit verschiedene Rede- und Präsentationssituationen auseinander und lernen sprachliche, argumentative und persuasive Strategien kennen. Welche Rolle der Redner und seine Persönlichkeit, das Thema und das Publikum spielen, wie eine Präsentation geplant, strukturiert und ausgeführt wird, wie Körpersprache und Stimme eingesetzt werden, lernen die Seminarteilnehmer anhand von rhetorischen Aufgabestellungen kennen und üben diese in verschiedenen Redesituationen wie Streitgespräch, Debatte und Moderation ein. Die theoretische Grundlage bildet die klassischen Rhetorik. Die Methoden und die Präsentationsformen in Schrift und Rede werden theoretisch vermittelt und praktisch eingeübt.

Lernziel: Die Studierenden sollen lernen, Präsentationen in ihrer künftigen Berufspraxis professionell und souverän zu gestalten und als Rednerpersönlichkeit überzeugend aufzutreten. Ein weiteres wichtiges Ziel ist es, die argumentativen Fähigkeiten, die auch und gerade im wissenschaftlichen Diskurs bedeutsam sind, zu schulen, um die Grundlagen für die Masterthesis und deren Präsentation zu schaffen.

Modul Dokumentation

Fachkürzel:	F2
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Doris Binger
Dozent(in):	Prof. Dr. Doris Binger, Prof. Ulrich Fleischmann
Semester:	3. Semester
Studienabschnitt:	Der Master DKS ist nicht in Studienabschnitte unterteilt.
Kreditpunkte:	3 ECTS
Arbeitsaufwand	Präsenzstudium: 2 SWS Eigenstudium: 3,5 Stunden pro Woche Gesamtaufwand: 5 Stunden pro Woche
Lehrform:	Su (seminaristischer Unterricht), S (Seminar), Ü (Übung), Pr (Praktikum) und Eigenstudium
Prüfung:	Ln (Leistungsnachweis): die genauen Anforderungen des Leistungsnachweises werden im Studienplan definiert.
Noten:	Die Notenziffern 1,0 bis 5,0 um 0,3 erniedrigt oder erhöht, wobei die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 ausgeschlossen sind.
Gewichtung:	Die Note der oben genannten Prüfung bildet die Modulendnote.
Modulabschluss:	Das Modul schließt mit der oben genannten Prüfung ab.
Verwendbarkeit:	Das Modul ist ausschließlich im Masterstudiengang Design- und Kommunikationsstrategie verwendbar.
Voraussetzungen:	keine

Modul Dokumentation

Inhalt: In „Dokumentation“ werden sowohl die formal-wissenschaftlichen Standards eingeübt als auch wissenschaftliches Schreiben und Denken (Wissenschaftstheorie) analysiert und eingeübt: Bibliographieren, Zitieren, Literaturrecherche, Lesestrategien, Arbeits- und Zeitplanung, formaler und inhaltlicher Aufbau der schriftlichen Masterthesis, Wissenschaftssprache, Schreibübungen. Weiterhin lernen die Studierenden Grundlagen der Wissenschafts- und Erkenntnistheorie durch Lektüre, Diskussion und Analyse klassischer Texte der Wissenschaftsphilosophie (Empirismus, Kritischer Rationalismus, Hermeneutik, Sprachlogik etc.) kennen.

Es wird Forschungskompetenz im allgemeinen und Kompetenzen der wissenschaftlichen Analyse und Methodik im Speziellen vermittelt. Die Studierenden werden systematisch an selbstorganisiertes Arbeiten herangeführt und sie lernen Forschungsthemen wissenschaftlich korrekt und eigenverantwortlich zu bearbeiten.

Lernziel: Die Studierenden sollen sich kritisch mit dem wissenschaftlichen Erkenntnismodell auseinandersetzen können, Grenzen, Relativität, aber auch Möglichkeiten wissenschaftlicher Welterkenntnis kennenlernen. Projekttechniken, die sich mit dem wissenschaftlichen Arbeiten auseinandersetzen, werden vermittelt, ebenso wie wissenschaftliche Recherchetechniken, rhetorische Techniken der schriftlichen Argumentation, um die Grundlagen zu schaffen für die Masterthesis.

Modul Unternehmensgründung und -führung

Fachkürzel:	G
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Norbert Gerth
Dozent(in):	Prof. Dr. Norbert Gerth, Prof. Dr. Christian Lebrecht
Semester:	3. Semester
Studienabschnitt:	Der Master DKS ist nicht in Studienabschnitte unterteilt.
Kreditpunkte:	5 ECTS
Arbeitsaufwand	Präsenzstudium: 4 SWS Eigenstudium: 5,3 Stunden pro Woche Gesamtaufwand: 8,3 Stunden pro Woche
Lehrform:	V (Vorlesung), Su (seminaristischer Unterricht), S (Seminar), Ü (Übung), Pr (Praktikum) und Eigenstudium
Prüfung:	Ln (Leistungsnachweis): die genauen Anforderungen des Leistungsnachweises werden im Studienplan definiert.
Noten:	Die Notenziffern 1,0 bis 5,0 um 0,3 erniedrigt oder erhöht, wobei die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 ausgeschlossen sind.
Gewichtung:	Die Note der oben genannten Prüfung bildet die Modulendnote.
Modulabschluss:	Das Modul schließt mit der oben genannten Prüfung ab.
Verwendbarkeit:	Das Modul ist in den Masterstudiengängen »DKS« und »IMS« verwendbar.
Voraussetzungen:	Als vorbereitende und begleitende Literatur für dieses Modul sind folgende Bücher zu empfehlen: - Collrepp, Friedrich von: Handbuch Existenzgründung. 5. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel, 2007. - Nagl, Anna: Der Businessplan. Geschäftspläne professionell erstellen. 5. überarb. Auflage. Wiesbaden: Gabler, 2010. - Kußmaul, Heinz: Betriebswirtschaftslehre für Existenzgründer. 6., überarb. u. erw. Auflage. München: Oldenbourg, 2008. - Steinmann, Horst; Schreyögg, Georg: Management. Grundlagen der Unternehmensführung. 6., vollst. überarb. Auflage. Wiesbaden: Gabler, 2005.

Modul Unternehmensgründung und -führung

Inhalt: Unternehmen gründen:

Die Studierenden lernen alle für eine Existenzgründung relevanten Themenfelder kennen und erhalten die Möglichkeit, dieses Wissen in praktischen Übungen (Businessplan etc.) anzuwenden.

- Gründerklima und Gründungsvorbereitung
- Der Businessplan (Idee und Kundennutzen, Marketing und Absatzplanung, Investitions- und Kostenplanung, Finanzplanung und Finanzierung
- Finanzierung und Networking in der Gründungsphase
- Anmeldung und Konstitution des neuen Unternehmens

Unternehmen führen:

Hier werden betriebswirtschaftliche Kenntnisse vermittelt und ausgewählte Fragestellungen der Unternehmensführung diskutiert.

- Führen einer Agentur (Erfahrungsbericht)
- Unternehmen mit Controlling steuern
- Entwickeln einer Kommunikations-/Werbestrategie,
- Dienstleistungen verkaufen
- Kunden binden im Agenturbusiness
- Kostenmanagement
- Personalführung

Lernziel: Studierende des Moduls sollten durch ihre Teilnahme

- Unternehmerisches Denken und Handeln einüben.
- Die notwendigen Schritte bei der Gründung eines Unternehmens kennen lernen.
- Einblicke bekommen in die für eine Existenzgründung relevanten Themenfelder.
- In der Lage sein, einen Businessplan zu erstellen.
- Die Herausforderungen der Unternehmenssicherung erkennen.
- Zentrale Aspekte der Unternehmensführung kennen lernen zur Vorbereitung auf spätere Führungsaufgaben.

Modul Masterarbeit

Fachkürzel:	H
Modulverantwortliche(r):	Prof. Hans Heitmann
Dozent(in):	sämtliche hauptamtlich Lehrenden der Fakultät für Gestaltung
Semester:	3. Semester
Studienabschnitt:	Der Master DKS ist nicht in Studienabschnitte unterteilt.
Kreditpunkte:	15 ECTS
Arbeitsaufwand	Präsenzstudium: SWS Eigenstudium: 25 Stunden pro Woche Gesamtaufwand: 25 Stunden pro Woche
Lehrform:	Eigenstudium
Prüfung:	MT (Masterthesis) und Präs (Präsentation): die Studierenden präsentieren hochschulöffentlich die Ergebnisse ihrer Masterarbeit.
Noten:	Die Notenziffern 1,0 bis 5,0 um 0,3 erniedrigt oder erhöht, wobei die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 ausgeschlossen sind.
Gewichtung:	Die Note der Masterarbeit wird doppelt gewichtet.
Modulabschluss:	Das Modul schließt mit der oben genannten Prüfung ab.
Verwendbarkeit:	Das Modul ist ausschließlich im Masterstudiengang Design- und Kommunikationsstrategie verwendbar.
Voraussetzungen:	Voraussetzung ist die, in den Masterprojekten 1 und 2 unter Beweis gestellte Fähigkeit, ein komplexes gestalterisches, künstlerisches oder wissenschaftliches Thema sowohl methodisch wie inhaltlich eigenständig zu erarbeiten. Kenntnis der relevanten Forschungsliteratur, der üblichen Arbeitsweise des Fachgebiets, das Ziehen belastbarer Rückschlüsse sowie die Einbettung der eigenen Arbeit in den Design-, Kunst- und/oder Wissenschaftsdiskurs werden erwartet.

Modul Masterarbeit

Inhalt: Die Masterarbeit als Abschluss des Studiengangs »Design- und Kommunikationsstrategie« führt die im Studium gewonnenen Fertigkeiten, Kenntnisse und Erkenntnisse zusammen und soll einen dezidiert innovativen Charakter in dem selbst gewählten wissenschaftlichen, gestalterischen oder künstlerischen Gebiet aufzeigen. Ihre Entstehung wird von einem Erst- und einem Zweitprüfer konzeptionell beratend begleitet.

Die Masterarbeit kann drei verschiedene Formen annehmen. Erstens eine rein theoretisch-wissenschaftliche Arbeit in schriftlicher Form. Zweitens ein gestalterisches, künstlerisches Werk, das von einer wissenschaftlichen, schriftlichen Arbeit begleitet wird. Und drittens eine empirisch-konzeptionelle Arbeit im Bereich der Kommunikation(wissenschaften), die von einer wissenschaftlichen, schriftlichen Arbeit begleitet wird. Die Masterarbeit wird hochschulöffentlich präsentiert und verteidigt.

Lernziel: Ziel ist es, eine komplexe, forschungsrelevante Fragestellung selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten, Kenntnis der fachwissenschaftlichen Terminologien und des aktuellen Wissenschaftsdiskurses unter Beweis zu stellen und die gewonnenen Erkenntnisse präsentieren und diskutieren zu können.

