

## Modul: Designprojekt II (CDE)

<b>Niveau</b>	Bachelor	<b>Kürzel</b>	DesP II CDE
<b>Modulname englisch</b>	Design Project II CDE		
<b>Modulverantwortliche</b>	Dipl. Des. Ralf-Ingo Koch		
<b>Fachbereich</b>	Elektrotechnik und Informatik		
<b>Studiengang</b>	Informationstechnologie und Design, Bachelor		
<b>Verpflichtungsgrad</b>	Pflicht	<b>ECTS-Leistungspunkte</b>	12
<b>Fachsemester</b>	6	<b>Semesterwochenstunden</b>	2
<b>Dauer in Semestern</b>	1	<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	360
<b>Angebotshäufigkeit</b>	SoSe	<b>Präsenzstunden</b>	15
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch/Englisch	<b>Selbststudiumsstunden</b>	345

Der folgende Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es **genau eine** modulabschließende Prüfung gibt.

<b>Prüfungsleistung</b>	Projektarbeit	<b>Prüfungsprache</b>	Deutsch/Englisch
<b>Dauer PL in Minuten</b>		<b>Bewertungssystem PL</b>	Drittelnoten
<b>Lernergebnisse</b>	<p>Das Modul soll den Studierenden auf höherem Niveau als im Designprojekt I eine weitere Möglichkeit zum Einblick in die praktische Arbeit im Team und mit internen und externen Kunden vermitteln und limitierende Parameter, wie Zeit, Budget und die Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Auffassungen im Team und beim Kunden, im kreativen Prozess erlebbar machen. Branchenspezifische sowie branchenübergreifende Aspekte der Medienproduktion sollen hierbei vertieft und erlebt werden.</p> <p>Das Modul dient weiterhin der vertiefenden Auseinandersetzung komplexer Aufgabenstellungen innerhalb der digitalen Medien und der Orientierung und Spezialisierung der Studierenden.</p> <p>Anhand eines erweiterten Themenkanons sollen die Studenten ihre Design- und/oder Programmier-Kompetenzen durch die vollständige Ausführung eines Entwicklungsprozesses weiter ausbauen und festigen. Von der Analyse, Recherche, Konzeption über</p> <p>Zwischenpräsentationen bis hin zur Produktion und Endpräsentation sollen alle Stadien in einer vollständigen Dokumentation gesammelt werden.</p> <p>Lernziele:</p> <p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projekte in Teamarbeit organisieren.</li> <li>• erlernte Methoden der Konzeption, der Designmethodologie, der Usability, des Designs und der Produktion sinnvoll einsetzen.</li> <li>• Projekte mit begrenzten Budgets an Zeit, Arbeitskraft und Geld erfolgreich umsetzen.</li> <li>• die Projektergebnisse überzeugend präsentieren und verteidigen.</li> </ul>		

Die Studierenden trainieren hierbei ihre Teamfähigkeit und durchleben branchenspezifische und branchenübergreifende, sowie ökonomische und rechtliche Aspekte der Medienproduktion in der Praxis.

**Teilnahmevoraussetzungen**

Der vorige Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es **genau eine** modulabschließende Prüfung gibt.

**Berücksichtigung von Gender- und Diversity-Aspekten**

- ✓ Verwendung geschlechtergerechter Sprache (THL-Standard)
- ✓ Zielgruppengerechte Anpassung der didaktischen Methoden
- ✓ Sichtbarmachen von Vielfalt im Fach (Forscherinnen, Kulturen etc.)

**Verwendbarkeit**

**Bemerkungen**

## Lehrveranstaltung: Designprojekt II (CDE)

(zu Modul: Designprojekt II (CDE))

<b>Lehrveranstaltungsart</b>	Praktikum	<b>Lernform</b>	Präsenz
<b>LV-Name englisch</b>	Design Project II CDE		
<b>Anwesenheitspflicht</b>	ja	<b>ECTS-Leistungspunkte</b>	12
<b>Teilnahmebeschränkung</b>		<b>Semesterwochenstunden</b>	2
<b>Gruppengröße</b>	12	<b>Arbeitsaufwand in Stunden</b>	360
<b>Lehrsprache</b>	Deutsch/Englisch	<b>Präsenzstunden</b>	15
<b>Studienleistung</b>		<b>Selbststudiumsstunden</b>	345
<b>Dauer SL in Minuten</b>		<b>Bewertungssystem SL</b>	

Der folgende Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es eine lehrveranstaltungsspezifische Prüfung gibt.

<b>Prüfungsleistung</b>		<b>Prüfungsprache</b>	
<b>Dauer PL in Minuten</b>		<b>Bewertungssystem PL</b>	
<b>Lernergebnisse</b>			
<b>Teilnahmevoraussetzungen</b>			

Der vorige Abschnitt ist nur ausgefüllt, wenn es eine lehrveranstaltungsspezifische Prüfung gibt.

<b>Lehrinhalte</b>	Gestaltung/Programmierung und Realisation eines <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crossmedialen Kommunikationsdesign-Projekts: Zum Beispiel einer Corporate Identity und einer Werbekampagne für die Printmedien in Synergie einem digitalen Medium inkl. der Produktion des Contents, (z.B. der Werbeaufnahmen).</li> <li>• filmischen Projekts: Zum Beispiel eines aufwändigen Realfilms mit hohen Anforderungen an die Postproduktion, oder fortgeschrittenen 3D-Animation (z.B. unter Verwendung von Scripting, Charakteranimation, o.ä.).</li> <li>• akustischen Projekts: z.B. einer Reihe von Rundfunkspots oder eines Radioformats für das Campusradio oder einer Musik-CD-Produktion.</li> <li>• immersiven Projekts: Zum Beispiel einer Reihe von 360-Grad-Fotos oder -Videos, einer 360Grad-Show für Planetarien, einer Augmented Reality Anwendung, einer Projection Mapping Präsentation, einer Virtual Reality-Anwendung für 3D-Brillen, o.ä..</li> <li>• Softwareprojekts: Zum Beispiel einer maßgeschneiderten Softwarelösung für den Einsatz an der Technischen Hochschule oder einer externen Firma oder eines Computer-Games.</li> </ul>
<b>Literatur</b>	Empfehlungen der vorhergehenden Module
<b>Bemerkungen</b>	