



Modulhandbuch

zur Reakkreditierung

des Masterstudienganges

Textile Produkte

Studienrichtung Design

Fachbereich Textil- und Bekleidungstechnik

Erstellt am 12.11.2020

Inhaltsverzeichnis

TP-20: Kulturelle Bildsprache	3
TP-30 (D): Systemgrundlagen	6
TP-50: Textil- und Bekleidungstechnologie	8
TP-130: Open Design Space	11
TP-140: Designtheorien	13
TP-150: Creative Processing	21
TP-160: Virtuelle Produktwelten	23
TP-170: Innovatives Produktdesign	27
TP-180: Forschungs- und Entwicklungsprojekte	31
TP-190: Wahlpflichtmodul	33

Modul **TP-20: Kulturelle Bildsprache**

Sprache Deutsch

Verantwortlich Prof. Renate Schmitt

Arbeitsbelastung SWS 4 ECTS 4

60h Präsenz

27h Vor- und Nachbereitung (Arbeitsblätter, Literaturstudium, Tutorien)

13h Prüfungsvorbereitung

Lehrveranstaltungen

		SWS	KP	V	SL	Ü	P	Sem.
Bezeichnung:	Kulturelle Bildsprache	4	5	0	0	0	4	1

Lehrende/r: Prof. Schmitt, Renate

Voraussetzung:

Prüfungen

Code-Nr.	Bezeichnung	Art	Prüfungsform
TP-20	Kulturelle Bildsprache	T	Testat

Anmerkung

Übergreifende Modulziele

Die Studierenden kennen sowohl die wissenschaftlichen als auch die anschaulichen Methoden und deren sich gegenseitig ergänzende Funktion.

Sie haben durch Kenntnis, Anwendung und Übung die Fähigkeiten und Fertigkeiten erlangt, um wissenschaftliche und anschauliche Methodik durch selbst gewählte Kombination einsetzen zu können und auf unbekannte Problemstellungen zu transferieren.

Das gestalterische Produkt, sei es das eigene oder fremde, können Sie wissenschaftlich analysieren und bewerten und die Bildsprache in gesprochene übersetzen.

Die erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten versetzen die Studierenden nicht nur in die Lage kreative Prozesse zu evozieren und zu realisieren sondern auch Provokationen zielorientiert zu konzipieren, um die kulturelle Norm der Bildsprache zu modifizieren.

Das Fernziel ist, die Studierenden an problemdeckendes Verhalten heran zu führen.

Kulturelle Bildsprache

Inhalte

Die vergleichende Bildanalyse bildet die wesentliche Methode der Lehrveranstaltung. Die Bildwirkung wird assoziativ erarbeitet und durch bekannte Modelle der Bildanalyse vertieft. Beispiele für diese Analysen sind vor allem die der Printmedien im Modedesign.

Die Bildsprache der Werbeträger transportieren neben dem zu kaufenden Produkt weitere Gehalte, die leicht an Beispielen der jüngeren Geschichte erfahren werden z. B. Werbung aus den fünfziger Jahren. Gesellschaftliche Konventionen, Normen und Gesetze von damals werden im Vergleich zum heutigen Selbstverständnis bildlich deutlich. Bildvergleiche von heute und damals zeigen zum Teil eindeutig was sich verändert hat und subtiler die Gemeinsamkeiten mit vergangenen Zeiten. Bewusst gemachte Konventionen und Normen und verbalisierbare Aspekte des Zeitgeistes sind Voraussetzungen, um kulturelle Veränderungen nicht nur beobachten zu können sondern aktiv und zielorientiert zu beeinflussen.

Eine Entwurfskonzeption, deren kommunikatives Ziel vorgegeben ist, sowie eine anschließende Präsentation bilden die Abschlussphase des Semesters.

Prüfung

Modulprüfung laut Prüfungsordnung

Literatur

- Bauer Joachim: "Warum ich fühle, was Du fühlst"; Verlag Heyne, München, 2006
Frith, Chris: "Wie unser Gehirn die Wirklichkeit erschafft", Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg 2010
Goleman, Daniel: "Emotional Intelligence. Why It Can Matter More than IQ." ERIC Number: EJ530121, Record Type: Journal; Publication Date: 1996; ISSN: ISSN-0090-3167
Gombrich, Ernst H.: "Kunst und Fortschritt : Wirkung und Wandlung einer Idee" [Die Übers. aus dem Engl. besorgte Ernst H. Gombrich selbst]. - Sonderausg., Nachdr.. - Köln : DuMont, 1996. - Ill.; (dt.)
Kultermann, Udo: " "Die Geschichte der Kunstgeschichte", Der Weg einer Wissenschaft", Prestel-Verlag Mu...nchen-New York, 1984; 1997
Packard, Vance: "Die geheimen Verführer", Ulm 2008;
Panofsky, Erwin: "Perspektive als symbolische Form", Universität Harburg, 1923;
Panofsky, Erwin: "Sinn und Deutung in der bildenden Kunst", Ikonographie und Ikonologie. Eine Einfu..hrung in die Kunst der Renaissance, Köln, Dumont, 1978, (ISBN:9783770108015)
Preiser, Siegfried: Erträge der Kreativitätsforschung wissenschaftliche Buchgesellschaft Darmstadt, 1969,
Schulz von Thun, Friedemann: Miteinander reden 1: Störungen und Klärungen. Allgemeine Psychologie der zwischenmenschlichen Kommunikation", Rowohlt-TB, Reinbek bei Hamburg 1981
Watzlawick, Paul : "Vom Unsinn des Sinns oder Vom Sinn des Unsinn"; Verlag Piper 2005 Watzlawick, Paul : "Anleitung zum Unglücklichsein", Verlag Piper 2006

Modul **TP-30 (D): Systemgrundlagen**

Sprache Deutsch

Verantwortlich Prof. Dr. Ulrich Eicken

Arbeitsbelastung SWS 2 ECTS 3

30h Präsenz

30h Vor- und Nachbereitung (Arbeitsblätter, Literaturstudium, Tutorien)

15h Prüfungsvorbereitung

Lehrveranstaltungen

		SWS	KP	V	SL	Ü	P	Sem.
Bezeichnung:	Wissenschaftstheorie	2	2	2	0	0	0	2
Lehrende/r:	Prof. Dr. Eicken, Ulrich							
Voraussetzung:	keine							

Prüfungen

Code-Nr.	Bezeichnung	Art	Prüfungsform
TP-31	Wissenschaftstheorie	Pr	Klausur

Anmerkung

Übergreifende Modulziele

Die Studierenden lernen ein grundlegendes Verständnis für die Forderungen der Normenreihe 9000/2008 und den umfassenden Ansatz einer prozessorientierten Darstellung als Weiterentwicklung eines Qualitätssicherungssystems kennen. Sie werden in die Lage versetzt, selbständig ein prozessorientiertes QM-System in einem Unternehmen aufzubauen oder weiter zu entwickeln. Sie können den speziellen Begrifflichkeiten wie zum Beispiel "Vertragsprüfung", "Management-Review" oder "Lieferantenbewertung" Inhalte zuordnen und sie mit betrieblichen Prozessen verknüpfen.

Ziel ist die Vermittlung der Grundlagen der Wissenschaftstheorie mit dem Schwerpunkt Natur- und Ingenieurwissenschaften und die Einführung in die wissenschaftliche Methodik.

Die Studierenden kennen den Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit und können selbständig die Quellen wissenschaftlicher Information erschließen.

Wissenschaftstheorie

Inhalte

- wissenschaftstheoretische Ansätze in Naturwissenschaften / Ingenieurwissenschaften sowie Geisteswissenschaften, Sozialwissenschaften, Psychologie und Pädagogik
 - Erkenntnistheorie
 - Abgrenzung von der Metaphysik
 - Grundlagen des "Verstehens" (Hermeneutik)
 - wissenschaftliche Methode
 - Prüfung wissenschaftlicher Theorien (kritischer Rationalismus)
 - Entwicklung wissenschaftlicher Theorien (Paradigmenwechsel)
 - Konstruktivismus
-
- Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit
 - Quellen wissenschaftlicher Information

Literatur

Chalmers : Wege der Wissenschaft, 5. Auflage, 2001
Essler, Labude, Ucsnay : Theorie und Erfahrung, 2000
Feyerabend : Wider den Methodenzwang, Suhrkamp Verlag, 2003
Kuhn : Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen, Suhrkamp Verlag, 2003
Lorenzen : Lehrbuch der konstruktiven Wissenschaftstheorie, 2000
Popper : Logik der Forschung, Mohr-Siebeck Verlag, 2002
Watzlawick : Vom Unsinn des Sinns oder vom Sinn des Unsinn, 2005

Modul **TP-50: Textil- und Bekleidungstechnologie**

Sprache Deutsch
Verantwortlich Prof. Dr. Bastian Quattelbaum
Arbeitsbelastung SWS 4 ECTS 5
60h Präsenz
43h Vor- und Nachbereitung (Arbeitsblätter, Literaturstudium, Tutorien)
22h Prüfungsvorbereitung

Lehrveranstaltungen

		SWS	KP	V	SL	Ü	P	Sem.
Bezeichnung:	Smart Textiles	2	2	1	0	1	0	2
Lehrende/r:	Prof. Dr. Büsgen, Alexander Prof. Dr. Schwarz-Pfeiffer, Anne							
Voraussetzung:								
Bezeichnung:	Umwelt und Recycling	2	3	2	0	0	0	2
Lehrende/r:	Prof. Dr. Quattelbaum, Bastian							
Voraussetzung:								

Prüfungen

Code-Nr.	Bezeichnung	Art	Prüfungsform
TP-50	Textil- und Bekleidungstechnologie	Pr	Klausur

Anmerkung

Übergreifende Modulziele

In diesem Modul erhalten die Studierenden fundierte Kenntnisse über den Aufbau und die Einsatzfelder von Funktionstextilien. Die Studierenden können die Begriffe technische Textilien, funktionale Textilien und intelligente Textilien unterscheiden. Sie kennen die grundlegenden physikalischen Prinzipien zur Erfassung von veränderten Umgebungsvariablen, die in sensorischen Textilien eingesetzt werden. Sie sind in der Lage, sensorische, thermisch adaptive und lichtemittierende Elemente sowie Datenleitungen und Energieversorgungsleitungen in Textilien auf spezielle Anforderungen hin zu beurteilen und anforderungsgerecht einzusetzen. Die Studierenden können berechnen, welche Energie mit unterschiedlichen Methoden aus einer Bekleidungsanwendung abgeleitet werden kann. Sie können die praktische Umsetzung sowie sinnvolle Anwendungsfälle einschätzen. Die Studierenden kennen darüber hinaus die Beziehungen zwischen den Prozessen der textilen Verarbeitungskette und der natürlichen Umwelt. Sie verfügen über Kenntnisse der Ökologie, des Umweltrechtes, verschiedener Ökolabels, der Umwelttechnik, der Kreislauf- und der Energiewirtschaft.

Smart Textiles

Inhalte

1. Einführung, Definitionen, Übersicht
2. Sensorische Textilien
 - aktivierte Datenerfassung
3. Sensorische Textilien
 - automatische Signalerfassung
4. Thermische regulierende Textilien
5. Lichtemittierende Textilien
6. Energieerzeugende Textilie Textile Aktuatoren
7. Datentransport, textile Schaltkreise

Literatur

Kirstein, Tünde (ed.):

Multidisciplinary know.how for smart textile developers, Woodhead Publishing series in textiles, 2013, ISBN-13: 978-0857093424

Dilas, Tiak (ed.):

Electronic Textiles, Woodhead Publishing No. 166, Cambridge, 2015, ISBN 978-0-08-100201-8

Simon, C., et al:

Smart fabrics technology development - final report, Johnson Space Center, NASA Innovation Fund Project, October 8, 2010

N.N.:

Smart Textiles, Schrift der FIS Fashion Innovation Service GmbH, Moers/Deutschland zur Tectextil 2011

Strecker, M.:

Wearable electronics - visions and ideas become touchable reality, Vortrag, Avantex Symposium, Frankfurt a.M. 14.6.2007

Xiaoming Tao:

Smart fibres, fabrics and clothing, Woodhead Publishing Ltd., Cambridge 2001, ISBN 1 85573 546 6

T. Starner

Human-powered wearable computing, IBM SYSTEMS JOURNAL, VOL 35, NOS 3&4, 1996

Umwelt und Recycling

Inhalte

Die Studierenden kennen die Beziehungen zwischen den Prozessen der textilen Verarbeitungskette und der natürlichen Umwelt. Sie verfügen über Kenntnisse der Ökologie, des Umweltrechtes, verschiedener Ökolabels, der Umwelttechnik, der Kreislaufwirtschaft und der Energiewirtschaft.

Modulinhalte:

Umwelt und Recycling:

- Ökologie und Humanökologie
- nationales und internationales Umweltrecht
- Sphären und Stoffkreisläufe
- Energiewirtschaft und Energieversorgung
Energieressourcen und Verfahren der Erzeugung von Sekundär- und Nutzenergie
- Verfahren der Energieeinsparung in der Textilindustrie (z. B. durch Wärmerückgewinnung oder Kraft-Wärme-Kopplung)
- Umweltschutz, Umwelttechnik und Recycling unter Einbeziehung aktueller Gesetze, Analytik und Grenzwerte für folgende Gebiete
 - Wasser
 - Luft
 - Lärm
- Abfall, Kreislaufwirtschaft, Primär- und Sekundärrohstoffe
- Gefahrstoffe
- Prozesssicherheit (Arbeitsschutz und Arbeitshygiene)
- Produktsicherheit (Toxikologie und Ökolabel)
- Ökobilanzen

Literatur

- Bell, S.: Sustainability Indicators, Erarscan London, 2001
Blackburn, R.: Biodegradable and Sustainable Fibers, CRC Press, Woodhead Publishing, 2005
Burrall, P.: Product Development and the Environment. Gower Publishing, Aldershot, 1996
H.-K. Rouette: Handbuch Textilveredlung, Deutscher Fachverlag GmbH, Frankfurt, 2003

Modul **TP-130: Open Design Space**

Sprache Deutsch

Verantwortlich Prof. Marion Ellwanger-Mohr

Arbeitsbelastung SWS 4 ECTS 5

60h Präsenz

43h Vor- und Nachbereitung (Arbeitsblätter, Literaturstudium, Tutorien)

22h Prüfungsvorbereitung

Lehrveranstaltungen

		SWS	KP	V	SL	Ü	P	Sem.
Bezeichnung:	Open Design Space	4	5	0	0	0	4	1

Lehrende/r: Prof. Ellwanger-Mohr, Marion

Voraussetzung:

Prüfungen

Code-Nr.	Bezeichnung	Art	Prüfungsform
TP-130	Open Design Space	Pr	Mappenabgabe

Anmerkung

Übergreifende Modulziele

Open Design Spaces wird als interdisziplinäre Veranstaltung mit in- und externen Kooperationspartnern forschungsorientiert angeboten. Die Studierenden werden projektbasierend lernend zur aktuellen Design-Forschung geführt. Es werden Design-Projekte aus realen Praxisfeldern und zu aktuellen Forschungsthemen in Mode- /Textildesign mit inhaltlichen Freiräumen angeboten und von den verantwortlichen Professorinnen beratend betreut.

Die Studierenden werden bei der Entwicklung von Forschungskompetenzen unterstützt und bei der Ausführung von Forschungsmethoden im Theorie-Praxistransfer unter Einbeziehung der technischen Labore des Fachbereiches in- und außerhalb der Lehrveranstaltung begleitet.

Der Zeitrahmen für die Projektvorhaben ist mit hohem Eigenanteil in Theorie und Praxis verbunden (Selbststudium).

Die verantwortlichen Professorinnen leiten die Studierenden bei der Entwicklung und Formulierung von Fragestellungen an, befähigen zur Organisation von Recherchen und der Anwendung, Ausführung und Reflexion von Methoden im Design Research.

Die Studierenden verstehen komplexe Problemstellungen zu definieren und zu bearbeiten, Untersuchungen in den Laboren der Hochschule durchzuführen und zu beschreiben, die Zusammenhänge von komplexen Problemen zu analysieren und zu einem neuartigem Ganzen verknüpfen.

Die Studierenden erwerben eine Reflexionsfähigkeit für das eigene problemlösungs- und erkenntnisgeleitete Handeln und sind befähigt ihre Projekt- und Forschungsergebnisse auszuwerten und zu präsentieren.

Open Design Space

Inhalte

- Interdisziplinäre Auswahl der Projektthemen
- Themenfindung und Fragestellung formulieren
- Selbstständige Entwicklung einer Strategie bezüglich der Recherchen und Methodenwahl
- Exkursionen
- Planung Theorie-Praxistransfer
- Entwerfen /Entwickeln
- Durchführung der praktischen Arbeit und Experimenten in den Laboren der Hochschule
- Prototypenrealisation
- Prüfung und Auswertung der Ergebnisse
- Präsentation der Ergebnisse

Literatur

Design by Nature - using universal forms and principles in design, Maggie MacNab, 2012, New Riders, Berkley

Fashion thinking - Creative Approaches to the Design Process, Fiona Dieffenbacher, 2013, Bloomsbury Publishing, London

Visualizing research: a guide to the research process in art and design, Gray, Carole, Julian Malins, 2004, Ashgate Publishing LTD

BRADDOCK-CLARKE, S. and O'MAHONY, M., 2007. Techno textiles 2. London: Thames and Hudson.

HEMMINGS, J. 2012. The Textile Reader. Oxford: Berg.

QUINN, B. 2010. Textile futures: fashion, design and technology. Oxford: Berg.

Textile: The Journal of Cloth and Culture, Berg

Modul **TP-140: Designtheorien**

Sprache Deutsch

Verantwortlich Prof. Dr. Marina-Elena Wachs

Arbeitsbelastung SWS 4 ECTS 5

60h Präsenz

43h Vor- und Nachbereitung (Arbeitsblätter, Literaturstudium, Tutorien)

22h Prüfungsvorbereitung

Lehrveranstaltungen

		SWS	KP	V	SL	Ü	P	Sem.
Bezeichnung:	Interkulturelles Design	2	3	0	2	0	0	2
Lehrende/r:	Prof. Dr. Wachs, Marina-Elena							
Voraussetzung:								
Bezeichnung:	Design-Management	2	2	0	2	0	0	2
Lehrende/r:	Prof. Dr. Wachs, Marina-Elena							
Voraussetzung:								

Prüfungen

Code-Nr.	Bezeichnung	Art	Prüfungsform
TP-140	Designtheorien	Pr	Hausarbeit

Anmerkung

Designtheorie ist ein bezugswissenschaftliches Fach der interdisziplinär übergreifenden Designlehre und Teil der Designwissenschaft.

Designtheorie beinhaltet die aktuelle Designdiskussion in allen Designsparten, angefangen im Produktdesign, Mode- und Textildesign, über Interieurdesign bis hin zu Kommunikations- und Multimediadesign. Die Designtheorie ist von der Designwissenschaft zu differenzieren. In diesem Rahmen greift das Fach Interkulturelles Design im Master Textile Produkte mit Schwerpunkt Design zu Beginn des 21. Jahrhunderts zum einen Grundlagen der Designtheorie und -historie besonders der Textil- und Bekleidungshistorie des BA auf und vertieft diese wesentlich, um die zeitgemäßen Designentwicklungen und -erscheinungen nicht alleine einer kritischen wissenschaftlichen Reflektion zu unterziehen sondern um daraus für innovative Designprozesse im Transfer zu lernen. Interkulturelles Design bedeutet zugleich einen ethnologischen und soziologischen und philosophischen Abriss mit Hilfe geschichtlicher, wissenschaftlicher - in diesem Falle hermeneutischer - und methodischer Darstellungen von kultureller "Moden" im Design vorzunehmen.

Diese kulturanthropologische Sicht auf das Design über nationale Grenzen hinweg dient der Klärung zweier wesentlicher Parameter der Interkulturellen Codes: 1. Es dient zu Klärung folgender Frage: Existiert für den einzelnen Gestalter/Designer ein Bewusstsein für einen Gruppen spezifisches Entwerfen, das Symbole, Ornamente, Farbdeutung von kultureller Prägung beispielsweise berücksichtigt oder ist das Konsumentenverhalten im Zuge der Globalisierung ebenso multikulturell anpassbar? 2. Die interkulturelle Kompetenz wird im Verhalten gegenüber anderen, in der individuellen Designhaltung aber auch innerhalb eines Designteams und im wirtschaftsbezogenen beruflichen Umgang mit anderen Kulturen geschult. Hier greift das Fach Interkulturelles Design über in das Fach Design Management, da es im internationalen Rahmen von Bedeutung ist, wie Kulturen zum einen im Unternehmen unterschiedliche Strategien und Wege im Design Management einnehmen und zum anderen international und interaktiv agierende Designteams, bestehend aus mehreren Nationen, kooperieren. Hierzu ist ein vertiefendes Verständnis zum Design Management allgemein und vergleichend auf unterschiedliche Designbranchen wesentlich.

Interkulturelles Design betrachtet Bekleidungstraditionen wie in der Textil- und Kostümgeschichte bereits in der Bachelorausbildung angerissen wurde (vgl. Modulbeschreibung BA) und vertieft textile ethnologische und nationale Prägungen an Beispielen von Europa (insbes. Frankreich, England), Afrika, Asien, Amerika und Ozeanien. Hierbei werden im Einzelnen ein Länder spezifischer Umgang mit Handwerken, mit Textilien und anderen Materialien, mit charakteristischen (Handwerks-) Techniken gestern und heute auf den gegenwärtigen Markt analysiert und der interdependente Austausch und Einflüsse bezüglich Design spezifischer Parameter recherchiert. Die Studierenden lernen Begriffe und Charaktere von "Hochkultur" und "Primitiven Kulturen" hinsichtlich eines nicht ausschließlichen "materiel behaviour" (Michael B. Schiffer) zu analysieren und interkulturell zu bewerten. Hermeneutisch bedeutsame Unterschiede in der Verwendung von Methoden der Ethnologie, Ethnografie und Kulturanthropologie werden im Kontext besprochen, Kennzeichen hieraus entwickelt und in einer Ausarbeitung - über das Semester lang - angewendet.

Gilt es doch in der gesellschaftsspezifischen globalen Gesamtperspektive einzelne Teile des Systems zu erkennen, zu durchdringen und zukünftig mit zu gestalten: hierfür sind ebenso historische und soziale wie auch religiöse und politische Parameter einzelner Kulturen von Bedeutung, die die Studierenden sowohl im einzelnen Länderprofil als auch in der vergleichenden Fallstudie vertiefend erproben und verteidigen müssen.

Um wesentliche Grundlagen der Thematik zu behandeln, die im Selbststudium vertieft werden müssen, wurde mit der Liste an Fachthemen bewusst ein breites Spektrum an Inhalten gewählt, das eine gute Grundlage für designpraktische und designwissenschaftliche vertiefende Themen und Methoden im Anschluss an das Masterstudium ermöglichen. Das Masterstudium befähigt zur Promotion und insofern ist der designwissenschaftstheoretische Anteil im Design ein wesentlicher, der sich vor allem in der Erarbeitung von Parametern des Design Managements und des interkulturell verständlichen Designs/Produkts zeigt. Heute bezeichnet man die DNA eines Unternehmens als wesentliches Merkmal an dem sich die Corporate Culture und grundsätzliche Strategien des Unternehmens und damit der Erfolg in Zukunft orientiert; Die Studierenden werden befähigt mit allgemeingültigen Fachtermini und Prozessparametern, Corporate Cultures zu analysieren, zu bewerten und auf ein neues fiktives

Unternehmen anzuwenden.

METHODIK:

Im allgemeinen sind die Fächer Interkulturelles Design und Design Management in einen seminaristischen Unterricht eingeteilt, der in Einführungs/-Vorträge und Moderation seitens Prof. Dr. Marina-E. Wachs und in Eigenarbeit zu erstellende Darstellungen zum Thema seitens der Studierenden gegliedert ist.

Exkursionen zu Messen, in Firmen oder in Ausstellungen ergänzen die sowohl theoretischen als ebenso Praxis bezogenen Unterrichtseinheiten und Aufgaben.

Der Anteil der selbstmotivierten Erarbeitung und individuellen selbstständigen Darstellung nimmt im Masterstudium einen weitaus höheren Anteil ein als im Studium des Bachelor. Insofern wechseln Einzelanalysen und Darstellungen der Studierenden (auch in der Gruppe) mit Hilfe von Kurz-Referaten, Pecha Kucha-Kurzvorträgen (Pecha Kucha-Kurzvorträge bestehen aus je 20 Bildern, zu denen der Sprecher je 20 Sekunden etwas sagt. Das ergibt eine Gesamtrededzeit von 6:40 Minuten pro Vortrag) und gemeinsamen Diskussionen, die dann in der Auswertung zu neuen Transferaufgaben führen, mit Präsentationen der Zwischenergebnisse und Endprodukte, ab. Innerhalb der verbalen Darstellung sind Körperhaltung, Mimik, Wortwahl, Satzbau und Kontakt zu der restlichen Gruppe von Bedeutung. Inhaltlich wird auf korrekte, übersichtliche, gut gegliederte und Zeit angemessene Beiträge geachtet, die mündlich und schriftlich konstruktiv korrigiert werden.

Präsentationen können selbstmotiviert in englischer (oder französischer Sprache) abgehalten werden (freiwilliges Angebot der Professorin). Das Einbeziehen von vielfältigen Medien und die Organisation auch von außergewöhnlichen Themen oder an ungewöhnlichen Orten ergänzen die aktive Teilnahme der Studierenden.

Insofern erlernen die Studierenden grundlegende inhaltliche Aspekte des Interkulturellen Designs und Design Managements international als ebenso eine dem Sozialverhalten angemessene interkulturelle Kompetenz für zukünftige globale Designaufgaben. Besonderes Augenmerk obliegt hierbei den Fallbeispielen im kreativen Bereich im Design insbesondere innerhalb der "textilen Codes" und in Verbindung mit sozialen oder Nachhaltigkeits-Themen in Bezug auf ethnogeografische Räume.

Im Unterricht ist innerhalb der eigenständigen Entwicklung der einzelnen Persönlichkeit ein großes Augenmerk auf freie, Medien unterstützende Präsentationen zu legen, die vor allem die kommunikative Prägnanz - wie beispielsweise Satzbau, Mimik, Körperhaltung zum Kunden, in evtl Englischer oder Französischer Sprache - beachtet und eine zeitgemäße Designhaltung befördert.

Grundlegende Vorkenntnisse zum wissenschaftlichen Arbeiten werden kenntnisgerecht erweitert und vertieft, um die Basis der wissenschaftlichen Laufbahn im Design ebenso zu ebnet, wie den Blick und die Kompetenz bezüglich der Praxisrelevanz zu schärfen.

Transferübungen während des Seminars lassen direkte Lernzielkontrollen zu und bilden eine gute Voraussetzung zur Erarbeitung der eigenen Endstudie, die Prüfungsrelevanz besitzt und sowohl Fallbeispiele, historische und zeitgemäße Archive/Quellen und gesellschaftliche Zusammenhänge übergeordnet zum Fachthema in Beziehung stellt. Zugleich wird hiermit Methodenkenntnis in theoretischer Weise erweitert, vertieft evaluiert und hinsichtlich vielfältiger beruflicher Profile in der Praxis und Wissenschaft gewonnen.

Interkulturelles Design

Inhalte

Die Magie der Dinge

Einleitung: Wiederholung und Vertiefung aus dem BA: Designdefinition(en) und grundlegende Begriffe des Designs (>Artefakt< gegenüber >Objekt< gegenüber >Ding< vgl. Hans Peter Hahn)

Materielle Codes - Kulturelle Codes

material behaviour (M. B. Schiffer), Kultur und zum Begriff der kulturellen Designs , historische Beispiele und aktuelle insbesondere des Textilen!

Interkulturelles Design - Begriffe klären: Was ist Kultur, Kultur und Identität

Materialikonologie und -ikonografie

Textilhistorie in ethnologischer Weite (Vergleich innerhalb Europa und beispielhaft im Vergleich zu Afrika oder Asien oder Ozeanien an Fallbeispielen)

Interkulturelle Kompetenz - soft skills und Knigge, Arbeiten im Ausland / in interkulturellen Teams

Philosophische und metaphorische Impulse (Barthes, Roland: Le Système de la Mode im Original und in Übersetzungen D und E, Deleuze - Die Falte, der Barock und Leibniz, u.a.)

Transdisziplinäre textile Betrachtungen (Textil, Mode und Architektur)

Konsumentenverhalten

- im "alten" und neuen Europa und Medien - Bildwissenschaften

- Neuromarketing und globale Märkte und Marken

Medien und Bildwissenschaften unter Betrachtung des Textilen interdisziplinär zu Kommunikationsdesign und Interior Design (Spitze, Patterns...)

Projektbezogene Aufgabe, die jährlich an Forschungsthemen wechselt:

Wool School Projekt zum Thema Nachhaltigkeit - The German Look - Change the next blue - um einige Beispiele der letzten Jahre zu nennen. Innovative Impulse und soziale Kompetenz auf für Textil- und Bekleidungstechniker ungewohntem Terrain, da die Gruppe aus Grafik-DesignerInnen Textil-DesignerInnen, Mode-DesignerInnen, Mode ManagerInnen besteht.

zum Rahmen (Auswahl): Social Entrepreneurship, Gender, Politik, Nachhaltigkeit

Exkursionen in Firmen und/oder in Design - Museen und/oder auf Messen

in Eigenregie der Studenten organisiert (Prof. unterstützt) bsp.: Besuch auf der Orgatec Köln zu neuen Materialien - Inspirationen anderer Kulturen.

Fachbezogene Kooperationen mit Firmen einbeziehen - als Angebot (aus der Vergangenheit: Woolmark, Marc Cain, Epson, Daimler u.a.)

Transferübungen (Anwendung auf Trendstudien Design, Merkmalbestimmungen - Pecha Kucha Vortrag, Untermauerung der Designhaltung)

Unterstützung bei Auswahl von selbstmotivierten Fallstudie (Unterthema) und Referat (Oberthema):

Präsentation und Dokumentation - Prüfungsrelevanz.

Rückblick - Ausblick zur Überprüfung der gewonnen Kompetenzen und zur Konkretisierung der Forschungsarbeit und der Masterarbeit.

Literatur

Beat, Schneider, 2005, Design - Eine Einführung: Entwurf im Sozialen, Kulturellen und Wirtschaftlichen Kontext, Birkhäuser.

Barthes, Roland, 1970 (1957), Mythen des Alltags, edition suhrkamp, 2. Aufl., Frankfurt am Main:

Suhrkamp, Original: Mythologies, Paris: Édition du Seuil

Barthes, Roland, 1985, Die Sprache der Mode, Frankfurt am Main, Edition Suhrkamp.

Böhringer, Hannes u.a. (Hrsg.), 2009, einfach, Berlin: Merve Verlag.

Böhn, Max von, 1986 (1976), Die Mode - Eine Kulturgeschichte vom Mittelalter bis zum Barock (Bd.1), 3. Überarbeitete Auflage von Ingrid Loschek, München: Bruckmann.

Böhn, Max von, 1986 (1976), Die Mode - Eine Kulturgeschichte Barock vom bis zum Jugendstil (Bd.2), 3. Überarbeitete Auflage von Ingrid Loschek, München: Bruckmann.

Böhme, Gernot, 1995, Atmosphäre - Essays zur neuen Ästhetik, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Branzi, Andrea (Hg.), 2008, Was ist Design - Epochen, Stile, Schulen und große Namen, Klagenfurt: Kaiser.

Eagleton, Terry, 2001, Was ist Kultur?, CH. Beck.

Ecco, Umberto, 2002 (9.Aufl.), Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt, Heidelberg: C.F. Müller Verlag.

Ferus, Katahrina und Rübél, Dietmar (Hg.), 2009, Die Tücke des Objekts - Vom Umgang mit Dingen_, Berlin: Reimer Verlag.

Foucault, Michel, 1971 (1966), Die Ordnung der Dinge, Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Glissant, Édouard, 1996, Kultur und Identität - Ansätze zu einer Poetik der Vielheit, Heidelberg: Wunderhorn Verlag.

Hahn, Hans Peter, 2005, Materielle Kultur, Berlin: Reimer.

Hartmann, Wolfgang, 2005, Existentielle Verantwortungsethik. Studien der Moralthologie Bd. 31., Münster: LIT. S.15 u.a.

Hecht-El. Minshawi, Béatrice, 2003, Interkulturelle Kompetenz, soft skills für die Internationale Zusammenarbeit, Beltz Verlag.

Heller, Eva, 1997, Wie Farben wirken: Farbpsychologie, Farbsymbolik, kreative Farbgestaltung, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Hüther, Gerald, 2009, Die Macht der inneren Bilder, Wie Visionen das Gehirn, den Menschen und die Welt verändern, Vandenhoeck & Ruprecht.

International Design Center Berlin, 2008, Universal Design, Unsere Zukunft gestalten - Designing Our Future, Berlin: IDZ.(deutsch/englisch).

Knecht, Petra (Hg.), 2003, Funktionstextilien. High-Tech-Produkte bei Bekleidung und Heimtextilien, Grundlagen-Vermarktungskonzepte-Verkaufsargumente, Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag.

Kopp-Schmidt, Gabriele, 2004, Ikonographie und Ikonologie - Eine Einführung, Köln: Deubner Verlag.

Koren, Leonard, 1995 (engl. Original 1994) Wabi Sabi für Künstler, Architekten und Designer, Tübingen: Wasmuth Verlag.

Kuechler, Susanne und Miller, Daniel, 2005, Clothing as Material Culture, Berg Publish.

Lein, Edgar, 2004, Das große Lexikon der Ornamente - Herkunft, Entwicklung, Bedeutung, Leipzig: E.A.Seemann Verlag.

Loschek, Ingrid, 2007, Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen, Berlin Reimer Verlag.

Neuendorff, Dagmar und Schmidt, Christopher Michael 2007, Sprache, Kultur und Zielgruppen: Bedingungsgrößen für die Kommunikationsgestaltung in der Wirtschaft, Vs Verlag

Loschek, Ingrid, 1987, Reclams Mode- und Kostümllexikon, Stuttgart: Philipp Reclam.

Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte Oldenburg und Autoren, 2002, Kleider machen Politik - Zur Repräsentation von Nationalstaat und Politik durch Kleidung in Europa vom 18. Bis zum 20. Jh., Oldenburg: Isensee Verlag.

Müller, Ulrike, 2009, Bauhaus-Frauen - Meisterinnen in Kunst, Handwerk und Design, Elisabeth Sandmann Verlag.

O'Mahony, Marie und Sarah E. Braddock, 2002, Sportlook- Mode im Sport und Sport in der Mode, Material-Design-Trends, München: Stiebner.

Orsenna, Éric, 2007, Weisse Plantagen - Eine Reise durch unsere globalisierte Welt, C.H. Beck.

Roth, Gerhard, 2003, Aus Sicht des Gehirns, Frankfurt: Suhrkamp.

Romero-Tejedor, Felicidad, 2007, Der Denkende Designer, Hildesheim: Georg Olms Verlag.

Rübél, Dietmar u.a. (Hg.), Materialästhetik-Quellentexte zu Kunst, Design, Architektur, Berlin: Reimer.

Sennett, Richard, 2008, Handwerk, Berlin: Berlin Verlag.

Wachs, Marina-Elena, 2008, Material Mind-Neue Materialien in Design, Kunst und Architektur, Hamburg: Dr. Kovac Verlag.

Zumthor, Peter, 2004, Architektur denken, Basel u.a.: Birkhäuser.

Kataloge/Zeitschriften

Brown, Susan and Smithsonian Institut, 2009, Fashioning Felt, Cooper Hewitt Museum NY, anlässlich gleichnamiger Ausstellung.

Sander, Jochen (Hg.), 2009, Die Magie der Dinge - Stilllebenmalerei 1500-1800, Publikation anlässlich der gleichnamigen Ausstellung im Städel Museum Frankfurt.

Seltmann, Gerhard und Lippert, Werner, 2006, Entry Paradise, Neue Welten des Designs, Birkhäuser Verlag, Publikation anlässlich gleichnamigen Ausstellung.

Fachliteratur:

- Textil Wirtschaft
- Wallpaper
- Fashion Theory

English literature:

- Bürdek, Bernhard E. 2005 Design - History, theory and practice of product design, Birkhäuser.
- Gale, Colin and Kaur, Jasbir, 2002, The Textile Book, Oxford/New York: Berg.
- Hauffe, Thomas, 1999, Design, Laurence King Publishing.
- International Design Center Berlin, 2008, Universal Design, Unsere Zukunft gestalten - Designing Our Future, Berlin: IDZ.
- Krippendorf, Klaus, 2006, the semantic turn - a new foundation for design, CRC Press and Taylor & Francis Group.
- Kuechler, Susanne, Micke Rowlands, Christopher Tilley u.a., 2006, Handbook of Material Culture, Sage Pubn Inc.
- Lee, Suzanne, 2005, Fashioning the Future - Tomorrow's Wardrobe, London: Thames & Hudson.
- McQuaid, Matilda, 2005, Extreme Textiles. Designing for high performance, New York: Smithsonian Institution in association with Cooper-Hewitt, National Design Museum.
- Morrison, Jasper und Fukasawa, Naoto, 2007, Super Normal - Sensations of the Ordinary, Lars Müller Publishers.
- O'Mahony, Marie und Sarah E. Braddock, 2002 Sportstech, London: Thames and Hudson.
- Sennett, Richard, 2008, The Craftsman, Yale University Press.

Französische Literatur:

- Roland, Barthes, 1967, Système de la Mode, Edition du seuil.

Design-Management

Inhalte

Einführung : Wiederholung und Vertiefung aus dem BA, um alle Masterstudierende des Kurses an eine gemeinsame Basis des Vorwissens zu bringen: Designdefinition(en) und grundlegende Begriffe des Designs (>Artefakt< gegenüber >Objekt< gegenüber >Ding< gegenüber >Atmosphären< = Moment des Abstrakten; Was zeichnet "gutes Design" aus?, Design gegenüber Architektur und Kunst, Designrecherchen, Organe des Designs.
Designtheorie gegenüber Designwissenschaft;
Wissenschaftliches Arbeiten (von Recherche bis ordentliche Dokumentation); wo steht die Designwissenschaft heute im Vergleich zu anderen Disziplinen - z.B. zu Fashion Studies.
Designmethodik (Inspiration, Prozessanalyse, Interaction Design und weitere bis Design Thinking und Fashion Thinking) und Designprozessketten
im Verhältnis zu >DesignerIn - User - Designprodukt/ion<
Betriebswirtschaftliches Management und Unternehmensverständnis gestern und heute (Unternehmensstrukturen, -größen, -branchen).
Definition von "Design" - "Management" und "Designmanagement"
Start-up Unternehmen im Detail (Vortrag 1a-Start-up, Schulz, Düsseldorf), Gründerinnen-Workshops und Angebote der IHK und Cebit (Fallbeispiele)
Designmanagement - Corporate Culture: CD und Corporate Identity, Corporate Fashion und Branding, DNA des Brands und Designstrategien auch Fallbeispiel Synergieeffekte: Capsule Collection.
Design als Kommunikation - psychologische über ergonomische bis hin zu kulturwissenschaftliche Bedeutungen (gegebenenfalls Wiederholung: Produktsprachen, Semiotik und Semantik, Materialikonologie, Kulturelle Codes, dh. Andocken an Interkulturelles Design (Nowotny bis Ammann)
Designmanagementfelder (Unternehmen, Institute, bis hin zu Stiftungen und Hochschulen, Managementmethoden kennen und anwenden)
Interdisziplinärer Blick in Ökonomie und Medien des Designs und die Bedeutung der Vermarktung - "Marketing", Werbeagenturen, (Wiederholung: Bildwissenschaften und storytelling, Strukturen von social digital medias und analogen Medien)
Exkurse: -philosophische Impulse, -Weltanschauungen (Prozesse - Apparate), - art and fashion, - Theaterszenarien und Film, - Szenarien - Theorie als Ansatz neuen Designmanagements.
Innovative Managementmethoden im weitesten Sinne und die Integration neuer Design relevanter Gesellschaftsthemen - REFERATE: Auswahlthemen: Design driven Innovation (Roberto Verganti - Prof. of Management of Innovation at Politenico Milano), Interaktives Design?!, Nachhaltigkeitsmanagement im Design und leadership (Bsp: an der Leuphana Uni Lüneburg), Social Entrepreneurship
Exkursionen in Firmen und/oder in Design - Museen und/oder auf Messen
in Eigenregie der Studenten organisiert (Prof. unterstützt) bsp.: Managementsystem und Designmanagement bei Gardeur Mönchengladbach.
Transferübungen (Anwendung von system-theoretischen und Designprozess relevanten Lerninhalte auf Trendstudien, Merkmalbestimmungen, Untermauerung der Designhaltung, schriftliche Dokumentationen als Vorbereitung auf Forschungsarbeit, Fallstudien Analyse zur Konzeptionierung, Blick auch auf Masterabschlussarbeit
Unterstützung bei Auswahl von selbstmotivierter Fallstudie (Unterthema) in Bezug auf Referat (Oberthema): Präsentation und AUSARBEITUNG - Prüfungsrelevanz.

Literatur

Literatur-Auswahl /Selesction of Literature:

Beyrow, Matthias von, 2007, Corporate Identity und Corporate Design - Neues Kompendium, Ludwigsburg: Avedition.
Brandes, Uta, u.a., 2009. Design im Gebrauch, Birkhäuser Verlag.
Brauer, Gernot, 2007, Erfolgsfaktor Design-Management, Ein Leitfaden für Unternehmer und Designer, Basel: Birkhäuser.

Brehler, Reiner, 1979, Management-Methoden, Heidelberg: Sauer-Verlag.
Buck, Alex (Hg.), 1997, Design Management. Was Produkte wirklich erfolgreich macht, Wiesbaden: Gabler Verlag.
Bürdeck, Bernhard, 1991, Design, Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung, Dumont.
Felix, Christian, 2009, Neuromarketing - ein innovativer Ansatz zur Erklärung des Konsumentenverhaltens unter Berücksichtigung der Wirkung von Marken, Diplomica Verlag.
Little, Arthur D., 1990, Praxis des Design-Management, Frankfurt am Main: Campus Verlag.
Kobus, Joachim und Bretz, Alexander 2009, Erfolgreich als Designer, Designrechte international schützen und managen, Basel u.a.: Birkhäuser Verlag.
Maser, Siegfried, (Hg.), 1993, Designtheorie Band 2 - Zur Planung gestalterischer Projekte, Essen: die blaue Eule Verlag.
Mecheels, Stefan, 1991, Technologietransfer im Spannungsfeld zwischen Wissenschaft und Praxis. Organisation und Marketingaufgaben am Beispiel der industriellen Gemeinschaftsforschung von Textil- und Bekleidungsindustrie, zugleich Dis. An der Otto-Friedrich-Universität Bamberg, Eigenverlag.
Romero-Tejedor, Felicidad, 2007, Der Denkende Designer, Hildesheim: Georg Olms Verlag.
Rummel, Carlo, 1995, Designmanagement, zugl. Diss. Universität Zürich 1994, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag GmbH.
Solomon, Michael, u.a., 2001, Konsumverhalten, Der Europäische Markt, Person Studium.
Steinmeier, Ina, 1998, Industriedesign als Innovationsfaktor für Investitionsgüter. Ein Beitrag zum designorientierten Innovationsmanagement.

English:

Best, Kathryn, 2006, Design Management: Managing Design Strategy, Process and Implementation, Ava Academica.
Best, Kathryn, 2010, Design Management, Ava Academica.
Cross, Nigel, 2007, Designerly Ways of Knowing, Birkhäuser Verlag.
Gregory, S.A., 1966, The Design Method, London: Butterworths.
Minamiyama, Hiro (Hg.), 2007, World Branding. Concept, Strategy and Design, Gingko Press.
Verganti, Roberto, 2009, Design - Driven - Innovation. Changing the Rules of Competition by Radically Innovating What Things Mean.
Zec, Peter, 1999, designing success, Dumont.
Sonstige:
Form, Designreport, Brand eins, Manager Magazin, Textil Wirtschaft

Modul **TP-150: Creative Processing**

Sprache Deutsch

Verantwortlich Prof. Ellen Bendt

Arbeitsbelastung SWS 4 ECTS 5

60h Präsenz

43h Vor- und Nachbereitung (Arbeitsblätter, Literaturstudium, Tutorien)

22h Prüfungsvorbereitung

Lehrveranstaltungen

		SWS	KP	V	SL	Ü	P	Sem.
Bezeichnung:	Creative Processing	4	5	0	0	0	4	1
Lehrende/r:	Prof. Bendt, Ellen							
Voraussetzung:	Bachelor in Textil- oder Modedesign. Fachkenntnisse im Bereich der Gestaltung von Textil- und Bekleidungsprodukten sowie fachspezifisches Wissen im Bereich des CAD							

Prüfungen

Code-Nr.	Bezeichnung	Art	Prüfungsform
TP-150	Creative Processing	Pr	Mappenabgabe

Anmerkung

Übergreifende Modulziele

Die Ziele der Lehrveranstaltung beinhalten die Ausarbeitung einer kreativen Designstrategie für eine thematisch bezogene Kollektionsentwicklung, sowie deren Umsetzung in textile Entwürfe bis hin zur Realisation von Prototypen. Die Ergebnisse der Erforschung neuer Trendentwicklungen, unter Berücksichtigung von soziokulturellen Milieus und Lifestylethemen, werden in die Kollektionsrahmenplanung transferiert. Die Konzept- und Produktentwicklung basiert auf neuen Technologien, Strategien und Prozessen der Textil- und Bekleidungs-Branche.

Creative Processing

Inhalte

- Kollektionskonzeption in der kreativen, textilen Produktentwicklung
- Materialrecherche und kreative Auseinandersetzung mit Anforderungsprofilen
- Einbindung kreativer Entwicklungsprozesse
- Interdisziplinäre Schnittstellen
- Transfer in die Kollektionsrahmenplanung und das Produktmanagement durch Zielgruppenanalysen, die Implementierung von Lifestyle- und Trendfaktoren
- Entwurf und Realisation
- Aspekte des Mode- und Designmanagements

Literatur

Aumayr, Klaus: Erfolgreiches Produktmanagement: Tool-Box für das professionelle Produktmanagement und Produktmarketing, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden, 2016

Bendt, Ellen; Wachs, Marina-Elena: The German Look at Design - Advanced Textile Solutions, Hochschule Niederrhein, 2015

Jones, Sue Jenkyn: Modedesign Ein Handbuch und Karriereguide. Stiebner Verlag, München, 2002

Mikunda, Christian: Marketing Spüren - Willkommen am dritten Ort, Redline, Wirtschaft, 2007

Fachzeitschriften:

View

Collezioni

Brand Eins

Textilwirtschaft

Molecule

Sportswear International

Magleria Italiana

Internet:

www.wgsn.com

www.zukunftsinstitut.de

Modul **TP-160: Virtuelle Produktwelten**

Sprache Deutsch

Verantwortlich Prof. Jutta Wiedemann

Arbeitsbelastung SWS 4 ECTS 5

60h Präsenz

43h Vor- und Nachbereitung (Arbeitsblätter, Literaturstudium, Tutorien)

22h Prüfungsvorbereitung

Lehrveranstaltungen

		SWS	KP	V	SL	Ü	P	Sem.
Bezeichnung:	Virtuelle Produktwelten	4	5	0	2	0	2	2
Lehrende/r:	Prof. Wiedemann, Jutta Prof. Bendt, Ellen							
Voraussetzung:	Fachkenntnisse im Bereich der Gestaltung von Textil- und Bekleidungsprodukten sowie fachspezifisches Wissen im Bereich des CAD							

Prüfungen

Code-Nr.	Bezeichnung	Art	Prüfungsform
TP-160	Virtuelle Produktwelten	Pr	Mappenabgabe

Anmerkung

Übergreifende Modulziele

Die Studierenden sind in der Lage Bezüge zwischen Verkaufsfläche und Kollektionsaufbau zu erstellen. Die Kollektionsentwicklung ist wird auf die potentielle Warenpräsentation mittels einem 3D-Programm ausgerichtet. Die Ziele der Lehrveranstaltung beinhalten die Vermittlung und Anwendung spezieller textil- und bekleidungsspezifischer Softwarekenntnisse zur gestalterischen Entwicklung, Variation und Präsentation von Kollektionen und Produktwelten für den Handel mittels einer innovativen 3-D-Software.

Virtuelle Produktwelten

Inhalte

- Analyse einer bestehenden Marke anhand eines Fallbeispiels
- Prozessplanung der kreativen Produktentwicklung
- Optimierung durch Transfer in die Kollektionsrahmenplanung durch Zielgruppenanalysen, Lifestyle und Trendfaktoren
- Zusammenstellung und Realisation eines Sortiments bezogen auf die vertikalen Strukturen der Mode- und Lifestyle-Industrie
- Abstimmung der Kollektionsentwicklung auf die Vertriebsplattform am POS unter Berücksichtigung der speziellen Anforderungen des Brand Managements.
- Vermittlung differenzierter Software-Kenntnisse in den Spezialisierungen Textil- und Modedesign zur Ergänzung des Wissensspektrums im Bereich CAD mit dem Ziel der Erweiterung des künstlerisch kreativen Spielraums
- Entwicklung und Modifizierung von Entwürfen im Hinblick auf die Erstellung virtueller Produktwelten
- Visualisierung und Simulation von Entwurfsvariationen unter Anwendung spezieller Software (z.B. Texture Mapping und 3D-Simulationen)
- Vorstellung unterschiedlicher Bildbearbeitungstechniken für die Optimierung der Kollektionsdarstellung und experimentelle Erarbeitung der Kollektionspräsentation im Rahmen einer Präsentationsplanung auf der Ladenfläche
- Ausarbeitung einer zielorientierten Präsentation virtueller Textil- und Bekleidungskollektionen

Literatur

Handbücher zu den aktuell angewandten Computerprogrammen:

Photoshop, Corel Draw, Designer ...

Adobe Photoshop CS Übungsbuch, m. CD-ROM von Heico Neumeyer

Lehrbücher und Internetquellen:

Bell, Judith A.; Ternus, Kate (2006): Silent selling. Best practices and effective strategies in visual merchandising. 3rd ed. New York, London: Fairchild; Troika distributor.

Down, Jane: Design and Technology. Textile Technology to GCSE, Oxford University Press 1999

Esch, Franz-Rudolf, Strategie und Technik in der Markenführung, 7. Auflage, Verlag Franz Vahlen GmbH, München 2012

Esch, Franz-Rudolf, Moderne Markenführung, Band 1 und 2, 4. Auflage, Gabler Verlag, 2005

Kreft, Wilhelm, Ladenplanung - Merchandising Architektur, Verlagsanstalt Alexander Koch, Leinfelden-Echterdingen, 2002

Löbbel, Sonja, Spanke, Matthias, Erfolgreiches Visual Merchandising, Deutscher Fachverlag, Frankfurt am Main 2012

Löbbel, Sonja, Spanke, Matthias, Easy Branding in Fashion Retail, Deutscher Fachverlag, Frankfurt am Main 2015,

Mikunda, Christian, Warum wir uns Gefühle kaufen: Die 7 Hochgefühle und wie man sie weckt, Ullstein Buchverlage Berlin, 2009

Mikunda, Christian, Marketing Spüren, Redline Verlag, 2012

Pamela C. Scorzin, Scenographic Fashion Design - Zur Inszenierung von Mode und Marken, transcript verlag, 2016

Fachzeitschriften:

W&V, Verlag Werben und Verkaufen GmbH, München

Textilwirtschaft

Brand Eins Thema

- www.old-schulte.de/bldbearb.html

- www.wargalla.de/alle.htm

Modul **TP-170: Innovatives Produktdesign**

Sprache Deutsch

Verantwortlich Prof. Ellen Bendt

Arbeitsbelastung SWS 4 ECTS 5

60h Präsenz

43h Vor- und Nachbereitung (Arbeitsblätter, Literaturstudium, Tutorien)

22h Prüfungsvorbereitung

Lehrveranstaltungen

		SWS	KP	V	SL	Ü	P	Sem.
Bezeichnung:	Innovatives Produktdesign	4	5	0	2	0	2	1
Lehrende/r:	Prof. Bendt, Ellen							
Voraussetzung:	Bachelor in Textil- oder Modedesign. Fachkenntnisse im Bereich der Gestaltung von Textil- und Bekleidungsprodukten							

Prüfungen

Code-Nr.	Bezeichnung	Art	Prüfungsform
TP-170	Innovatives Produktdesign	Pr	Mappenabgabe

Anmerkung

Übergreifende Modulziele

Die Studierenden entwickeln innovative Designkonzepte und -strategien und setzen sie in textile Entwürfe, Prototypen und Produkte um. Erproben neuer Denk- und Sichtweisen. Die Ergebnisse der Erforschung neuer Trendentwicklungen, Zielgruppenbedürfnisse, Materialien und Verarbeitungstechniken, werden in die Anforderungsprofile zukunftsgerichteter Produkte übertragen. Interdisziplinäre Vernetzung verschiedener Technologien, Strategien und Prozesse führen zur Optimierung oder Neukonzeption von Produkten und Produktwelten.

Innovatives Produktdesign

Inhalte

Die Studierenden kennen die Konventionen des Produktdesigns und können sie analysieren, um übergreifende Marketingkonzepte und Designstrategien am Beispiel innovativer Produkte zu erfassen und auf die eigenen Produkte zu transferieren.

Methoden zur Entwicklung von Innovationen, innovativen Strategien und zur Überwindung der "funktionalen Fixierung" werden vorgestellt und erprobt.

Gemeinsame Beurteilung disruptiver und evolutionärer Innovationen der Vergangenheit und Gegenwart.

Erarbeitung von eigenen Produktkonzepten, Dokumentation des Entwicklungsprozesses.

Auseinandersetzung mit Werkstoffen und Gestaltungstechniken für die Erarbeitung von eigenen Prototypen und Modellen.

Literatur

- Barbero, Silvia; Cozzo, Brunella: Ecodesign - umweltfreundliches für den Alltag, Tandem Verlag GmbH, 2009
- Bendt, Ellen; Wachs, Marina-Elena: The German Look at Design - Advanced Textile Solutions, Hochschule Niederrhein, 2015
- Haase, Frank, Biller, Rudi: Designwissen: Entstehung - Umsetzung - Perspektiven.
- Hanington, Bruce; Martin, Bella: Designmethoden - 100 Recherchemethoden und Analysetechniken für erfolgreiche Gestaltung, Rockport Publishers, 2012
- Hodge, Brooke; Mears, Patricia; Sidlauskas, Susan: Skin + Bones: Parallel Practices in Fashion and Architecture, Thames & Hudson, New York, 2006
- Kaku, Michio; Niehaus, Monika: Die Physik der Zukunft: Unser Leben in 100 Jahren, Rowohlt, 2013
- Lidwell, William; Holden, Kritina; Butler, Jill: Design. Die 100 Prinzipien für erfolgreiche Gestaltung. Stiebner-Verlag, München 2004
- Mikunda, Christian: Marketing Spüren - Willkommen am dritten Ort, Redline, Wirtschaft, 2007
- Pailes-Friedman, Rebeccah: Smart Textiles for Designers: Inventing the Future of Fabric, Laurence King, 2016
- Peters, Sascha: Materialrevolution, Bd. 1: Nachhaltige und multifunktionale Materialien für Design und Architektur, Birkhäuser, Basel 2011
- Peters, Sascha: Materialrevolution, Bd. 2: Neue nachhaltige und multifunktionale Materialien für Design und Architektur, Birkhäuser, Basel 2014
- Plattner, Hasso, Meine Christoph, Weinberg, Ulrich, Design Thinking - Innovation Lernen, mi-Wirtschaftsbuch, München
- Terstiege, Gerrit: The Making of Design - vom Modell zum fertigen Produkt Birkhäuser GmbH, Basel. 2009
- Thompson, Rob: Sustainable Materials, Processes and Production (Manufacturing Guides), Thames and Hudson, New York, 2013
- Trendbook Technical Textiles 2016/17, Deutscher Fachverlag, 2015
- Ausstellungskatalog:
Utopian Bodies Fashion looks forward, Liljevalchs Catalogue, Stockholm 2015

Studien:

Andersson, Lars Fredrik; Alaja, Antti, Buhr, Daniel; Fink, Philipp; Stöber, Niels: Innovationsstrategien in Zeiten der Digitalisierung, FRIEDRICH-EBERT-STIFTUNG, <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/12795.pdf>, 2016

Fachzeitschriften:

12.11.2020

Seite 29 von 34

View
View 2
Brand Eins
Molecule
Collezioni

Internet:
www.wgsn.com
www.zukunftsinstitut.de

Modul **TP-180: Forschungs- und Entwicklungsprojekte**

Sprache Deutsch

Verantwortlich Prof. Dr. Boris Mahltig

Arbeitsbelastung SWS 6 ECTS 8

90h Präsenz

73h Vor- und Nachbereitung (Arbeitsblätter, Literaturstudium, Tutorien)

37h Prüfungsvorbereitung

Lehrveranstaltungen

		SWS	KP	V	SL	Ü	P	Sem.
Bezeichnung:	Forschungs- und Entwicklungsprojekte	6	8	0	0	0	6	2
Lehrende/r:	Prof. Dr. Mahltig, Boris							
Voraussetzung:	projektspezifisch							

Prüfungen

Code-Nr.	Bezeichnung	Art	Prüfungsform
TP-180	Forschungs- und Entwicklungsprojekte	Pr	Ausarbeitung

Anmerkung

Übergreifende Modulziele

Die Studierenden kennen die Forschungsaktivitäten im Fachbereich und werden in ein aktuelles Forschungsvorhaben eingearbeitet. Sie können im Vorfeld Erlerntes auf aktuelle Problemstellungen anwenden und in interdisziplinärer Zusammenarbeit an den Forschungsthemen mitwirken. Forschungsergebnisse werden systematisch analysiert, ausgewertet, dargestellt und kritisch beurteilt. Analytische, wissenschaftliche und praktische Fähigkeiten werden von den Studenten im Rahmen der Projektarbeit insbesondere im Hinblick auf die Befähigung zur Masterarbeit erworben.

Forschungs- und Entwicklungsprojekte

Inhalte

Die Projektinhalte werden themenspezifisch mit dem betreuenden Hochschullehrer abgestimmt und bei Projektbeginn schriftlich fixiert.

Übergreifende Inhalte sind:

- Literaturarbeit
- Literaturrecherche
- systematische Darstellung und Auswertung von Forschungsergebnissen

Literatur

Die Literaturrecherche ist von dem Studenten im Rahmen der Projektarbeit selbstständig durchzuführen.

- V. Ahrens, Abschlussarbeiten richtig gliedern, 2014, vdf Hochschulverlag Zürich
E. Müller, Schreiben in Naturwissenschaften und Medizin, 2013, UTB
J. T. Yang, Scientific Writing, 1995, World Scientific, Singapore
R. Bradbury, Zen in the Art of Writing, HarperCollins UK

Modul **TP-190: Wahlpflichtmodul**

Sprache Deutsch

Verantwortlich . - alle Lehrende des Fachbereichs

Arbeitsbelastung SWS 0 ECTS 12

0h Präsenz

200h Vor- und Nachbereitung (Arbeitsblätter, Literaturstudium, Tutorien)

100h Prüfungsvorbereitung

Lehrveranstaltungen

		SWS	KP	V	SL	Ü	P	Sem.
Bezeichnung:	Individuelle Lehrveranstaltungsauswahl	0	0	0	0	0	0	2

Lehrende/r: alle Lehrende des Fachbereichs

Voraussetzung:

Prüfungen

Code-Nr.	Bezeichnung	Art	Prüfungsform
TP-190	Wahlpflichtmodul	Pr	Klausur

Anmerkung

Übergreifende Modulziele

Ein breit gefächertes und in seinem Umfang von Semester zu Semester variierendes Angebot an Wahlpflichtfächern gestattet es den Studierenden, sich gezielt in bestimmten Bereichen zusätzliche Kenntnisse und Fertigkeiten anzueignen.

Die Angebote umfassen dabei sowohl methodische Fähigkeiten als auch fachliche Spezialisierungen.

Individuelle Lehrveranstaltungsauswahl

Inhalte

Studierende können individuell aus einem Angebot von Lehrveranstaltungen (siehe Wahlpflichtkataloge) Fächer auswählen

Literatur

ergibt sich aus den ausgewählten Lehrveranstaltungen