

M11 Designmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studien-semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M11	275 h	11	5. Sem.	Jährlich im Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen a) Funktionsbereiche des Designs b) Prozess des Designmanagements c) Anwendungsfelder im Designmanagement	Kontaktzeit 2 SWS / 30 h 2 SWS / 30 h 4 SWS / 60 h	Selbststudium 155 h	geplante Gruppengröße 51 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> ▪ den Stellenwert des Designs und gestalterische Aspekte im Rahmen des Kommunikations- und Multimediamanagements zu definieren und zu diskutieren, indem sie die unterschiedlichen Designstile und -philosophien erinnern und reflektieren, ▪ praxisbezogene Fallstudien zu analysieren und die verschiedenen Faktoren und kreativen Komponenten zu identifizieren, die bei der Entwicklung und Produktion des Designs zusammenarbeiten, ▪ zu verstehen, dass Design nicht nur durch kreative Ideen von Designern entsteht, sondern auch das Ergebnis eines geplanten und beherrschten Prozesses ist, ▪ die ökonomischen Aspekte von Gestaltung und den Wert von Design im Kommunikationsmix zu bewerten und mit den Gesamtmaßnahmen abzustimmen, ▪ an praktischen Beispielen systematisch Design-Ideen zu bewerten und weiterzuentwickeln, ▪ die verschiedenen Phasen des Designprozesses zu verstehen und auf der Basis von Praxis-Fallstudien eigene schlüssige Kommunikations- und Design-Konzepte für Kampagnen und Produkte zu entwerfen und zusammen mit Designern umzusetzen, ▪ eigenständig ein zielführendes Designbriefing zu entwickeln, kompetent mit Designern zu kommunizieren und mit Hilfe von lösungsorientierten Kreativitätstechniken und kreativitätsfördernden Managementtechniken Designprojekte erfolgreich zum Abschluss zu bringen. 				
3	Inhalte <u>Funktionsbereiche des Designs</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Begriffsbestimmung "Design", Historie und Entwicklung ▪ Überblick über Designphilosophien und -stile ▪ Komponenten des Designs <ul style="list-style-type: none"> ▪ Form ▪ Farbe ▪ Designraster ▪ Audiovisuelle Bestandteile ▪ Wahrnehmung und Wirkungssteuerung ▪ Qualitative Aspekte, Werkzeuge zur Bewertung <u>Prozess des Designmanagements</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definition Designmanagement und Designprozess 				

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ablaufplanung des Designprozesses ▪ Analyse der Ausgangssituation: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kundenanforderungen ▪ Wettbewerb und Unternehmenspotentiale ▪ Strategie, Leitbild und Corporate Identity ▪ Designerbriefing ▪ Entwicklung des Designs: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ideenfindung ▪ Entwurf alternativer Design-Lösungen ▪ Entwicklung Prototypen ▪ Bewertung und Auswahl: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wirtschaftlichkeitsanalyse ▪ Markt- und Produkttests ▪ Produktion und Vertrieb ▪ Erfolgskontrolle ▪ Look and Feel, Wahrnehmung und Wirkung ▪ Integration des Designmanagements in die Organisationsstruktur ▪ Organisationsformen des Designprozesses: Teilnehmer, Schnittstellen und Aufgaben ▪ Führungsstile zur Förderung kreativen Designs ▪ Zeitplanung/Budgetplanung <p><u>Anwendungsfelder im Designmanagement</u> Durchführung von Praxisprojekten zu konkreten Aufgabenstellungen, wie z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Entwicklung einer Kommunikationskampagne für einen Konsumgüterhersteller, ▪ Entwicklung einer Arbeitgeberkampagne für ein Handelsunternehmen, ▪ Entwicklung von Kommunikationskonzepten und Gestaltung für eine kulturelle Einrichtung
4	Lehrformen: Teilnehmeraktiver seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten mit Präsentation, interaktive Lösung von Fallstudien, Praxisprojekt
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Der Besuch der Module Managementtechniken A und B wird empfohlen
6	Prüfungsformen: Projektdokumentation; Umfang: 20–25 Seiten (Bearbeitungszeit: 80 Zeitstunden)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten: Bestandene Modulabschlussprüfung (Projektdokumentation)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 11/180
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Nikola Ziehe (Modulverantwortliche) Guido Kurz (LB)
11	Sonstige Informationen (z.B. Literatur): Am Anfang des Semesters wird Hinweis auf verpflichtende und optionale Literatur gegeben. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Best, Kathryn: Grundlagen des Designmanagements, München 2010 ▪ Buck, Alex: Design Management in der Praxis, Wiesbaden, 2003 ▪ Buck, Alex / Herrmann, Christoph / Lubkowski, Dirk: Handbuch Trendmanagement,

	<p>Frankfurt/ Main 1998</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Enders, Gerdum: Design als Element wirtschaftlicher Dynamik, Herne 1999▪ Fries, Christian: Grundlagen der Mediengestaltung, Leipzig, 2010▪ Kern, Ulrich / Kern, Petra: Designmanagement – die Kompetenzen der Kreativen, Hildesheim 2005▪ Selle, Gert: Geschichte des Designs in Deutschland, Frankfurt/ Main, New York, 1994▪ Steffen, Dagmar: Design als Produktsprache, Frankfurt/Main 2000▪ Stone, Terry Lee: Designmanagement: So realisieren Sie Ihre Konzepte, München 2011▪ Walker, John A.: Designgeschichte – Perspektiven einer wissenschaftlichen Disziplin, München 1992▪ Zec, Peter: Mit Design auf Erfolgskurs – Strategien, Konzepte, Prozesse, Köln 1998▪ relevante aktuelle Literatur
--	---