

Anlage A.1.6**LEHRPLAN DER MEISTERSCHULE FÜR KOMMUNIKATIONS-DESIGN**

(einjährig)

I. STUDENTAFEL¹

(Gesamtstundenzahl und Stundenausmaß der einzelnen Unterrichtsgegenstände)

A. Pflichtgegenstände	Jahresstunden	Lehrverpflichtungsgruppe
1. Religion	40	III
2. Werbung	80	III
3. Darstellung und Komposition	240	III
4. Technologie der Medien ²	160	I
5. Entwurfsprojekt	800	I
Gesamtstundenzahl	1320	

B. Freigegegenstände	Jahresstunden	Lehrverpflichtungsgruppe
Deutsch und Kommunikation	40	I
Englisch	40	I
Angewandte Mathematik	40	I

II. ALLGEMEINES BILDUNGSZIEL

Siehe Anlage A mit folgenden Ergänzungen:

Fachspezifisches Bildungsziel und Qualifikationsprofil:

Ziel der Ausbildung:

Die Absolventinnen und Absolventen der Meisterschule für Kommunikations-Design sind durch Praxis und Ausbildung besonders befähigt, Aufgaben in der audiovisuellen Kommunikation zu übernehmen. Kernbereiche der gestalterischen Ausbildung sind Werbung, Darstellung und Komposition, Technologie der Medien und Entwurf. Die Ausbildung verfolgt primär das Ziel,

- die für den Beruf erforderliche Anwendungssicherheit durch praktische Arbeiten in Entwurf und mediengerechter Darstellung sowie durch praxisbezogene Projektarbeiten zu erreichen,
- ein ausreichendes Verständnis über die Spezifika des Kommunikationswesens, der Medien und der erforderlichen Technologien durch begleitenden Theorieunterricht sicher zu stellen,
- eine angemessene Ergänzung der Allgemeinbildung und eine betriebswirtschaftliche Grundausbildung zu vermitteln.

Fachliche Kernkompetenzen:

Die Absolventinnen und Absolventen der Meisterschule für Kommunikations-Design verfügen über folgende technische Kompetenzen:

- die manuelle, handwerkliche und elektronische Herstellung von Produkten des Kommunikations-Designs,
- Kreation und Planung von Produkten des Kommunikations-Designs,
- die Bedienung und Wartung einschlägiger Fertigungsmaschinen und Geräte,
- die Vorbereitung, Erfassung, Planung und Dokumentation von Arbeitsabläufen unter Berücksichtigung von Vorgaben der Betriebsführung, Qualitätssicherung, Arbeitssicherheit und einschlägiger Normung,
- die zweckmäßige Verwendung aktueller Hard- und Software.

¹ Zur Erlassung schulautonomer Lehrplanbestimmungen siehe Anlage A, Abschnitt II.

² Einschließlich Computergrafik und Original-Druckgrafik.

Fachübergreifende Kernkompetenzen:

Im Bereiche der persönlichen und sozialen Kompetenzen sind die Absolventinnen und Absolventen der Meisterschule für Kommunikations-Design insbesondere befähigt,

- praktische Aufgaben genau und systematisch nach technischen Vorgaben norm- und gesetzeskonform auszuführen,
- Arbeitsaufträge sowohl eigenständig als auch im Team mit anderen Fachleuten zu erledigen,
- sich in den relevanten Bereichen selbstständig weiterzubilden,
- mit Kunden und Lieferanten zu kommunizieren sowie relevante Dokumentationen zu verfassen.

Tätigkeitsfelder:

Die Einsatzgebiete der Absolventinnen und Absolventen liegen in den Bereichen der Kreation, Kalkulation und Herstellung von Kommunikations-Design-Produkten. Dabei stehen eigenständige Tätigkeiten in der Beratung, Planung, Arbeitsvorbereitung, Durchführung und Qualitätssicherung im Vordergrund.

Auch die Dokumentation von planenden und ausführenden Tätigkeiten im Kommunikations-Design mittels einschlägiger Software, die Auswahl, Wartung und Instandhaltung von Betriebseinrichtungen, die Beurteilung und Analyse von Produkten zählen zu den typischen Aufgaben der Absolventinnen und Absolventen. Die Anwendung einschlägiger Normen und Vorschriften über Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz sind Bestandteil aller Tätigkeiten.

III. SCHULAUTONOME LEHRPLANBESTIMMUNGEN

Siehe Anlage A.

IV. DIDAKTISCHE GRUNDSÄTZE

Siehe Anlage A.

V. LEHRPLÄNE FÜR DEN RELIGIONSUNTERRICHT

Siehe Anlage A.

VI. BILDUNGS- UND LEHRAUFGABE DER UNTERRICHTSGEGENSTÄNDE UND AUFTEILUNG DES LEHRSTOFFES**A. Pflichtgegenstände****2. WERBUNG****Bildungs- und Lehraufgabe:**

Die Studierenden sollen

- die betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Bedeutung der Werbung kennen;
- die Mechanismen und Phänomene der Kommunikation verstehen und die Medien kennen;
- die Rechtsvorschriften sowie die Berufsbilder der Werbebranche kennen.

Lehrstoff:

Marketing:

Die Marketinginstrumente Produkt-, Preis-, Kommunikations- und Vertriebspolitik; Marketinginformation, Marketingkonzept, Grundlagen der Kommunikation, Werbemittelstrategie, Werbeträgerauswahl.

Konzeption:

Werbeplanung und -konzeption, Medienplanung; neue Medien, fallstudienorientierte Praxisprojekte mit Umsetzung auf eigene Entwurfsarbeiten.

3. DARSTELLUNG UND KOMPOSITION

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden sollen

- eine Sensibilität in der Auseinandersetzung mit den Erscheinungsformen der sichtbaren Umwelt erlangen;
- zu bildnerischen Darstellungen fähig sein und diese im Sinne der Anwendbarkeit objektivieren;
- im Bereich der bildnerischen Darstellung Qualitätsphänomene erkennen und einschätzen können.

Lehrstoff:

Darstellungsinhalte:

Untersuchung der selbst gewählten Sujets auf Hell-Dunkel-Werte und Farbkontraste unter Berücksichtigung von Komposition und Bildgestaltung; Auseinandersetzung mit den Ausdrucksformen der Gegenwart; Abstraktion aller Erscheinungsformen bis zur nichtgegenständlichen Darstellung; Übertragung der bildnerischen Erfahrungswerte auf angewandte, konkret vorgegebene Themen, Herstellung konzeptiver Zusammenhänge.

Darstellungsthemen:

Akt, Figur, Stilleben, Landschaft und nichtgegenständliche Kompositionen; Ausstellungskonzept, Plakat; Raumgestaltung, Tryptichon.

Darstellungstechnik und –mittel:

Einsatz aller grafischen und malerischen Mittel; Collage; Entwürfe mit Detailausführung; Automatismen, Material-Assemblagen; Rauminstallationen, dreidimensionales Gestalten, Modelle und Endpräsentation.

4. TECHNOLOGIE DER MEDIEN

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden sollen

- den mediengerechten Einsatz der angewandten Computergrafik, der Originalgrafik und der Druck- und Reproduktionstechnik kennen;
- in diesen Bereichen praktische Aufgaben lösen und durchführen können.

Lehrstoff:

Computergrafik:

Anwenden des Grafik-Computers als Gestaltungswerkzeug für Kommunikations-Design-Aufgaben und Kommunikations-Design-Projekte, Nutzung der Möglichkeiten des Computers zur Herstellung von elektronischen Reinzeichnungen mit Hilfe der aktuellen Grafik-, Layout- und Bildbearbeitungsprogramme; elektronisch unterstützte Präsentations- und Animationsgrafik; interaktive Systeme; der Computer als Werkzeug für Multimedia-Projekte.

Gestaltungsaufgaben:

Grafik-, Text- und Bildintegration; freie und technische Illustration, Diagramme; Animation; interaktive Oberflächen und Leitsysteme.

Druckgrafik:

Hochdruck (Linolschnitt, Holzschnitt); Tiefdruck (Radierung, Kaltnadel, Aquatinta, erweiterte Techniken); Flachdruck (Lithografie); Siebdruck, künstlerische Serigrafie, Handhaben der Druckmaschinen, Druckfarben, Hilfsgeräte und Werkzeuge.

Druckformentechnik:

Herstellung von Druckformen verbunden mit Gestaltungsexperimenten auf manuellem, fotomechanischem und elektronischem Weg.

Druckträger:

Arten (Papiere, Kunststoffe, Textilien, Metalle), Eignung, Verarbeitung, Handhabung, Endverarbeitung, Recycling.

Gestaltungsaufgaben:

Didaktische und technische Übungen; Umsetzen von Studien und Vorlagen in originalgrafische Techniken.

Druckgrafische Gestaltung:

Angewandte Aufgaben unter Einsatz druckgrafischer Techniken; künstlerische Aufgaben des Kommunikations-Designs und Gestaltungsexperimente unter Einsatz druckgrafischer Techniken.

5. ENTWURFSPROJEKT

Bildungs- und Lehraufgabe:

Die Studierenden sollen

- die Aufgaben des visuellen Gestalters lösen können;
- Kreativität und konzeptionelles Denken entwickeln;
- Themen des Kommunikations-Designs unter Berücksichtigung gestalterischer, reproduktionstechnischer und wirtschaftlicher Erfordernisse ausführen können.

Lehrstoff:

Kommunikations-Design-Projekte:

Komplexe Gestaltungsaufgaben aus verschiedenen Bereichen der Öffentlichkeitsarbeit; Transportieren einer Botschaft mit grafischen Mitteln; Kommunikationsziele; Elemente der Werbekampagne.

Analyse und Anwendung medienspezifischer Gesetzmäßigkeiten:

Konzeption mehrstufiger Projekte und deren Ausführung in zwei- und dreidimensionaler Präsentationsform; Anzeigen- und Plakatserien, Firmenpräsentationen, Werbe- und Informationskampagnen, Produktpräsentation, Leitsysteme, Corporate Design.

Ausführung:

Themenbezogene Entwurfs- und Präsentationsformen; technisch unterstützte Darstellungsmethoden; Simulieren realer medienspezifischer Verhältnisse.

Präsentation:

Visuelle, verbale und schriftliche Präsentation unter Berücksichtigung konzeptioneller und wirtschaftlicher Kriterien.

B. Freigegegenstände

Siehe Anlage A.