

Fachhochschule Münster  
Fachbereich Design  
Informationen  
zum Masterstudiengang  
»Information  
und Kommunikation«



## **Impressum**

Verantwortlich für den  
Masterstudiengang  
»Information und Kommunikation«  
Prof. Dipl.-Kfm. Ralf Beuker

Redaktion  
Christiane Koch M. A.  
Prof. Dipl.-Des. Steffen Schulz

Gestaltung  
Dipl.-Des. Elisabeth Schwarz

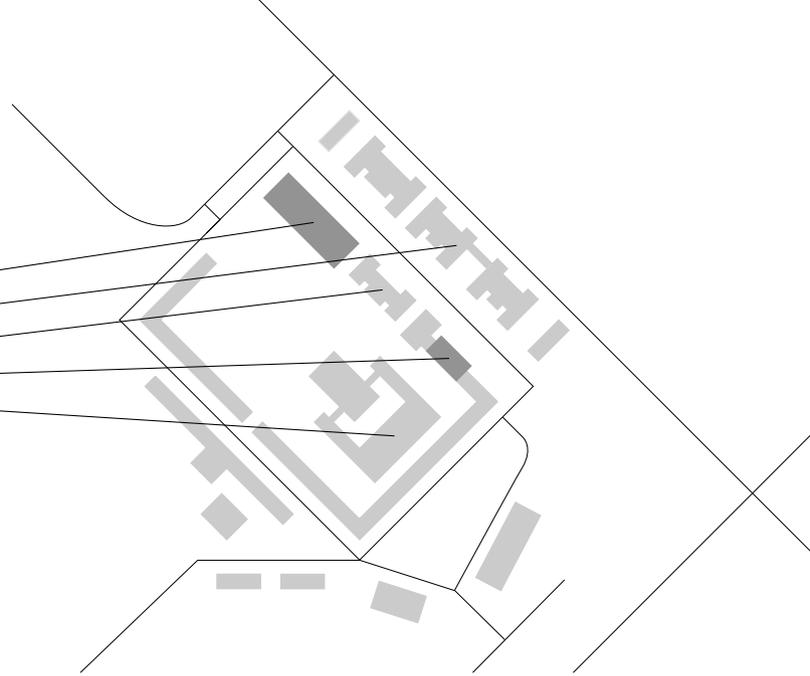
© 2010  
Fachhochschule Münster  
Fachbereich Design  
Leonardo-Campus 6  
48149 Münster  
design@fh-muenster.de  
und bei den Autoren,  
Gestaltern und Fotografen

Titelfoto  
Malte Spindler

## **Inhalt**

Der Fachbereich Design stellt sich vor 2  
Studienschwerpunkte 4  
Kompetenzen 8  
Masterstudiengang 10  
Zugangsvoraussetzung 12  
Bewerbung/Zeitplan 13  
Einblicke in die Arbeitsfelder 14  
Abbildungen 38  
Verlaufsplan Masterstudiengang 40  
Raumplan/Ausstattung 42

**Leonardo-Campus**  
 Fachbereich Design  
 Fachbereich Architektur  
 Mensa  
 Bibliothek für Architektur, Kunst und Design  
 Kunstakademie  
 weitere Fachbereiche und Institute  
 der FH und der WWU Münster



## 2 Der Fachbereich Design stellt sich vor

Der Fachbereich Design kann auf eine lange und gute Tradition zurückblicken. Seit 1878 werden in Münster Gestalter ausgebildet. Was damals die »Zeichen-, Mal- und Modellierschule« in der kunsthandwerklich-gewerblichen Lehre vermittelte, hat jedoch mit den aktuellen Anforderungen an den Beruf des Designers und der Designerin nur noch wenig zu tun.

Wir bieten eine zeitgemäße und zukunftsorientierte Ausbildung, in der die Studierenden sich die methodischen, technischen und gestalterischen Kompetenzen aneignen, die sie befähigen, als eigenständige, kritisch

und verantwortlich denkende Gestalterpersönlichkeiten an der Lösung gesellschaftlicher Problemstellungen mitzuwirken.

Der Neubau, den der Fachbereich Design 2009 auf dem Leonardo-Campus in Münsters Norden bezogen hat, verbessert die Arbeitsbedingungen für Studierende und Lehrende wesentlich. Die technische Ausstattung der Werkstätten, neue Foto- und Filmstudios, Räume für Arbeitsgruppen und flexibel nutzbare Seminarräume bieten mehr Chancen zum eigenständigen Arbeiten in der Hochschule.

Das Lehrangebot umfasst vier Studienschwerpunkte: Kommunikationsdesign, Illustration, Mediendesign und Produktdesign. Unser spezifisches Profil ist die enge Verzahnung aller vier Studienschwerpunkte in Projekten, die die unterschiedlichen Arbeitsfelder miteinander verknüpfen: Corporate Identity/Corporate design, Finanzkommunikation, Informationsgestaltung, Editorialdesign, Markenkommunikation, Fotografie, Bewegtbild/3D, Interaktive und Online Medien, Illustration, Sach- und Wissenschaftsillustration, Produktsysteme und -familien, Konsumgüter, Messe- und Ausstellungsdesign und Verpackungsdesign.

## Studienschwerpunkte

### 4 Kommunikationsdesign

Kommunikationsdesigner übersetzen Inhalte, sie vermitteln bildliche Botschaften und prägen die Kommunikation unserer Gesellschaft: mit statischen und bewegten Bildern, im zwei- und dreidimensionalen Raum.

Angesichts der heutigen Vielfalt an Medien brauchen Gestalter eine starke konzeptionelle Kompetenz: Eine der zentralen Fähigkeiten ist es heute, komplexe Inhalte zu strukturieren und medial erfahrbar zu machen.

Darüber hinaus besteht die Aufgabe darin, die Fülle visueller Ausdrucksmöglichkeiten zur Darstellung dieser Inhalte intelligent und professionell einzusetzen. Unser Studienkonzept berücksichtigt diese Anforderungen:

Im Studium Kommunikationsdesign wird deshalb medienübergreifendes Wissen vermittelt. Studierende sollen lernen, gestalterisch, analytisch und wissenschaftlich zu denken.

Im Rahmen des Studiums werden alle Arbeitsfelder der modernen Unternehmenskommunikation, mit Schwerpunkten wie Corporate Design/ Corporate Identity, Editorial-Design und Informationsgestaltung berücksichtigt. Sie vereinen in zunehmendem Maße fast alle klassischen Berufe des grafischen Gewerbes.

### Illustration

Der Studienschwerpunkt Illustration umfasst die Arbeitsfelder fiktionale Illustration und Buchillustration sowie mediengestützte Sach- und Wissenschaftsillustration. Arbeitsschwerpunkte liegen in der verlagsorientierten Illustration (Kinder- und Jugendbuch, Sachbuch), in der Zeitschriftenillustration und in der bildlichen Wissensvermittlung für Fachbücher, Presse, Fernsehen, Online-Publikationen oder für Ausstellungen.

Das Studium vermittelt die Konzeption, Planung und das Verständnis für spezifische Arbeitsprozesse anhand exemplarischer Illustrationsprojekte. Neben den traditionellen handwerklichen Techniken sind digitale Illustrationstechniken Gegenstand der Ausbildung.

## **Studienschwerpunkte**

### **6 Mediendesign**

Im Fokus des Studienbereichs Mediendesign stehen die Arbeitsfelder Bewegtbild, interaktive und Online-Anwendungen, 3D-Vsualisierung sowie Fotografie.

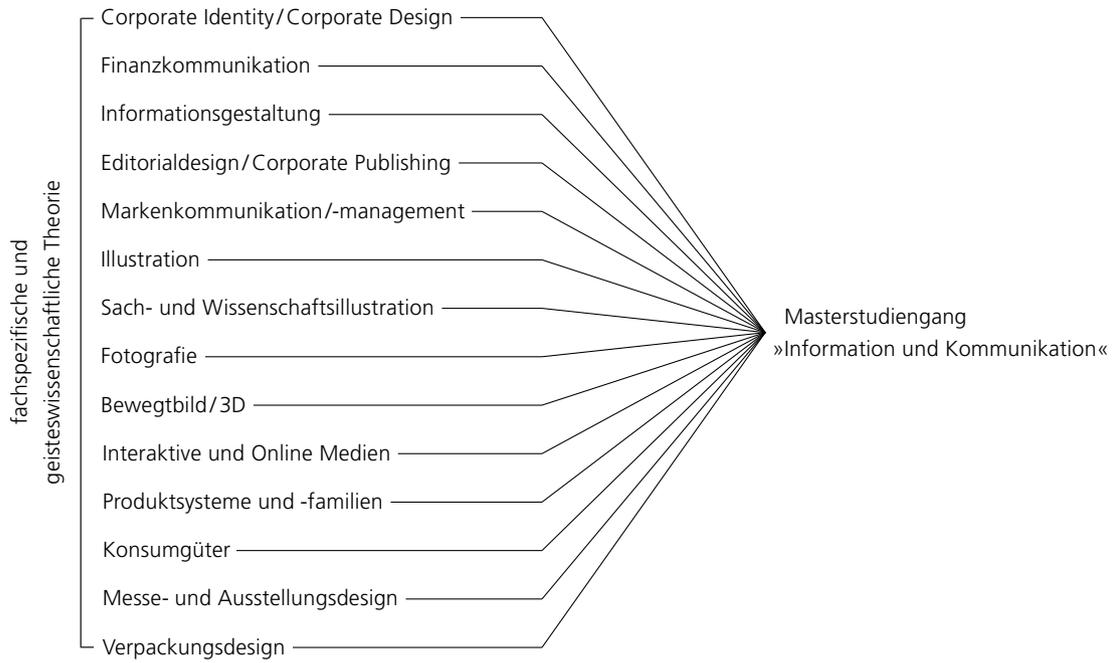
Dazu gehören Entwurf und Umsetzung von interaktiven und multimedialen Anwendungen sowie dynamischen und mobilen Interfaces, Konzeption und Produktion von Kurzfilmen, Spots, Trailern und Animationsfilmen, Planung und Realisierung von 3D-Entwicklungen sowie die Entwicklung und Umsetzung von Kommunikationslösungen in den Bereichen Bildjournalismus, Editorial- und Dokumentationsfotografie sowie Unternehmenskommunikation.

Der Schwerpunkt »Information und Kommunikation« bietet den Studierenden die Möglichkeit, sich zu spezialisieren und sich darüber hinaus mit forschungsrelevanten Fragestellungen auseinanderzusetzen. Durch die fachübergreifende Zusammenarbeit mit anderen Disziplinen oder externen Projektpartnern werden die Studierenden dazu befähigt, komplexe Aufgabenstellungen theoretisch und praktisch zu bearbeiten und zu ganzheitlichen Lösungen zu gelangen.

### **Produktdesign**

Die Arbeitsfelder des Studienschwerpunktes Produktdesign sind das klassische Produktdesign mit seinen weitreichenden Facetten vom Konsumgüterdesign, Produktsystemen und -familien über Messe- und Ausstellungsgestaltung sowie Verpackungsdesign. Die vermittelten Lehrinhalte reichen von Modellbau- und Fertigungstechniken, CAD bis zur Planung, Konzeption und zum Entwurf von unterschiedlich komplexen Designprojekten und zur inhaltlichen Auseinandersetzung mit dem Thema Produktdesign. Die regelmäßigen Industrie- und Wirtschaftskooperationen wie auch Exkursionen lassen die Lehre sehr realitätsnah werden.

**8 Kompetenzen**



Module im Semester (● Pflicht / ○ Wahlpflicht): 1. 2. 3. 4.

**Theoriemodule**

Wissenschaftliche Arbeitsmethoden	●	○	○	
Theorien der Wahrnehmung	●	○	○	
Theorien der Kommunikation	●	○	○	
Theorien der Medien	●	○	○	
Managementmethoden		○	○	

**begleitende Theoriemodule**

Fachtheorien- und methoden		●	●	
Realisierungsmethoden		●	●	

**Projektmodule**

Orientierungsprojekt	●			
Exposé Masterthema	●			
Fachprojekt A		●		
Fachprojekt B			●	
Masterarbeit				●

**10 Masterstudiengang »Information und Kommunikation«**

Der konsekutive Masterstudiengang »Information und Kommunikation« ist anwendungsorientiert. Das viersemestrige Vollzeitstudium hat einen Leistungsumfang von 120 Leistungspunkten. Die Absolventen erwerben den akademischen Grad »Master of Arts« (M.A.). Der Studiengang bezieht sich in seiner Idee und Ausrichtung auf eine globale gesellschaftliche Entwicklung, in der Information und ihre Kommunikationsformen eine zentrale soziale, kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung zukommt.

Das Studium ist als eine interdisziplinäre, systemoffene Plattform angelegt. Hier wird forschungsbasiert an Problemstellungen der Informations- und Wissensvermittlung sowie der Lösung komplexer Kommunikationsaufgaben und anspruchsvoller Produktentwicklung gearbeitet.

Elernt und angewendet werden Theoriefächer wie »Wissenschaftliche Arbeitsmethoden«, »Theorien der Wahrnehmung, der Kommunikation und der Medien«, sowie »Managementmethoden«. Die Fachprojekte werden unterstützend begleitet von Fachtheorien und -methoden sowie Realisierungsmethoden.

Das Modul »Orientierungsprojekt« im ersten Semester dient der Bestimmung des individuellen Leistungsstandes der Studierenden. Ein breites Spektrum fachlicher und medialer Methoden wird kennengelernt, untersucht und experimentell erprobt.

Im Modul »Exposé Masterthema« wird das angestrebte Masterthema methodisch hinterfragt und auf sein inhaltliches und gestalterisches Potenzial hin überprüft, die Problemstellung sowie die Ablaufplanung werden im Exposé festgelegt.

Die »Fachprojekte A und B« im zweiten und dritten Semester sind theoriebegleitete Einheiten im engen Kontext zur Masterarbeit, hier werden die Weichen zur fachlichen und medialen Ausrichtung weiterer Vorgehensweisen gestellt.

Diese Resultate und Erkenntnisse werden in der Masterarbeit zu einer finalen theoretischen, organisatorischen, gestalterischen und handwerklichen Einheit zusammengeführt, dokumentiert und präsentiert.

## Zeitplan

31. 3.

### **Bewerbungsschluss**

zum Feststellungsverfahren. Aufnahme je zum Wintersemester eines jeden Jahres.

Ende Mai

### **Präsentationen**

der individuellen Masterthemen durch die ausgewählten Bewerber.

bis 15. 8.

### **Einschreibung**

bei bestandener Prüfung zum Master of Arts »Information und Kommunikation«.

Anfang Oktober

### **Einführung, Beginn**

der Lehrveranstaltungen, Kennenlernen des Betreuungsteams und der Kommilitonen.

## 12 Berufsfeldorientierung

Die Absolventen des Masterstudienganges arbeiten in berufsspezifischen Schlüsselpositionen, als Führungskräfte in Designbüros und -agenturen, in Designabteilungen von Unternehmen, in Redaktionen von Zeitungen, Zeitschriften und Fernsehsendern, Film- und Videoproduktionen, Buchverlagen, Museen aller Sparten, Wissenschafts- und Forschungsinstituten, in der Produktentwicklung, an Hochschulen, Berufsbildungs- und Weiterbildungseinrichtungen oder selbstständig im eigenen Unternehmen.

## Zugangsvoraussetzungen

Bachelor- oder Diplomstudium in einer Design-Disziplin, Abschluss mit einem ECTS Grade A oder B, hilfsweise mindestens mit der absoluten Note 2,0.

Erfolgreiche Teilnahme am Verfahren zur Feststellung der studiengangbezogenen besonderen konzeptionellen und gestalterischen Eignung für den Masterstudiengang.

Kenntnisse der deutschen Sprache. Nachweis z. B. Test DaF4 oder DSH2-Prüfung.

## Bewerbung

Wir bitten um Zusendung in schriftlicher Form und als PDF auf einer Daten-CD/DVD. Bewerbungsschluss ist jeweils der 31. März (Poststempel). Online-Bewerbungen können nicht berücksichtigt werden.

Bitte schicken Sie das ausgefüllte und unterschriebene Bewerbungsfomular (ohne Unterschrift ist der Antrag ungültig) und beigefügte Unterlagen an die Adresse:

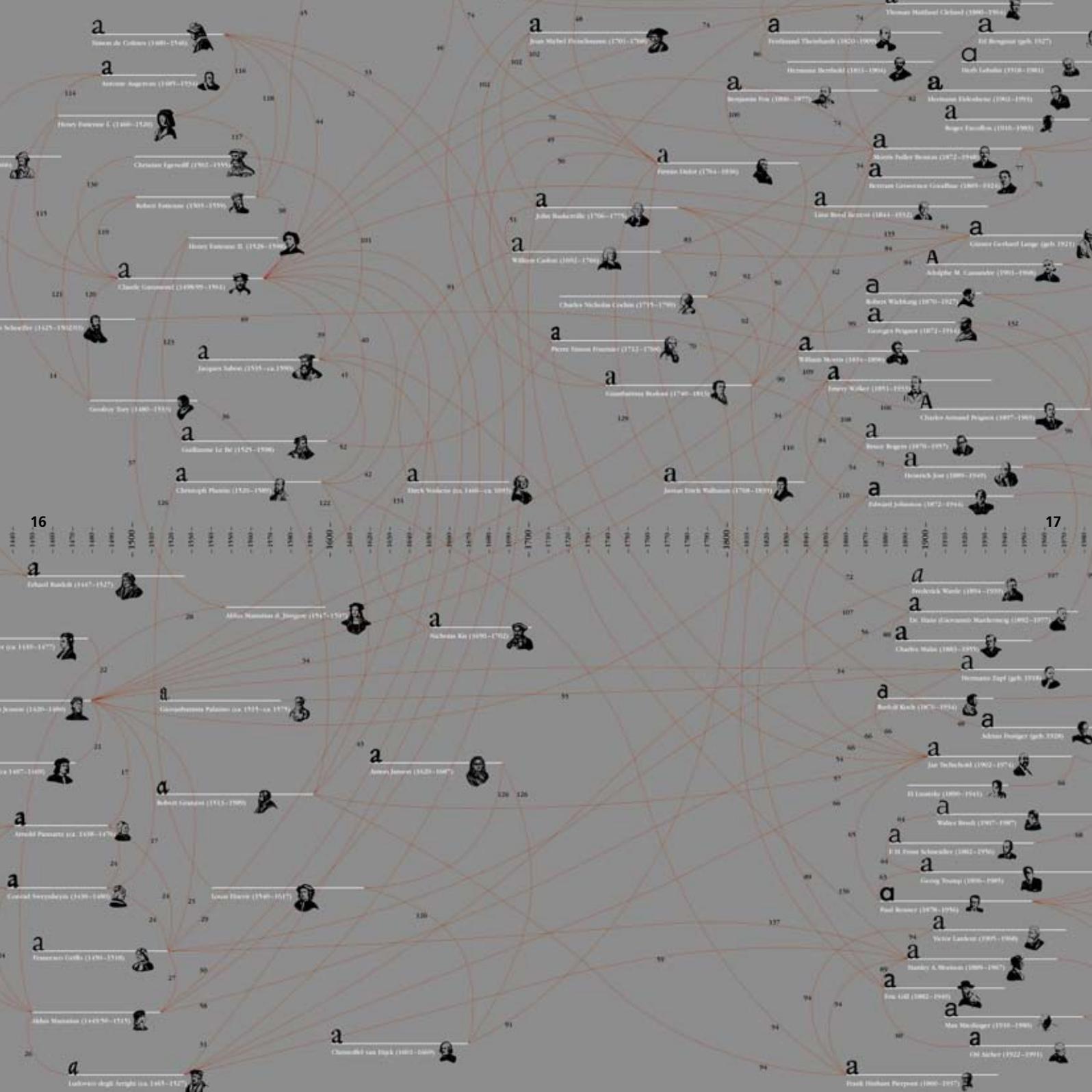
Fachhochschule Münster  
Fachbereich Design  
Feststellungsverfahren  
Leonardo-Campus 6  
48149 Münster

Ansprechpartnerin:  
Alfdis Schäfer-Dornhege  
Studieninformation  
Fachbereich Design  
Leonardo-Campus 6  
48149 Münster  
a.dornhege@fh-muenster.de  
Telefon: 0251 / 8 36 53 05



14

15





User / Customer



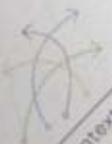
Stakeholder



Service provider



Service Designer



Contextual reference



Page reference



Touchpoint



Evidence



Contribution to the process



Conclusion 'The funnel'



Satisfaction



Dissatisfaction

Icons used in this book



Stakeholder



Customer voice



Service provider



Service Designer



Stakeholder



Customer voice



Service provider



Service Designer



Stakeholder



Customer voice

# MÜNSTER

## NUR DAS BESTE



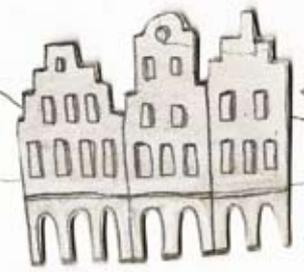
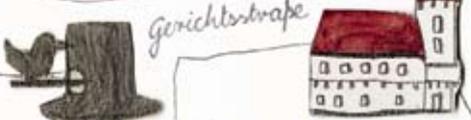
**DAS SYMMETRISCHSTE**

**DAS JOVELSTE**



**DAS HEILIGSTE**

**DAS VERRÜCKTESTE**



**DAS SCHICK**

**DAS SCHÖNSTE**



20

21

Promenade

Künerstraße

Bergstraße

Judelfelderstraße

überwasserstraße

Spickerhof

Hindenburg-  
Platz

Hindenburgplatz

Frauenstraße

Spiegelwurm

Universitätsstraße

Dom  
Platz

Gerichtsstraße

der Sackgraben

Bismarckstraße

Birpinghof

Adenauerallee

Wacker Str.

Auguststraße

Promenade

Königsgrasse

# Archaeopteryx

*Auf den Spuren des Urvogels*

Aussehen · Kopf

Schnauze

22



23

Übersicht: Kopf

Schnauze

Schädelform

Augen

Innenohr

Gehirn

Gehirnareale

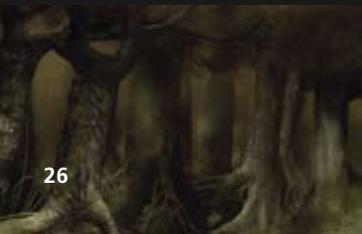
24

«Bitte auf den  
Wegen bleiben!»  
«Please keep  
on tracks!»

25



Heute Morgen  
hat es einen Alarm gegeben.



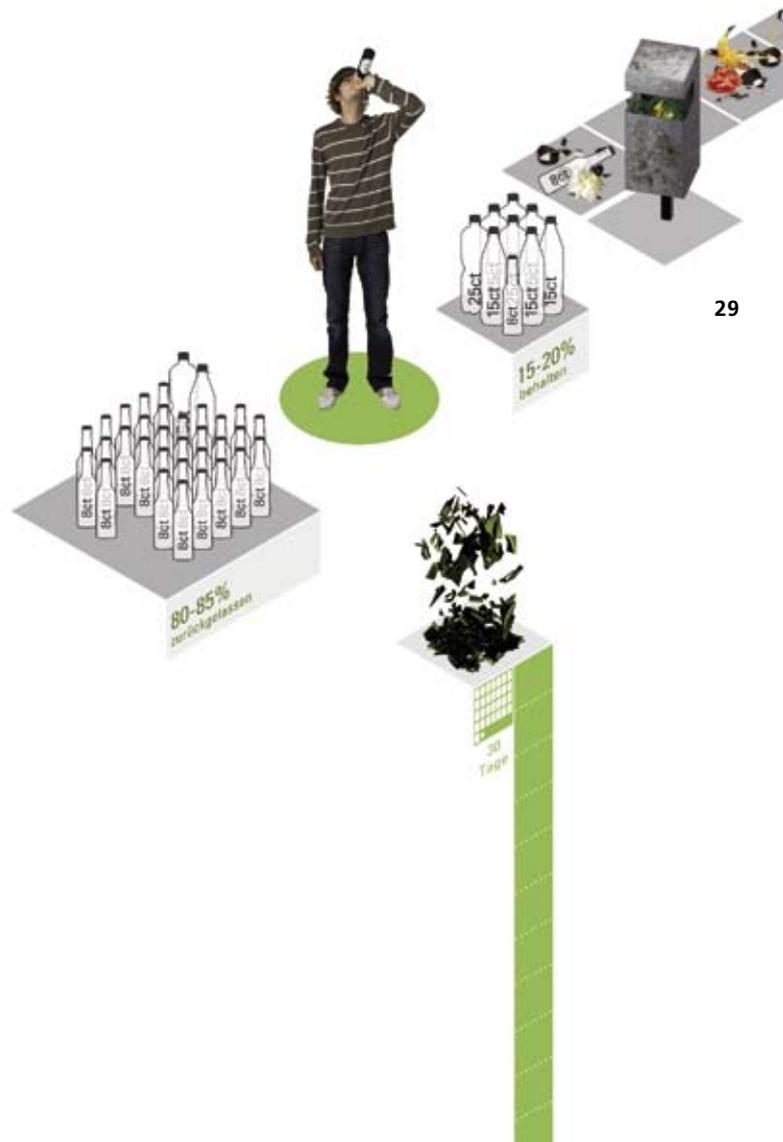
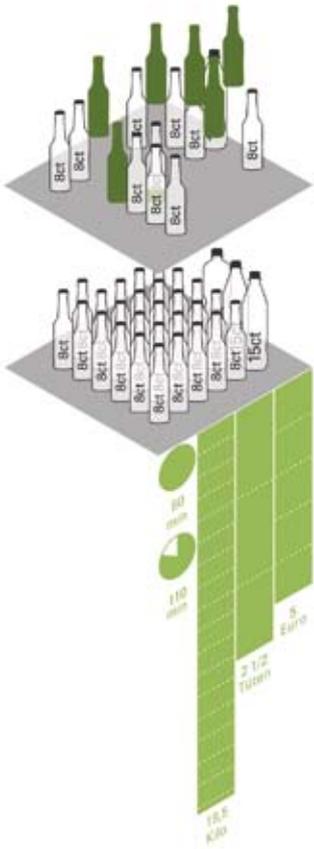
26



27



28



29

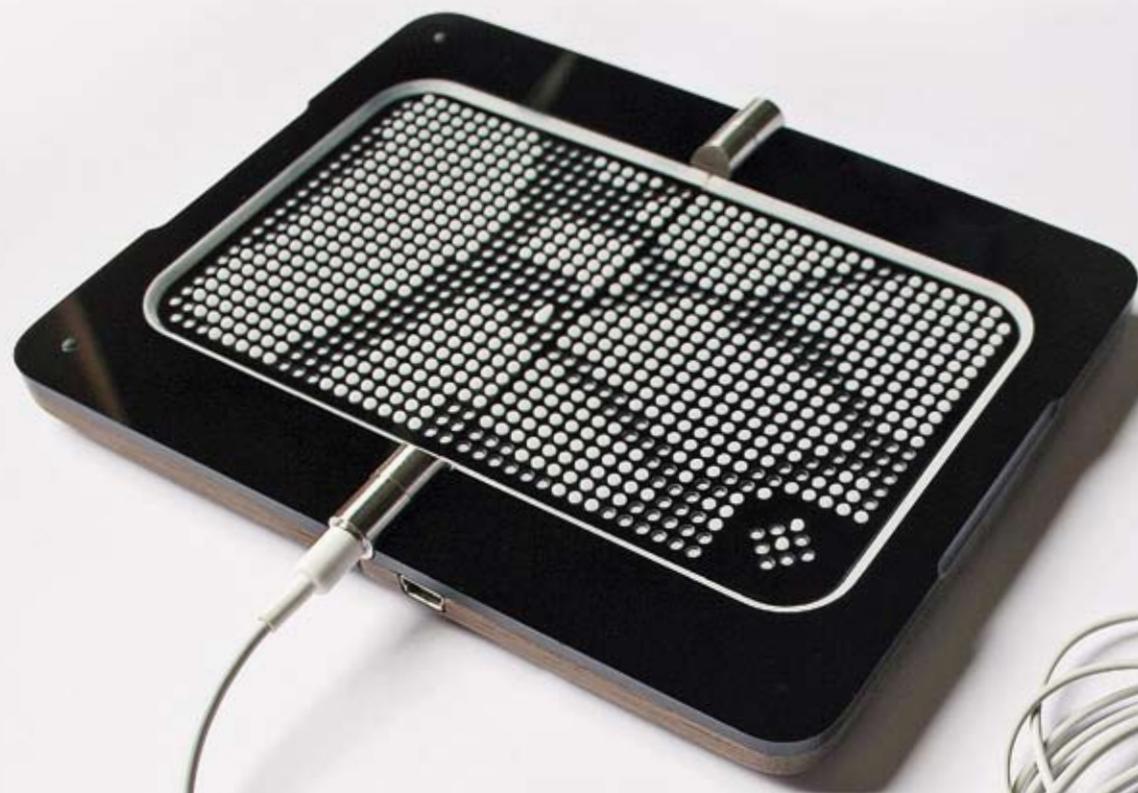


30



31







34

35

LÄTTA<sup>Q</sup>

1. break the clip



2. squeeze & dose



14	Gruppenarbeit Analyse und Gestaltung von Geschäftsberichten
16	Sonja Krahn: <i>Typomeeting</i> , Die gegenseitige Beeinflussung der Schriftgestalter seit Gutenberg, Poster
18	Jakob Schneider: <i>This is Service Design Thinking</i> , Gestaltung von Dienstleistungen
20	Julia Dürr: <i>Münster – Nur das Beste</i> , illustrierter Stadtführer für Kinder, erschienen im Aschendorf Verlag Münster 2010
22	Martin Hoppe, Wolfgang Löer: <i>Archaeopteryx – Auf den Spuren des Urvogels</i> , 3D-Visualisierungen, interaktive Lernanwendung
24	Torben Weiß: <i>Panzerhalle in Zingst</i> , Fotografie- und Kommunikationsdesignprojekt anlässlich des internationalen Fotofestivals »Horizonte« 2009
26	Annette Dürr: <i>Kaffee und Kassams</i> , Dokumentarfilm; Karam Al-Dandashi, Rasmus Selker: <i>Das Schweigen</i> (nach E. A. Poe), Animationsfilm;
28	Rüdiger Brans: <i>Mackie Messer und der Haifisch</i> , Animationsfilm
30	David Weidemann: <i>Flaschensammler</i> , interaktive Infografik
32	Matthias Glasmacher: <i>Dermatoskop</i> , Gerät zur Begutachtung von Hautmalen (Produkt ist im Markt)
34	Robert Richter: <i>plan.b</i> , fühlbare Abbildung der Umgebung für blinde Menschen, interaktiver Stadtplan
36	Philipp Schwerdtfeger: <i>Museum der Zukunft</i> , Ausstellungskonzept
	Philipp Louven: <i>Lätta Q</i> , Margarineverpackung mit Unilever (GB)

Verlaufsplan  
40 Masterstudiengang

Modul	Fachtheorie	Fachprojekt		Leistungspunkte (ECTS)	Workload / Stunden:	SWS Präsenzzeit/Woche	Selbststudium/Woche	Projektarbeit/Semester	Prüfungsvorbereitung
<b>1. Semester</b>				<b>30 ●</b>	<b>900</b>				
IK 1	T		Wissenschaftliche Arbeitsmethoden	3 ●		2	2	20	10
IK 3	T		Einführung in Theorie der Wahrnehmung, der Kommunikation und der Medien	3 ●		2	2	20	10
IK 4		P	Orientierungsprojekt	16 ○		12	4	220	10
IK 5		P	Exposé Masterthema	8 ●		4	8	50	10
<b>2. Semester</b>				<b>30 ●</b>	<b>900</b>				
IK 1A	T		Wissenschaftliche Arbeitsmethoden	3 ○		2	2	20	10
IK 2A	T		Managementmethoden	3 ○		2	2	20	10
IK 3A	T		3.1 Theorien der Wahrnehmung	3 ○		2	2	20	10
IK 3A	T		3.2 Theorien der Kommunikation	3 ○		2	2	20	10
IK 3A	T		3.3 Theorien der Medien	3 ○		2	2	20	10
IK 6	T	P	Fachprojekt A	24 ●		12	4	340	20
integriert:			Fachtheorien- und methoden Realisierungsmethoden						
<b>3. Semester</b>				<b>30 ●</b>	<b>900</b>				
IK 1B	T		Wissenschaftliche Arbeitsmethoden	3 ○		2	2	20	10
IK 2B	T		Managementmethoden	3 ○		2	2	20	10
IK 3B	T		3.1 Theorien der Wahrnehmung	3 ○		2	2	20	10
IK 3B	T		3.2 Theorien der Kommunikation	3 ○		2	2	20	10
IK 3B	T		3.3 Theorien der Medien	3 ○		2	2	20	10
IK 7	T	P	Fachprojekt B	24 ●		12	4	340	20
integriert:			Fachtheorien- und methoden Realisierungsmethoden						
<b>4. Semester</b>				<b>30 ●</b>	<b>900</b>				
IK 8		P	Masterarbeit	26 ●		8	16	360	60
IK 9		P	Präsentation und Kolloquium	4 ●		0	4	60	

● Pflichtmodul

○ Wahlpflichtmodul

## Raumplan /Ausstattung

**Flexipool** MAC,  
Software Grafikdesign/Multimedia

### Umformtechniken

**008** Einzelarbeitsplätze,  
Durch- und Aufsichtsscanner

### Fotostudios

profes. Lichttechnik, Blitzanlagen,  
Warmlicht, Deckenschienensystem,  
Hohlkehle, Schminkplätze, Garderobe

### Metallwerkstatt

 CNC-Fräse

### MAC-Pool

Software Grafikdesign und Bild-  
bearbeitung (Fotografie/Illustration),  
Durch- und Aufsichtsscanner

### Zentraler Arbeitsraum

 3D-Drucker

### Holzwerkstatt

**SW-Fotolabore**  
digitaler Großformatbelichter, Plotter,  
Kaschiermaschine

### Modellbau- / Kunststoffwerkstatt

### Oberflächen

### Buchbinderei

### Werkstatt Video /3D

MAC-Multifunktionsplätze, Video-  
schnitt, 3D-Bearbeitung/Rendering

### Mac-Pool

 Multimedia-Software

### Videostudio

Regieraum, Mehrkameraaufnahmen,  
Greenscreen, Lichtsteuerung,  
Tonaufnahmeraum, Tricktisch, Dolly,  
JIB, 3D-Scanner, High Speed Kamera

### Weiterverarbeitung

Arbeits-tische, Schneidegeräte

### Druckausgabe

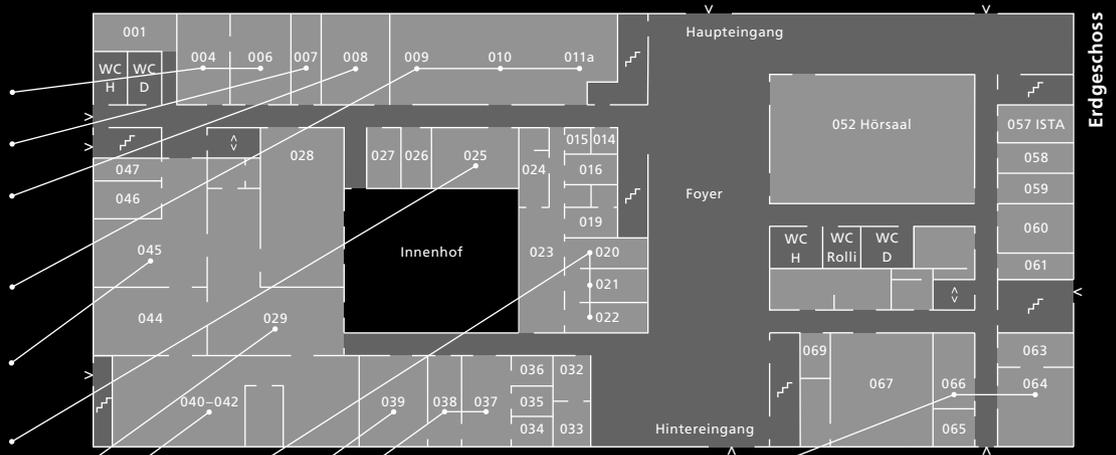
MAC, Farblaserdrucker, Laser bis A3,  
Tinte Großformat, Schneideplotter

### PC-Pool

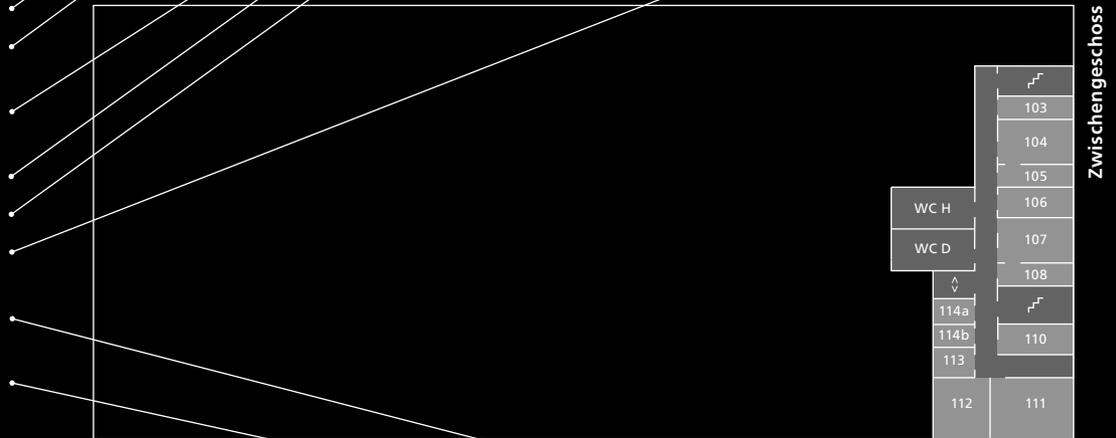
Konstruktionssoftware

### Repopool

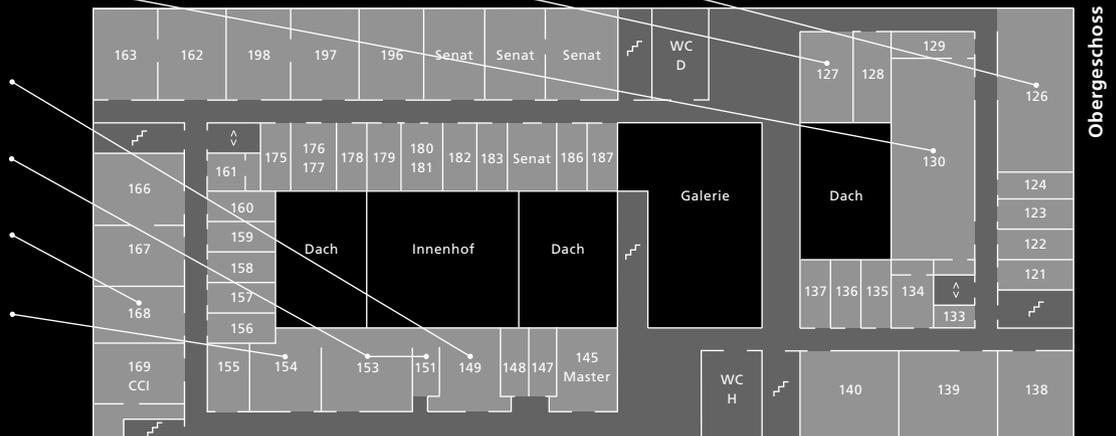
MAC, Software Grafikdesign,  
Grafiktablets, Scanner



Erdgeschoss



Zwischengeschoss



Obergeschoss