

M13 Designmanagement					
Kennnummer M13		Workload 275 h	Credits 11	Studien- semester 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Wintersemester
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 55 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 (Fach- und Methodenkompetenz; Niveaustufe „verstehen“),zu verstehen, dass Design nicht nur durch kreative Ideen von Designern entsteht, sondern auch das Ergebnis eines geplanten und beherrschten Prozesses ist (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „verstehen“),praxisbezogene Fallstudien zu analysieren und die verschiedenen Faktoren und kreativen Komponenten zu identifizieren, die bei der Entwicklung und Produktion des Designs zusammenarbeiten (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „analysieren“),die ökonomischen Aspekte von Gestaltung und den Wert von Design im Kommunikationsmix zu bewerten und mit den Gesamtmaßnahmen abzustimmen (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „beurteilen“),an praktischen Beispielen systematisch Design-Ideen zu bewerten und weiterzuentwickeln (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „beurteilen“),die verschiedenen Phasen des Designprozesses anzuwenden und auf der Basis von Praxis-Fallstudien eigene schlüssige Kommunikations- und Design-Konzepte für Kampagnen und Produkte zu entwerfen und zusammen mit Designern umzusetzen (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „erschaffen“),im Team eigenständig eine markenspezifische und zielgruppengerechte Kommunikationskampagne zu entwickeln, kompetent mit Designern zu kommunizieren und mit Hilfe von lösungsorientierten Kreativitätstechniken und kreativitätsfördernden Managementtechniken erfolgreich zum Abschluss zu bringen (Fach- und Methodenkompetenz, Niveaustufe „erschaffen“; Sozialkompetenz).				
3	Inhalte: <u>Funktionsbereiche des Designs</u> <ul style="list-style-type: none">Begriffsbestimmung „Design“, Historie und EntwicklungÜberblick über Designphilosophien und -stileKomponenten des Designs<ul style="list-style-type: none">FormFarbeDesignrasterAudiovisuelle Bestandteile				

	<ul style="list-style-type: none"> ○ Wahrnehmung und Wirkungssteuerung ▪ Qualitative Aspekte, Werkzeuge zur Bewertung <p><u>Prozess des Designmanagements</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definition Designmanagement und Designprozess ▪ 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 & 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></p> <p>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	<p>Lehr- und Lernformen:</p> <p>Teilnehmeraktiver seminaristischer Unterricht, Übungen in der Gruppe mit Präsentation, Übung zur interaktiven Lösung von Fallstudien, Praxisprojekt, Selbststudium.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen (Kenntnisse und Fähigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme und Hinweise für die geeignete Vorbereitung):</p> <p>Formal: keine</p> <p>Inhaltlich:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundlagenkenntnisse des Projektmanagements und Präsentationstechnik (vermittelt im Modul M14 Projektmanagement und Präsentationstechnik) ▪ Grundlagenkenntnisse des Marketings (vermittelt im Modul M2 Marketing) ▪ Grundlagenkenntnisse zur Kommunikationsplanung (vermittelt im Modul M3 Kommunikationsmanagement) ▪ Erste Kenntnisse zur Erarbeitung von Kommunikationskampagnen und zum Einsatz der einzelnen Kommunikationsinstrumente (vermittelt im Modul M5 Kommunikationsinstrumente)
6	<p>Prüfungsformen:</p> <p> Projektdokumentation; Umfang: 20–25 Seiten</p>

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Credits: bestandene Modulabschlussprüfung (Projektdokumentation)
8	Verwendung des Moduls: keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 11/180
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Nikola Ziehe (Modulverantwortliche) Lehrbeauftragter
11	Sonstige Informationen (z.B. Literatur): Am Anfang des Semesters wird ein Hinweis auf verpflichtende und optionale Literatur gegeben. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Baetzgen, Andreas: Brand Design: Strategien für die digitale Welt, Stuttgart 2017 ▪ Best, Kathryn: Design Management. Managing Design Strategy, Process and Implementation, London, New York 2016 ▪ Hands, David: Design Management. The Essential Handbook, London u.a. 2018 ▪ Heimann, Monika / Schütz, Michael: Wie Design wirkt: Prinzipien erfolgreicher Gestaltung – Werbe-Psychologie, visuelle Wahrnehmung, Kampagnen, Bonn 2017 ▪ Hensel, Daniela: Understanding Branding: Strategie- und Designprozesse verstehen und anwenden, 2. überarb. Aufl., Grünwald 2016 ▪ Hofmann, Martin Ludwig: Neuro-Design – Was Design und Marketing von Neurowissenschaft und Psychologie lernen können, Leiden u.a. 2019 ▪ Stone, Terry Lee: Designmanagement: So realisieren Sie Ihre Konzepte, München 2011 ▪ Wäger, Markus: Grafik und Gestaltung: Design und Mediengestaltung von A bis Z, Bonn 2016 <p>Alle Titel in der jeweils aktuellen Auflage. Aktualisierte Literaturlisten sind den Veranstaltungsunterlagen zu entnehmen.</p>