

CURRICULUM HF VMD

MODULBESCHREIBUNGEN 1. STUDIENJAHR

MODUL 1: INTERIOR DESIGN / 1. SEMESTER

LEITIDEE

Das dreijährige Studium startet mit Interior Design. Mittels Besichtigungen vor Ort recherchieren die Studierenden zu Raumsituationen mit kombinierten Nutzungen. Der Fokus liegt dabei auf Co-Working, Gastro und Retail. Die Studierenden sind fähig, die Merkmale der besuchten Orte bezüglich der Zonenplanung, Materialisierung, Farbigkeit und Raumatmosphäre miteinander zu vergleichen.

Im internen Projektauftrag kreieren die Studierenden ein entsprechendes Interior Design-Konzept zu einem vorgegebenen Ort. Sie befassen sich mit der Design- und Architekturgeschichte des 20./21. Jahrhunderts, entwickeln und formulieren eine Vision für die Zielgruppe und erstellen ein Raum-, Möbel-, Licht- und Farbkonzept.

Parallel dazu erhalten die Studierenden Einführungen in Fotografie, Lichtdesign, Visualisierungstechniken, Vectorworks und Signaletik.

PROJEKTWOCHE: RETAIL DESIGN / 4 TAGE / 2.SEMESTER

LEITIDEE

Im Fokus der Projektwoche steht der Besuch der Fachmesse Euroshop in Düsseldorf, zur Zeit die wichtigste Messe der Branche im deutschsprachigen Raum. Die Studierenden nehmen teil an Foren und Podiumsdiskussionen zur Entwicklung des Retail Designs. Im Austausch mit Ausstellern erweitern sie ihr professionelles Netzwerk. Sie ergänzen ihr Quellenverzeichnis in den Sparten Ladenbau und Retail Design. Die Studierenden sind fähig, ihre Erfahrungen zu evaluieren, die gewonnenen Erkenntnisse im Klassenverband zu diskutieren und in einem schriftlichen Résumé fest zu halten.

Exkursionen zu Themen der Design- und Architekturgeschichte ergänzen das Programm.

MODUL 2: SZENOGRAFIE & BÜHNENBILD / 1 Quartal / 2.SEMESTER

LEITIDEE

Mittels Betrachtung und Analyse diverser Bühnenbilder untersuchen die Studierenden verschiedene szenografische Methoden (Raumerlebnis, Interaktion, Raumdramaturgie/Storytelling und Raumwahrnehmung). Im Raumlabor erproben sie die Wirkung emotionalisierender Faktoren wie Sound, Licht, Kinetik, Text etc. Auf unterschiedlichste Art und Weise erfahren sie dabei den Raum ohne kommerziellen Hintergrund und entwickeln ein Repertoire an raumgestaltenden Faktoren für die weitere praktische Arbeit.

Daneben findet Basis-Unterricht in den Fächern Fotografie, Visualisierungstechniken, Design- und Architekturgeschichte sowie Vectorworks statt.



MODUL 3: SZENOGRAFIE & PRODUKTE-INSZENIERUNG / 1 QUARTAL / 2.SEMESTER

LEITIDEE

Touch Point Schaufenster und Emotional Merchandising sind n.a. Schlagworte für kommerziellen Raum und Marketing. Die Studierenden erhalten eine Einführung in das Thema Produkteinszenierung. Die Merkmale des kommerziellen Raums - im Unterschied zum Bühnenbild - werden geklärt. Im Rahmen eines Projektauftrags inszenieren die Studierenden eine Marke mittels szenografischer Mittel als Rauminstallation. Dazu erstellen sie sowohl ein Briefing als auch ein Konzept und eine digitale Visualisierung ihrer Idee in Form eines Moodboards. Sie sind in der Lage, szenografische Methoden in der Praxis zu evaluieren, anzuwenden und das Resultat fotografisch zu dokumentieren. Die Studierenden präsentieren ihre Konzepte in einer adressatengerechten Sprache einem öffentlichen Publikum.

Ergänzend findet Unterricht in den Disziplinen Auftrittskompetenz, Licht- und Sounddesign, Visualisierungstechniken, Design- und Architekturgeschichte und Typografie statt.