

Anlage 2a
Besondere Bestimmungen für den Masterstudiengang
Transportation Design

1. Studienziel

Ziel des Masterstudiums ist, Kompetenz in Bereichen zu vermitteln, die von zentraler Bedeutung für die moderne hochtechnisierte Gesellschaft sind.

Der **Master of Transportation Design** wird sein:

- (1) Ein Designer, der in Zusammenarbeit (d.h. nicht konsekutiv) mit dem Ingenieur in einer neuen, ständig neue Anforderungen stellenden hochtechnisierten Produktionsumgebung mit neuen Werkstoffen nach neuen Möglichkeiten sucht, und fähig ist, die sich öffnenden Perspektiven an vorderster Front der Wissenschaft zu erkennen und zielgerichtet und verantwortlich zu nutzen,
- (2) ein Designer, der aufgrund seiner im Masterstudium erlangten Fähigkeiten in einem solchen Szenario nach vorne denken kann, d.h. Entwicklungsziele formulieren und verfolgen kann,
- (3) ein Designer, der diese Ideen vermitteln und managen kann in einer Umgebung, die durch eine wachsende Informationsflut geprägt ist, und daher auch in dieser Beziehung höchste Ansprüche stellt.

2. Besondere Zulassungsvoraussetzungen

Die allgemeinen Zulassungsvoraussetzungen ergeben sich aus den §§ 2 und 26 der Studien- und Prüfungsordnung, ergänzende Zulassungsvoraussetzungen für diesen Masterstudiengang sind Bestandteil der Zulassungssatzung.

3. Masterurkunde

Der Masterurkunde im Masterstudiengang Transportation Design wird ein diploma supplement beigefügt, das die im Studium durchgeführten fachspezifischen Vertiefungen darstellt.

4. Regelstudienzeit

Die Regelstudienzeit beträgt drei Semester.

Anlage 2b (Ma): Studien- und Prüfungsplan für den Master of Arts in Transportation Design MA-TD

PO Version 2

Module und Lehrveranstaltungen	Modul-/LV-Nummer	Gesamt		1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		Prüfungsleistungen			Gewichtung	
		Credits	SWS	Credits	SWS	Credits	SWS	Credits	SWS	Prüfungssemester	Prüfungsart ¹⁾	Klausur-dauer in Minuten	Master Thesis	∅x
1. Professional Studies														
Technology	PST2410													
New Technology Ergonomics	PST2411	3	2	3	2					1.	PLS		1	
Management	PST2420													
Design Management ¹⁾	PST2421	6	4	6	4					1.	PLH/PLK/PLR		1	
Presentation Techniques	PST2430													
Presentation Techniques 2d	PST2431	4	2	4	2					1.	PLP		1	
Presentation Techniques virtual	PST2432	4	2			4	2			2.	PLP		1	
2. Automotive Exterior														
Project Exterior	AET2410													
Designconcept and -process (Project) ²⁾	AET2411	7	8	7	8					1.	PLP	60	5	
CA exterieur modeling	AET2420													
Formanalysis 3d I	AET2421	4	2	4	2					1.	PVL-MP	60		
CA modeling 3d I	AET2422	5	4	5	4					1.	PLS	60	2	
3. Automotive Interior														
Project Interior	AIT2410													
Designconcept and -process (Project)	AIT2411	8	10			8	10			2.	PLP		5	
Color + Trim ¹⁾	AIT2412	6	2			6	2			2.	PLH/PLK/PLR		1	
CA interior modeling	AIT2420													
Formanalysis 3d II	AIT2421	4	2			4	2			2.	PVL-MP			
CA modeling 3d II	AIT2422	5	4			5	4			2.	PLS		2	
CA material simulation I+II	AIT2423	4	2			4	2			2.	PLS		1	
4. Thesis	MAT2100	30	0					30	0	3.			10	
Summe		90	44	29	22	31	22	30	0				30	

¹⁾ Sind mehrere Prüfungsarten genannt, bestimmen die Prüfer Art und Anzahl der Prüfungsleistungen.

²⁾ Der erfolgreiche Abschluss ist Voraussetzung für die Teilnahme am Project Interior (Designconcept and -process des Folgesemesters.

Anlage 3a

Besondere Bestimmungen für den Masterstudiengang Creative Direction

1. Studienziel

Ziel des Masterstudiums ist, Kompetenz in Bereichen zu vermitteln, die von zentraler Bedeutung für die moderne hochtechnisierte Gesellschaft sind.

Der **Master of Arts in Creative Direction** wird sein:

Der Masterstudiengang bietet kreativen Designern/innen eine differenzierende Vertiefung ihrer kreativen Kompetenz. Ziel ist die Absolventen zu Experten in Kreativität, Innovation, Art Direction und innovativer Marktbearbeitung zu machen. International renommierte Visiting-Artists, Designer und Professoren geben gemachte Erfahrung und Ergebnisse ihrer Forschung an die Studierenden weiter.

Die Entwicklung von kreativer Kompetenz steht im Mittelpunkt. Wissenschaften wie Psychologie, Verhaltensforschung, Philosophie, Ethik und kognitive Wissenschaften bilden das Fundament für Ästhetik und Semiotik.

Das Neue, die Entwicklung von Innovationen und die Umsetzung von Visionen sind die Schwerpunkte, die den Studierenden aufzeigen, wie wichtig die eigenständige Kreation ist und welche Methoden erforderlich sind um erfolgreich zum Ziel zu kommen.

Ein weiterer Schwerpunkt ist Design als Dienstleistung weiter zu entwickeln und die Einbeziehung von Unternehmensidentität, Markenstrategien, Lifestyles und Zielgruppen- Szenarien in der Gestaltung zu ermöglichen.

Gerade in den Bereichen, in denen das Design zu Hause ist, sind enorme Entwicklungsgeschwindigkeiten zu beobachten. Wandel der Kommunikationsmedien und Wechsel im Konsumverhalten schaffen neue Chancen für die Kreativität des Designers. Innovative Fertigungsmethoden und moderne Logistik geben interessanten neuen Produktideen Chancen.

Was nutzen die besten Ideen, ohne die richtigen Marktzugänge und Vermarktungsformen. Die Studierenden kennen die Grundlagen der Vermarktung und sind in der Lage kreative Schlüsse zu ziehen.

Ziel des Studienganges ist aufbauend auf dem Bachelor die „Creative Leadership“ in den Unternehmen zu erreichen und die Studierenden zu befähigen zu führen und erfolgreiche Ideen und Designs sicher in die Zielmärkte und zu den angestrebten Zielgruppen zu tragen.

2. Besondere Zulassungsvoraussetzungen

Die allgemeinen Zulassungsvoraussetzungen ergeben sich aus den §§ 2 und 26 der Studien- und Prüfungsordnung, ergänzende Zulassungsvoraussetzungen für diesen Masterstudiengang sind Bestandteil der Zulassungssatzung.

3. Masterurkunde

Der Masterurkunde im Masterstudiengang Creative Direction wird ein diploma supplement beigefügt, das die im Studium durchgeführten fachspezifischen Vertiefungen darstellt.

4. Regelstudienzeit

Die Regelstudienzeit beträgt drei Semester.

5. Studienaufbau

Das Masterstudium drei Themenschwerpunkte vor:

- Creative Competence
- Creative Market Competence
- Creative Leadership

- (Multidisciplinary Design Projekts with Visiting Artist, Designers and Professors)

6. Unterrichtssprache

Die Lehrveranstaltungen können, soweit in Anlage 2b nichts anderes vermerkt ist, sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache durchgeführt werden.

Anlage 3c (Ma): Studien- und Prüfungsplan für den Master of Arts in Creative Direction MA-CD

PO-Version 5 - ab WS 2008/09

Module und Lehrveranstaltungen	Modul-/ LV-Nummer	Gesamt		1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		Prüfungsleistungen			Gewichtung	
		Credits	SWS	Credits	SWS	Credits	SWS	Credits	SWS	Prüfungs- semester	Prüfungsart ¹⁾	Klausur- dauer in Minuten	Master Thesis	Øx
1. Visiting Artists, Designers and Professors														
Multidisciplinary Design Project I ²⁾	MDP2010									1.	PLP		1	6
Identity Building Project ³⁾	MDP2011	8	4	8	4									
Intercultural Design Project ³⁾	MDP2012	8	4	8	4									
Multidisciplinary Design Project II	MDP2020									2.	PLP		1	6
New Media Project ³⁾	MDP2021	8	4			8	4							
Innovative Integrated Product ³⁾	MDP2022	8	4			8	4							
Artistic Project	MDP2030	6	4	6	4					1.	PLP		1	4
2. Creative Competence														
Cultural Design Competence	CDC2010												1 : 1 : 1	4
Intercultural Design Contexts, Ethics ¹⁾	CDC2011	2	2	2	2					1.	PLH / PLR			
Theories of Perception ¹⁾	CDC2012	2	2	2	2					1.	PLH / PLR			
Aesthetics/Semiotics, Philosophy, Theory of Design ¹⁾	CDC2014	2	2	2	2					1.	PLH / PLR / PLK	60		
Design and Innovation	CDC2020												1 : 1	4
Research, Development, Knowledge Management ¹⁾	CDC2022	2	2	2	2					2.	PLH / PLR / PLK	60		
New Technologies, Materials & Processes, Sustainability, Usability ¹⁾	CDC2023	2	2			2	2			1.	PLH / PLR / PLK	60		
Identity Building	CDC2030												1 : 1 : 1	2
Brand-, Corporate-, Product-Identity ¹⁾	CDC2031	2	2			2	2			2.	PLH / PLR			
Identity Switching, Gender Studies+Rituals ¹⁾	CDC2032	2	2			2	2			2.	PLH / PLR			
Lifestyles, Trend Scouting, Market Research ¹⁾	CDC2033	2	2			2	2			2.	PLH / PLR			
New Media Creation and Communication	CDC2040												1 : 1 : 1	2
Innovative Media Systems ¹⁾	CDC2041	2	2			2	2			2.	PLR / PLP			
Media and Communication Strategy ¹⁾	CDC2042	2	2			2	2			2.	PLH / PLR			
User centered Media and Media Creation ¹⁾	CDC2043	2	2			2	2			2.	PLR / PLK	60		
Design Methodology	CDC2050												1 : 1	4
Visioneering, Creative Strategies and Artistic Perception ¹⁾	CDC2051	2	2	2	2					1.	PLR / PLK	60		
Systems Theory ¹⁾	CDC2052	2	2	2	2					1.	PLR / PLK	60		
3. Creative Market Competence	CMC2010												1 : 1 : 1	4
New Business Development ¹⁾	CMC2011	2	2			2	2			2.	PLH / PLR			
Innovative Marketing ¹⁾	CMC2012	2	2	2	2					1.	PLH / PLR			
Creative CRM Client Relationship Manag. ¹⁾	CMC2013	2	2			2	2			2.	PLH / PLR			
4. Creative Leadership	CLS2010												1 : 1 : 1	2
Agency-, Design- and Teammanagement ¹⁾	CLS2012	2	2			2	2			2.	PLH / PLR			
Trademark and Design Right	CLS2013	2	2			2	2			2.	PLK	60		
Presentation and Event Management ¹⁾	CLS2014	2	2	2	2					1.	PLH / PLR			
5. Thesis⁴⁾	MAC2100	30	0					30	0	3.				16
Summe		90	50	30	24	30	26	30	0					54

¹⁾ Sind mehrere Prüfungsarten genannt, bestimmen die Prüfer Art und Anzahl der Prüfungsleistungen

²⁾ Der erfolgreiche Abschluss ist Voraussetzung für die Teilnahme am Multidisciplinary Design Project II des Folgesemesters

³⁾ Wahlmöglichkeit des Studierenden, wählt ein Projekt pro Semester

⁴⁾ Die Masterarbeit (Thesis) sind als folgende Varianten möglich: 1. Hauptgewicht Thesis(Konzeption, Entwurf und Ausarbeitung) (Gewichtung 12) und mündliche Abschlussprüfung (Gewichtung 4) oder 2. Wissenschaftliche Arbeit (Gewichtung 12) und mündliche Abschlussprüfung (Gewichtung 4)