



Studienordnung

design akademie berlin, Hochschule für Kommunikation und Design (FH)
Fachbereich **Kommunikationsdesign**
Studienordnung für den Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign

- § 1 Gegenstand der Ordnung
- § 2 Konventionen
- § 3 Eingangsvoraussetzungen
- § 4 Gliederung des Studiums
- § 5 Gegenstand des Studiums und Studienziele
- § 6 Lehrveranstaltungsformen
- § 7 Lehrveranstaltungen in englischer Sprache
- § 8 Module des Bachelorstudiums Kommunikationsdesign
- § 9 Praxisphase
- § 10 Bachelorprüfung
- § 11 Prüfungsleistungen
- § 12 Studienfachberatung
- § 13 Evaluation, Qualitätsmanagement und Entwicklung
- § 14 Gewährleistung des Studienangebots
- § 15 Übergangsbestimmung
- § 16 Inkrafttreten und Änderung

§ 1 Gegenstand der Ordnung



- (1) Diese Ordnung regelt auf der Grundlage der Prüfungsordnung des Bachelorstudiengangs Kommunikationsdesign an der design akademie berlin, Hochschule für Kommunikation und Design (FH) Inhalte, Aufbau und Ziele des Studiums.
- (2) Zuständig für die Organisation von Lehre und Studium ist der Dekan oder die Dekanin des Fachbereichs Kommunikationsdesign. Die Rechte und Pflichten des Prüfungsausschusses gem. der Studienordnung für den Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign bleiben unberührt.
- (3) Der Modulplan ist Bestandteil dieser Studienordnung.

§ 2 Konventionen

- (1) Module sind die curricularen Grundeinheiten des Studiengangs Kommunikationsdesign. Sie sind durch die Qualifikationsziele in einem fachlichen Schwerpunkt geprägt und integrieren disziplinübergreifende Elemente, die für die Erreichung der Qualifikationsziele geeignet sind. Die Beschreibung der Module umfasst insbesondere das Spektrum und die Gewichtung der Inhalte, der Lernformen und Lernziele, Teilnahmevoraussetzungen, Prüfungsleistungen und Studienzeitaufwand (workload).
- (2) Studienzeit (workload) berechnet den Aufwand der Studierenden in Zeiteinheiten, der für die Erlangung der angestrebten Qualifikation und die Erbringung der geforderten Leistungen in der Regel erforderlich ist. Die Studienzeit wird in Stunden, Tagen oder Wochen gemessen.
- (3) Die erreichte Leistungshöhe wird durch Benotung nach den Bestimmungen der Prüfungsordnung des Studiengangs festgestellt.

§ 3 Eingangsvoraussetzungen

Die Eingangsvoraussetzungen regelt die Zulassungsordnung für den Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign.

§ 4 Gliederung des Studiums

- (1) Die Regelstudienzeit des Bachelorstudiengangs beträgt drei Jahre bzw. sechs Semester.
- (2) Das Sommersemester dauert vom 1. April bis 30. September, das Wintersemester vom 1. Oktober bis 31. März eines Jahres.
- (3) Das Semester umfasst 18 Unterrichtswochen und zwei Prüfungswochen.
- (4) Das Studium ist modularisiert. Die Module sind thematisch fokussierte Sinn- und Lerneinheiten, die jeweils eine Thematik unter verschiedenen fachlichen und methodischen Gesichtspunkten mit Hilfe unterschiedlicher Lehr- und Lernformen vermitteln. Dementsprechend kann sich ein Modul aus mehreren Lehrveranstaltungen zusammensetzen und von verschiedenen Professoren / Professorinnen und oder Dozenten / Dozentinnen unterrichtet werden.
- (5) Der systematische Aufbau des Bachelorstudiums erfordert die Zuordnung jedes Moduls zu einer bestimmten Semesterstufe. Die Beschreibung der Module erfolgt in dem Dokument „Modulbeschreibung für den Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign“.
- (6) Die erforderliche Studienzeit (der Workload) ist mit 1.800 Stunden pro Jahr und insgesamt 5.400 Stunden angesetzt.
- (7) Der Bachelorstudiengang umfasst 180 Credits. Jeder Credit entspricht einer Studienzeit (einem Workload) von 30 Stunden.



- (8) Das Modulsystem zielt auf ein intensives Studium und eine aktive Rolle der Studierenden. Eine regelmäßige Teilnahme gemäß den Anforderungen der Studienangebote ist erforderlich. Es besteht Anwesenheitspflicht.
- (9) Das Studium schließt mit dem erfolgreichen Abschluss aller Module und einer bestandenen Bachelorprüfung ab.

§ 5 Gegenstand des Studiums und Studienziele

- (1) Der Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign zielt auf eine generalistische berufliche Qualifizierung, die erfolgreiches berufliches Handeln in einem breiten Einsatzfeld ermöglichen soll.
- (2) Ziel des Studiums ist die Vermittlung von theoretischen und praxisbezogenen Kenntnissen, Fähigkeiten und Methoden, um komplexe Aufgabenstellungen des Kommunikationsdesign eigenverantwortlich-kreativ und systematisch bearbeiten zu können.

Im Einzelnen gehören dazu:

- die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit kommunikativen Problemen des Kommunikationsdesign
 - das problemorientierte Erfassen der Situation,
 - die gesellschaftlichen und ökonomischen Zusammenhänge, in die Kommunikationsdesign eingebunden ist.
 - die Wirkungsbedingungen und -voraussetzungen Zielgruppen orientierten Kommunikationsdesigns sowie die Methoden zu deren Erforschung,
 - die Ziel gerichtete Konzeption adäquater Kommunikationsmaßnahmen,
 - die kreative Entwicklung visueller, verbaler und audiovisueller Kommunikations-Maßnahmen,
 - die gestalterische medienbezogener Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen,
- (3) Neben der Vermittlung wissenschaftlich-theoretischer Lehrinhalte in den genannten Bereichen ist das Studium in den praxisbezogenen Bereichen projektorientiert ausgerichtet
 - (4) Das Bachelorstudium qualifiziert die Absolventen und Absolventinnen in einem ersten berufsqualifizierenden Abschluss für eine berufliche Tätigkeit in Werbeagenturen, Verlagen, Werbeabteilungen von Unternehmen bzw. staatlichen Institutionen. Das Studium vermittelt die nötigen fachlichen und überfachlichen Kompetenzen für Berufsziele wie Kommunikationsdesigner/Kommunikationsdesignerin (Gestaltung), Artdirector, Layouter, Konzeptioner/Konzeptionerin oder Werbeleiter/Werbeleiterin.
 - (5) Darüber hinaus vermittelt das Studium überfachliche Kompetenzen. Dazu gehören die Fähigkeit, Probleme zu erkennen und in Zusammenhänge einzuordnen, analytisches und kritisches Denken sowie Kommunikationsfähigkeit, Kooperations- und Teamfähigkeit.
 - (6) Das Studium soll das internationale Verständnis der Studierende in politischer, kultureller und wirtschaftlicher Hinsicht fördern und zu beruflichen Tätigkeiten in transnationalen Zusammenhängen befähigen.

§ 6 Lehrveranstaltungsformen

Im Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign werden folgende Lehrveranstaltungsformen angeboten.

1. Vorlesung



In den Vorlesungen vermittelt der Dozent oder die Dozentin wissenschaftliches, methodisches und gestalterisches Grund- und Spezialwissen. Parallel zu der Vorlesung bearbeiten die Studierenden die entsprechende Literatur.

2. Seminare

In den Seminaren werden die fachtheoretischen Inhalte systematisch vermittelt und erweitert. Entsprechende Arbeitsformen sind mündliche Vorträge der Professoren / Professorinnen und Dozenten / Dozentin, Materialanalysen und Diskussionen, Referate und schriftliche Hausarbeiten.

3. Übungen / Workshops / Praxisprojekte / Planspiele

Hier werden praktische Aufgaben auf der Basis der erworbenen theoretischen und methodischen Kenntnisse und Fähigkeiten durchgeführt. Die Arbeitsergebnisse werden nach professionellen Kriterien diskutiert und bewertet.

Projekte sind praxisbezogene Veranstaltungen, in denen komplexe Aufgabenstellungen aus dem typischen Tätigkeitsfeld des Kommunikationsdesign bearbeiten sind.

In den Projekten sollen die Studierenden unter Anleitung den gesamten Arbeitsprozess vom Briefing bis zur Problemlösung kennen lernen.

4. Weitere Lehrformen

Ergänzend werden Gastvorträge, Expertengespräche, Podiumsdiskussionen und Exkursionen durchgeführt.

§ 7 Lehrveranstaltungen in englischer Sprache

Lehrveranstaltungen können ganz oder teilweise in englischer Sprache durchgeführt werden.

§ 8 Module des Bachelorstudiums Kommunikationsdesign

1. Semester

Modul 1	270 wl / 9 credits	Darstellungs- und Entwurfsmethodik I
Modul 2	180 wl / 6 credits	Fotografie I
Modul 3	180 wl / 6 credits	Kalligrafie, Typografie I, Layout
Modul 4	180 wl / 6 credits	Programmlehre



Modul 5	90 wl / 3 credits	Kommunikationswissenschaften I
2. Semester		
Modul 6	270 wl / 9 credits	Darstellungs- und Entwurfsmethodik II
Modul 7	180 wl / 6 credits	Fotografie II
Modul 8	180 wl / 6 credits	Typografie II
Modul 9 1	80 wl / 6 credits	Darstellungstechniken 2D
Modul 10	90 wl / 3 credits	Kommunikationswissenschaften II
3. Semester		
Modul 11	270 wl / 9 credits	Projektorientiertes Entwerfen
Modul 12	180 wl / 6 credits	Text und Konzept
Modul 13	90 wl / 3 credits	Präsentationstechniken, Rhetorik
Modul 14	180 wl / 6 credits	Konzeption und Gestaltung von Online-Medien
Modul 15	180 wl / 6 credits	Wirtschaftswissenschaften / Marketing
4. Semester		
Modul 16	900 wl / 30 credits	Integrierte Kommunikation I
5. Semester		
Modul 17	270 wl / 9 credits	Projektorientiertes Entwerfen II
Modul 18	90 wl / 3 credits	Fotografie III
Modul 19	180 wl / 6 credits	Typografie III
Modul 20	180 wl / 6 credits	Projektorientiertes Entwerfen III
Modul 21	180 wl / 6 credits	Film, Funk und Fernsehen
6. Semester		
Modul 22	270 wl / 9 credits	Integrierte Kommunikation II
Modul 23	180 wl / 6 credits	Projektorientiertes Entwerfen IV
Modul 24	90 wl / 3 credits	Markenführung
Modul 25	360 wl / 12 credits	Bachelor-Prüfung (schriftlich 7 credits, mündlich 5 credits)

§ 9 Praxisphase

- (1) Die Praxisphase dient der interdisziplinären Vertiefung und umfasst 20 Wochen. Sie findet in einer Agentur, bei Medien oder in der Werbeabteilung eines Unternehmens oder einer staatlichen Institution statt. Sie dient der Umsetzung von im Studium erworbenem Wissen und Fähigkeiten in praktisches Handeln. Auf erworbenen Kenntnissen aufbauend soll Fach- und Methodenwissen erweitert und Sozialkompetenz entwickelt werden. Ferner dient sie der Orientierung in den Berufsfeldern des Kommunikationsdesigns.



- (2) Die Inhalte der Praxisphase ergeben sich weitgehend durch die Aufgaben der verschiedenen Bereiche des Praxispartners und die Möglichkeiten der Praxispartner. Die fachlichen Neigungen des oder der einzelnen Studierenden sollen bei der Auswahl der Praxispartner berücksichtigt werden.
- (3) Der oder die Studierende soll in der Praxisphase ein eigenes Projekt durchführen oder in ein Projekt oder mehrere Projekte des Praxispartners integriert werden.
- (4) Die Praxisphase kann in Zusammenarbeit mit Praxispartnern stattfinden.
- (5) Die Praxisphase kann vollständig oder teilweise im Ausland stattfinden.
- (6) Der oder die Studierende erstellt einen Arbeitsbericht über die Praxisphase und präsentiert die Inhalte und Ergebnisse in einer rund fünfzehnminütigen Präsentation.

§ 10 Bachelorprüfung

- (1) Das Studium schließt mit dem erfolgreichen Abschluss aller Module und der Bachelorprüfung ab. Die Bachelorprüfung findet im 6. Semester statt. Die Bachelorprüfung besteht aus der Bachelorarbeit und dem mündlichen Teil. In der Bachelorprüfung erbringt der Kandidat oder die Kandidatin den Nachweis breit angelegter berufsbezogener und berufsqualifizierender Fähigkeiten und Kenntnisse auf dem Gebiet des Kommunikationsdesign. Die Bearbeitungszeit der Bachelorarbeit beträgt 22 Arbeitstage.
- (2) Dozentinnen und Dozenten bieten auf die Abschlussarbeit abgestimmte Kolloquien und Einzelberatungen an.
- (3) Die Bedingungen der Bachelorprüfung werden in § 19 bis § 23 der Prüfungsordnung näher erläutert.

§ 11 Prüfungsleistungen

- (1) Die Module können als ganzes oder in Teilen zu den einzelnen Lehrveranstaltungen eines Moduls geprüft werden.
- (2) Die erforderlichen Prüfungsleistungen ergeben sich aus den Moduldefinitionen des Bachelorstudiengangs Kommunikationsdesign.
- (3) Näheres regelt die Prüfungsordnung.

§ 12 Studienfachberatung

Die Studienfachberatung obliegt einer hauptamtlichen Lehrkraft des Studiengangs. Sie unterstützt die Studierenden durch eine studienbegleitende fachspezifische Beratung, insbesondere über Studienmöglichkeiten und -techniken im Studiengang sowie über die Gestaltung, den Aufbau und die Durchführung des Studiums und der Prüfungen.

§ 13 Evaluation, Qualitätsmanagement und Entwicklung

Die interne Evaluation der Lehre erfolgt kontinuierlich. Die Ergebnisse werden dokumentiert und für die Verbesserung von Studium und Lehre genutzt. Die externe Evaluation erfolgt in den üblichen Zeitabständen nach dem Peer-Review-Verfahren. Evaluationen sind Teil des systemischen Qualitätsmanagements.

§ 14 Gewährleistung des Studienangebots



Die design akademie berlin, Hochschule für Kommunikation und Design gewährleistet ein Studienangebot, das immatrikulierten Studierenden bei einem ordnungsgemäßen Studienverlauf den Abschluss des Studienganges in der vorgesehenen Studiendauer ermöglicht.

§ 15 Übergangsbestimmungen

Bis zum Abschluss der Bildung der zuständigen Gremien der Hochschule trifft der Rektor / die Rektorin der Hochschule die erforderlichen Entscheidungen.

§ 16 Inkrafttreten und Änderung

(1) Diese Studienordnung tritt nach Veröffentlichung im Amtsblatt in Kraft.

Anlage 1:
Modulübersicht