

2. Semester

MDMA5 Design und Wirtschaft

Nr.: MD MA 5	Pflichtmodul: Design und Wirtschaft	Sprache: deutsch		Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 2
		Workload: 180 h		Prüfungsform: KL90 / HA
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60 h	Selbststudium: 120 h	
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)	Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Medienrecht		Dipl.-Jur. Reinmar Schmidt	V	2
Designmanagement		Prof. Interaktive Medien (N.N.)	V	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: MD				
Inhalte				
<u>Medienrecht:</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - juristisch relevante unternehmerische Prozesse mit Blick auf die Verantwortung des Designers/der Designerin als Schnittstelle zwischen Design und Management, zwischen Kreation und Business - Medienrecht in Presse, Rundfunk und Multimedia - Das Internet als rechtsfreier Raum? Europäische und globale Medienrechtsvernetzung - Persönlichkeitsrechte in Medien 				
<u>Designmanagement:</u>				
<ul style="list-style-type: none"> - Ideen im Design als Unterstützung und Stärkung der Unternehmensvision - wirtschaftliche Prozesse und unternehmerische Strategien im Kontext zu innovativen Designstrategien - neue crossmediale Kommunikationsformate 				
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen				
<u>Medienrecht:</u>				
Die Studierenden kennen designrelevante Wirtschaftstermini und ordnen komplexe Unternehmens-Sachverhalte strategisch richtig ein. Sie diskutieren die Rolle des Designs als Unterstützung und Stärkung der Unternehmensvision, da sie aktuelle Kommunikationsformate kennen und auf der Grundlagenvermittlung wirtschaftlicher Prozesse und unternehmerischer Strategien kritisch hinterfragen.				
<u>Designmanagement:</u>				
Aus dem erarbeiteten Verständnis, dass Design, Produktion und Marketing als eine Einheit zu verstehen ist, entwickeln die Studierenden eigene, crossmediale Formate zur zukünftig besseren Kommunikation. Studierende erkennen eventuelle medienrechtliche Widersprüche oder Gefahrenquellen für ihren Arbeitsbereich und können diese abwenden.				
Literatur und Arbeitsmaterialien				
<u>Medienrecht:</u>				
Barton, Dirk-Michael: Multimediarecht. Stuttgart 2010				
Fechner, Frank: Medienrecht: Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia. Tübingen 2019				
Heinemann, Andreas: Patent- und Designrecht: Textausgabe zum deutschen, europäischen und internationalen Patent-, Gebrauchsmuster- und Designrecht. München 2018				
Homann, Hans Jürgen: Praxishandbuch Filmrecht: ein Leitfadens für Film-, Fernseh- und Medienschaffende. Berlin 2009				

Homann, Hans-Jürgen: Praxishandbuch Musikrecht: ein Leitfaden für Musik- und Medienschaffende. Berlin 2007

Jänich, Volker Michael | Eichelberger Jan: Urheber- und Designrecht. Stuttgart 2019

Kobuss, Joachim: Erfolgreich als Designer: Designrechte international schützen und managen. Basel 2017

Koch, Uwe / Otto, Dirk / Rüdlin, Mark: Recht für Grafiker und Webdesigner: Verträge, Schutz der kreativen Leistung, Selbstständigkeit, Versicherungen, Steuern. Bonn 2012

Loef, Robert: Zum Spannungsfeld zwischen Medienfreiheit und Persönlichkeitsschutz: Unterhaltungs-öffentlichkeit und privates Medienrecht. Baden-Baden 2009

Designmanagement:

Brauer, Gernot: Erfolgsfaktor Design-Management: ein Leitfaden für Unternehmer und Designer. Basel 2007

Cooper, Rachel | Junginger, Sabine | Lockwood, Thomas: The handbook of design-management. London 2017

Hensel, Daniela: Understanding Branding: Strategie- und Designprozesse verstehen und anwenden. München 2015

Kern, Ulrich und Petra: Designmanagement: die Kompetenzen der Kreativen. Hildesheim/Zürich 2005

Stone, Terry Lee: Designmanagement: So realisieren Sie Ihre Konzepte. München 2011