

Modulhandbuch

**Master
Innenarchitektur-Raumkunst
Angleichstudium**

Modultitel	Grundlagen der Lichtgestaltung II			
Modulnummer	MIAR AS 1.1			
Verantwortlich	Prof. Mary-Anne Kyriakou			
Lehrende	Prof. Mary-Anne Kyriakou, Mitarbeiter Peter Schuster			
Studiengang	MA Innenarchitektur-Raumkunst			
Status	Pflichtmodul	X	Wahlpflichtmodul	
Verwendung B-IAT	Pflichtmodul	X	Wahlpflichtmodul	
Regelsemester	Angleichstudium 1. Semester			
Lehrformen	Vorlesung und Übung			
Lehrsprache	Deutsch			
Umfang (SWS)	Vorlesung	2	andere	2
Workload (h)	Vorlesung	30	Übung	30
	Seminar		Workshop	8
	Exkursion	8	Praktikum	
	Selbststudium	74	Prüfungsvorbereitung	30
Workload gesamt (h)	180			
Credits	7			
Voraussetzungen	keine			
Lernziele und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> – Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse der physiologischen und psychologischen Wahrnehmungsebenen des Sehens. – Sie vertiefen den Umgang mit Lichtquellen und den dazu gehörenden lichttechnischen und elektronischen Bauelementen. – Das befähigt sie, über den Einsatz verschiedener Lichtquellen zu entscheiden. – Die damit verbundenen Problemstellungen von Farbwiedergabe, Farbtemperatur und Wirtschaftlichkeit, wissen sie zu beurteilen. – Sie sind in der Lage, Räume und Leuchten lichttechnisch zu vermessen um mit den Ergebnissen anwendungsorientiert zu planen. 			
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> – Anwendung der Licht- und Messtechnik mit Goniophotometer, – wahrnehmungsorientierte u. psychologische Lichtplanung, – Farb- u. Lichtstimmung im Bauwerk, – Büro- u. Bildschirmarbeitsplatzbeleuchtung, – Normung/Gütemerkmale/Grenzwerte, – Entwicklung der Lichtquellen, – Leuchtendesign, 			

	<ul style="list-style-type: none"> – Lichttechnische Berechnung, – LVK-Messung mit Goniophotometer – PC-Programme, – Projektierung, – Ausschreibung, – Leistungsverzeichnis, – Entwurf einer konkreten Raum/Lichtkonzeption.
Prüfungsform	Präsentation und Kolloquium
Literatur	<p><u>Lichttheorie</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – Corrodi/ Spechtenhauser (2008) LichtEinfall: Tageslicht im Wohnbau. Birkhauser Gmbh ISBN 9783764386344 – Marietta S. Millet (2008) Light Revealing Architecture. Wiley – Mary Anne Steane (2011)The Architecture of Light , Routledge, ISBN 9780415394796 – Neumann (2010) The Structure of Light: Richard Kelly and the Illumination of Modern Architecture. Yale Univ Pr ISBN 9780300163704 – Moore (1991)Concepts and Practice of Architectural Daylighting, John Wiley & Sons Inc. ISBN 9780442006792 <p><u>Praxis der Lichtplanung</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – Office for Visual Interaction OVI (2013) Lighting Design and Process. Jovis Verlag Germany, ISBN 978-3-86859-256-6 – Ulrike Brandi, Christoph Geissmar-Brandi (2001) Lichtbuch: Die Praxis der Lichtplanung. Birkhäuser ISBN 3-7643-6302-9 – Sage Russell. (2012) The Architecture of Light, Second Edition , Printed in USA. ISBN-13: 978-0-9800617-1-0 – Sally Storey (2010) Schönes Wohnen mit Licht. Christophorus Verlag ISBN 9783838831596 – Jill Entwistle, (2011) Detail in Contemporary Lighting Design. Laurence King Publishing Ltd London ISBN 978 1 78067 010 2 – Johannes Klinger (2007) Farbe und Licht für eine neue innenarchitektur. DVA Printed in Germany ISBN 978 –3-421-03570-7 – Benad (2010) Farbgestaltung Innenraum, Deutsche Verlags-Anstalt ISBN 9783421035875

Modultitel	Marketing-Kommunikation			
Modulnummer	MIAR AS 1.2			
Verantwortlich	Prof. Dr. Martin Ludwig Hofmann			
Lehrende	Prof. Dr. Martin Ludwig Hofmann			
Studiengang	MA Innenarchitektur-Raumkunst			
Status	Pflichtmodul	x	Wahlpflichtmodul	
Verwendung B-IAT	Pflichtmodul	x	Wahlpflichtmodul	
Verwendung B-A	Pflichtmodul		Wahlpflichtmodul	
Verwendung B-AT	Pflichtmodul		Wahlpflichtmodul	
Verwendung B-SP	Pflichtmodul		Wahlpflichtmodul	
Verwendung FB3	Pflichtmodul		Wahlpflichtmodul	
Verwendung FB9	Pflichtmodul		Wahlpflichtmodul	
Regelsemester	Angleichstudium 1. Semester			
Lehrformen	Vorlesung und Übung			
Lehrsprache	Deutsch			
Umfang (SWS)	Vorlesung	2	Übung	2
Workload (h)	Vorlesung	30	Übung	30
	Seminar		Workshop	
	Exkursion		Praktikum	
	Selbststudium	90	Prüfungsvorbereitung	30
Workload gesamt (h)	180			
Credits	7			
Voraussetzungen	Keine			
Lernziele und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> – Das weite Feld der Marken-Kommunikation ist für die spätere Berufstätigkeit von Absolventinnen und Absolventen der Innenarchitektur von zentraler Bedeutung (z.B. in den Bereichen Branded Spaces, Retail-Design, Corporate Architecture, Showroom-Gestaltung, Kommunikation im Raum etc.). – Die Studierenden sollen deshalb Grundkompetenzen in den Bereichen der Markenbildung und der Markenführung erwerben. – Sie sollen in die Lage versetzt werden, diese Kompetenzen in eigene konzeptionelle und gestalterische Entwürfe zu übertragen. – Darüber hinaus Erwerb von Grundkompetenzen der visuellen Kommunikation und Erhöhung der Textkompetenz. 			

Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> – Marketing-Kommunikation als Teil des Marketing-Gesamtsystems – Grundlagen des Brandings (Prozesse der Markenbildung) – Einführung in Markenpositionierung – Die sichtbaren und unsichtbaren Elemente einer Marke – Corporate Identity und Corporate Design – Kommunikationswissenschaftliche Grundlagen – Strategische Planung im Kommunikationsprozess – Analyseinstrumente: SWOT u.a. – Integrierte Kommunikation – Campaigning (Grundzüge der Kampagnenentwicklung) – Verbale Kommunikation (Funktion und Bedeutung des Texts im Kommunikationsprozess) – Raumbezogene Marketingformen – Codes der Semiotik – Guerilla-Marketing – Sensation-Marketing – Word-of-Mouth-Marketing – Influencer-Marketing – User-Generated-Marketing – Psychologische Aspekte des Marketings – Das Diffusionsmodell viraler Kommunikation – Best-Case-Analysen <p>In seminaristisch begleiteten Übungen führen die Studierenden eigene Best-Case-Analysen durch und entwickeln eine eigene Marketing-Konzeption. Dadurch werden die theoretischen Inhalte der Vorlesung direkt in praktisch erfahrbare Gestaltung umgesetzt.</p>
Prüfungsform	Studienarbeit mit Kolloquium
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> – Bernays, Edward: <i>Propaganda. Die Kunst der Public Relations</i>, Freiburg 2007. – Gaede, Werner: <i>Abweichen von der Norm. Enzyklopädie kreativer Werbung</i>, München 2002. – Hofmann, Martin Ludwig: <i>Mindbombs. Was Werbung und PR von Greenpeace & Co. lernen können</i>, München 2008. – Kotler, Philip / Armstrong, Gary / Saunders, John / Wong, Veronica: <i>Grundlagen des Marketing</i>, München 2011. – Levinson, Jay Conrad: <i>Guerilla-Marketing des 21. Jahrhunderts</i>, Frankfurt/M. 2008. – Ries, Al / Ries, Laura: <i>Die 22 unumstößlichen Gebote des Branding</i>, München 1999. – Taylor, Alice Kavounas: <i>Strategic Thinking for Advertising Creatives</i>, London 2013. <p>Eine ausführliche Literaturliste wird in der Vorlesung ausgegeben.</p>

Modultitel	Projekt Vertiefung			
Modulnummer	MIAR AS 1.3			
Verantwortlich	Prof. Ulrich Nether, Prof. Dr. Martin Ludwig Hofmann			
Lehrende	Alle Professorinnen und Professoren			
Studiengang	MA Innenarchitektur-Raumkunst			
Status	Pflichtmodul	x	Wahlpflichtmodul	
Verwendung B-IAT	Pflichtmodul	x	Wahlpflichtmodul	
Verwendung B-A	Pflichtmodul		Wahlpflichtmodul	
Verwendung B-AT	Pflichtmodul		Wahlpflichtmodul	
Verwendung B-SP	Pflichtmodul		Wahlpflichtmodul	
Verwendung FB3	Pflichtmodul		Wahlpflichtmodul	
Verwendung FB9	Pflichtmodul		Wahlpflichtmodul	
Regelsemester	7			
Lehrformen	Übung und Vorlesung			
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch			
Umfang (SWS)	Vorlesung	1	andere	4
Workload (h)	Vorlesung	15	Übung	60
	Seminar		Workshop	
	Exkursion		Praktikum	
	Selbststudium	135	Prüfungsvorbereitung	30
Workload gesamt (h)	240			
Credits	8			
Voraussetzungen	keine			
Lernziele und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> – Kritisch reflektierender Umgang mit komplexen Aufgabenstellungen zur Mensch-Raum-Objekt-Beziehung in kulturellem und sozialem Kontext unter Hinzuziehung theoretischer, historischer und humanwissenschaftlicher Grundlagen. – Befähigung zum wissenschaftlichen, theoretischen und empirischen Vorgehen in der Analyse und Transfer in den Entwurfsprozess. – Fähigkeit in differenzierten Bedeutungszusammenhängen und komplexen Kontexten unter Einbeziehung aller möglichen Einflussgrößen selbständig vorzugehen 			

	<ul style="list-style-type: none"> – Erweitern und Vertiefen der Methodik auf Basis einer fundierten Kenntnis und eines sicheren Umgangs mit dem Entwurf. – Fügen von Funktion, Form, Material, Farbe, Technik, Konstruktion, Herstellung, Licht, Akustik und Klima zu einem schlüssigen und nachhaltigen räumlichen Beziehungsgewebes, in dessen Mittelpunkt der Mensch steht. – Reflektierte Einnahme eines eigenen Standpunkts im Planungsprozess. – Steigerung der Fähigkeit zur Wahl geeigneter veranschaulichender Darstellungstechniken im Entwurf und überzeugender zur Präsentation. – Ein sicherer Umgang mit grundlegenden Methoden der Analyse und der Entwurfsfindung wird vorausgesetzt.
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> – Entwickelt werden neue Möglichkeiten und Lösungen für Räume und Objekte, auf Basis von gemachten Erfahrungen, wissenschaftlichen Ausarbeitungen und den analytisch erarbeiteten Parametern in einem iterativ verstandenen methodisch-systematischen wie künstlerisch-experimentellen Prozess. – Es werden jeweils verschiedene Entwurfsprojekte für Räume, Objekte und mediale Umgebungen von hohem Komplexitätsgrad mit unterschiedlichen Schwerpunkten angeboten und durch Vorlesungen begleitet. – Inhalt ist insbesondere die Vermittlung von differenzierten Entwurfsstrategien für komplexe und thematisch anspruchsvolle Aufgabenstellungen aus allen Bereichen der Raum-, Produkt- und medialen Gestaltung. – Visualisieren, prototypisieren, testen, darstellen und präsentieren werden in allen Phasen des Entwurfsprozesses thematisiert und in besonderer Weise geübt. – Eigenständige und systematische Anwendung von Methoden zur Entwurfsfindung in allen Entwurfsphasen: Analyse, Konzeptentwicklung, Entwurf, Ausführungsplanung, Umsetzung und Präsentation – Eine Exkursion kann die Inhalte vertiefen
Prüfungsform	Studienarbeit mit Kolloquium

Zwei WAHLPFLICHTFÄCHER aus dem BIA-Angebot

Fach-Nr.	Kurzzeichen	Fach	SWS	CR
1921	DS W1	Ausstellungs- und Eventdesign	3	4
1922	DS W2	Bautechnisches Englisch	3	4
1923	DS W3	Grafik und Corporate Design	3	4
1924	DS W4	Designstrategien	3	4
1925	DS W5	Existenzgründung	3	4
1926	DS W6	Fotografie	3	4
1927	DS W7	Haustechnik	3	4
1928	DS W8	Human Centered Design - Produkt	3	4
1929	DS W9	Human Centered Design - Stadt	3	4
1930	DS W10	Licht und Stadt	3	4
1931	DS W11	Modellbau	3	4
1932	DS W12	Möbel- und Produktdesign	3	4
1933	DS W13	Philosophie	3	4
1934	DS W14	Raum und Textil	3	4
1935	DS W15	Sprache Intensiv	3	4
1936	DS W16	Szenographie	3	4
1937	DS W17	Vertiefung Architekturtheorie und Kunstgeschichte	3	4
1938	DS W18	Vertiefung Bauorganisation	3	4
1939	DS W19	Vertiefung Bauphysik	3	4
1940	DS W20	Vertiefung Darstellungstechniken - digital	3	4
1941	DS W21	Vertiefung Darstellungstechniken - analog	3	4
1942	DS W22	Vertiefung Digitales Entwerfen	3	4
1943	DS W23	Vertiefung Freiraumplanung	3	4
1944	DS W24	Vertiefung Gestaltung - Objekt	3	4
1945	DS W25	Vertiefung Gestaltung - Raum	3	4
1946	DS W26	Vertiefung Humanwissenschaften	3	4
1947	DS W27	Vertiefung Ingenieurmethoden	3	4
1948	DS W28	Vertiefung Kommunikation	3	4
1949	DS W29	Vertiefung Konstruktion Ausbau - Bauschäden	3	4
1950	DS W30	Vertiefung Konstruktion Ausbau - Detail	3	4
1951	DS W31	Vertiefung Konstruktion Ausbau - Material	3	4
1952	DS W32	Vertiefung Kontextuelles Entwerfen	3	4
1953	DS W33	Vertiefung Lichtgestaltung	3	4
1954	DS W34	Vertiefung nachhaltiges Bauen	3	4
1955	DS W35	Vertiefung Sozialwissenschaften	3	4
1956	DS W36	Vertiefung Stadtentwicklung	3	4
1957	DS W37	Vertiefung Stadtgeschichte	3	4
1958	DS W38	Vertiefung Stadtplanung	3	4
1959	DS W39	Vertiefung Öffentlicher Raum	3	4
1960	DS W40	Vertiefung Wohnmedizin	3	4
	NN*		3	4

*vom Prüfungsausschuss gemäß §21 Abs.6 zugelassenes Wahlpflichtfach aus dem Fächerangebot der Hochschule Ostwestfalen-Lippe oder anderer Hochschulen

Das Angebot der Wahlpflichtfächer dieses Studiengangs erfolgt gemäß § 22 Absatz 4 semesterweise im Rahmen der jeweiligen Möglichkeiten gemäß Beschluss des Fachbereichsrats und wird den Studierenden rechtzeitig bekannt gegeben. Melden sich für ein Wahlpflichtfach weniger als fünf Studierende, kann dieses für das jeweilige Semester abgesagt werden.

Modultitel	Praxissemester, Auslandssemester			
Modulnummer	MIAR AS 2			
Verantwortlich	Auslandsbeauftragte(r) bzw. Praktikumsbeauftragte(r)			
Lehrende	alle Professorinnen und Professoren (als individuell gewählte Mentoren)			
Studiengang	MA Innenarchitektur-Raumkunst			
Status	Pflichtmodul	x	Wahlpflichtmodul	
Verwendung B-IAT	Pflichtmodul		Wahlpflichtmodul	
Verwendung B-A	Pflichtmodul		Wahlpflichtmodul	
Verwendung B-AT	Pflichtmodul		Wahlpflichtmodul	
Verwendung B-SP	Pflichtmodul		Wahlpflichtmodul	
Verwendung FB3	Pflichtmodul		Wahlpflichtmodul	
Verwendung FB9	Pflichtmodul		Wahlpflichtmodul	
Regelsemester	Angleichstudium 2. Semester			
Lehrformen	Genehmigter Aufenthalt in einer Studieneinrichtung im Ausland. Genehmigtes Praktikum in einem Büro oder Betrieb im In- oder Ausland. Das Büro bzw. der Betrieb sollte im Gestaltungsbereich verortet sein.			
Lehrsprache	Deutsch, andere Sprachen			
Umfang (SWS)	20			
Workload gesamt (h)	900			
Credits	30			
Voraussetzungen	keine			
Lernziele und Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> – Sammlung von Erfahrungen außerhalb der Detmolder Schule durch Studium in einer Studieneinrichtung im Ausland oder durch Praktikum in einem Gestaltungsbüro oder -betrieb – Erhöhung der Eigenständigkeit – Aneignung von Fach-und Lebenskompetenzen. – Erweiterung des Erfahrungshorizonts. – Sensibilisierung für andere kulturelle Zusammenhänge und unterschiedliche Arbeitsmethodiken. 			
Inhalt	<u>Studium im Ausland</u> <ul style="list-style-type: none"> – Studium an einer Hochschule im Ausland – Belegung von Modulen, deren Inhalte sinnvoll in die Zusammenhänge eines Studiums der Innenarchitektur integriert 			

	<p>werden können</p> <ul style="list-style-type: none"> – Erwerb von Modulen, die in Summe mit ca. 24 Credits gewichtet sind <p><u>Praxissemester</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – Vollzeit-Praktikum mit einer Dauer von 6 Monaten – Praktikum in einem Gestaltungsbüro oder -betrieb – Einblick in Praxisprozesse und Verständnis für komplizierter Arbeitsabläufe
Prüfungsform	<p><u>Studium im Ausland:</u> Vorlage der Leistungsnachweise der abgelegten Module</p> <p><u>Praxissemester</u> Bescheinigung des Büros/Betriebs</p>