

Fach	Kommunikationsdesign
Abschlussgrad	Bachelor of Arts
Hochschule	Fachhochschule Mainz
Datum der Akkreditierung	28.11.2006
Dauer der Akkreditierung	31.03.2012
Start des Studienbetriebs	WS 2006/2007
Zugang zum höheren Dienst? (nur für Masterstudiengänge)	
Kategorisierung (nur für Master-Studiengänge)	
Fakultät/Fachbereich	Fachbereich II Gestaltung
Kontakt	Prof. Dr. Isabel Naegele Tel.: 06131-2859-511 Fax: 06131-2859-530 E-Mail: naegele@fh-mainz.de
Auflagen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Die Modulhandbücher sind formal und inhaltlich zu überarbeiten (Konkretisierung und Ergänzung von Modulhalten; Beschreibung, Betreuung und Beurteilung des Praxis-Semesters; Differenzierung von Modulziel und Modulinhalt; Darstellung des Soft-Skill-Erwerbs; Überprüfung und ggf. Abänderung der ECTS-Ausweisung/Berechnung; Frequenz der Module im Studienjahr; Abänderung der angegebenen Prüfungsformen) 2. Ein Konzept zur Qualitätssicherung ist vorzulegen und zu implementieren 3. Die Bereiche „Werbung“ und „Interaktive Medien“ müssen im Profil deutlicher beschrieben werden. 4. Die Berufsfeldorientierungen müssen vor dem Hintergrund des jeweiligen Profils in Einklang gebracht werden. Dieser Einklang ist durch Änderungen in der Darstellung und/oder im Angebot herzustellen.
Profil des Studiengangs	<p>Der gestalterisch-künstlerische Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign soll die erforderlichen Grundlagen für eine Tätigkeit als Grafik-Designer vermitteln. Die wesentlichen Arbeitsfelder liegen für Designer in der klassischen Werbung, in den Print- und Onlinemedien sowie in den Bereichen Corporate Design, Unternehmenskommunikation und institutionelle Werbung. Als Arbeitgeber/Auftraggeber kommen Agenturen, Gestaltungsbüros, Medienunternehmen und Verlage sowie Institutionen in Betracht.</p> <p>Studierende erwerben neben den gestalterischen Kompetenzen auch rechtliche, soziale und organisatorische Kompetenzen.</p>

Zusammenfassende Bewertung

Curriculum: In den ersten beiden Semestern werden grundlegende gestalterische Problemstellungen gelehrt und bearbeitet. Hinzu kommen Einführungen in die Realisationstechniken (Computertechnologie, Programmschulung) und in die Werkstätten (Buchbindewerkstatt, Offset-Druckwerkstatt, Siebdruckwerkstatt, Fotolabor, Fotostudio und Bibliothek). Im dritten und vierten Semester können die Studierenden durch Vertiefungen und Erweiterungen erste eigene Schwerpunkte setzen. Es gibt die drei Schwerpunkte ›Editorial-Design/Buchgestaltung‹, ›Interaktive Medien‹ und ›Werbung‹. Im 5. Semester ist ein Praxissemester von 20 Wochen vorgesehen. Das 6. Semester ist durch komplexe, interdisziplinäre Projektarbeit gekennzeichnet. Diese großen ›Interdisziplinären Projekte‹ werden zwischen verschiedenen Fächern des Studiengangs, in Zusammenarbeit mit den anderen Studiengängen des Fachbereiches, den ausländischen Partnerhochschulen oder externen Partnern aus Wirtschaft und Forschung durchgeführt. Das 7. Semester dient der Ausarbeitung der Bachelor-Arbeit.

In Mainz gibt es seit langem einen klaren Schwerpunkt nach Außen in Richtung Typografie bzw. Editorial. Zu diesem Schwerpunkt sollte man sich offen bekennen. Insgesamt scheint der Studiengang der Region verbunden, der Anspruch der Internationalität wirkt eher aufgesetzt.

Das Angebot Sprache und Text gerade schon im ersten Studienjahr sowie generell die Akzente, die auf Sprachliche Kommunikation gesetzt werden, sind lobenswert zu erwähnen und spricht für den Schwerpunkt Editorial. Es gibt insgesamt umfangreiche Angebote im Bereich von Typografie, Buch- und Textgestaltung, ebenso in den Bereich der Unternehmenskommunikation und der Medien. Auch das Theorie-Angebot ist adäquat. Das Profil des Studiengangs Kommunikationsdesign ist gut, wird aber nach Außen hin nicht richtig kommuniziert. Auch die Studierenden bestätigen ein qualitativ hochstehendes Programm.

Die Personaldecke im Bezug auf die Lehre erscheint gut. Im Verhältnis zu anderen vergleichbaren Studiengängen gibt es eine große Anzahl von Professoren im Bereich Typo und Print, was dem Profil der Hochschule entspricht. Insgesamt hat sich der Studiengang Kommunikationsdesign gut aufgestellt.

Die Berufsfeldorientierung bezieht sich stark auf die Umgebung des Rhein-Main-Gebiets und orientiert sich an Verlagen und den Medienanstalten. Die Fachhochschule kooperiert mit zahlreichen Unternehmen. Es wird davon ausgegangen, dass Absolventen angestellte Designer für den Markt werden. Für das Rhein-Main-Gebiet teilt die Gutachtergruppe diese Einschätzung, jedoch in Bezug auf den überregionalen Arbeitsmarkt wird dies als nicht realistisch angesehen.