

(1) Der Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen beträgt 46 Semesterwochenstunden in denen insgesamt 60 Anrechnungspunkte erworben werden. Einschließlich der Masterarbeit werden insgesamt 90 Anrechnungspunkte (Credits) erworben.

(3) Es sind 2 Projektmodule zu belegen mit insgesamt 29 Credits zu belegen. Diese sind mit zwei zweisemestrigen Wahlpflichtmodulen mit insgesamt 26 Credits sowie mit einem gemeinsamen, dreisemestrigen Pflichtmodul Forschungskolloquium mit 5 Credits zu kombinieren.

(5) Eine qualifizierte Teilnahme (QT) ist gegeben, wenn die:der Studierende aktiv an Aufgaben und Übungen im sozialen Gruppenkontext mitgewirkt hat.

(7) Die für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen und die zugehörigen Studienleistungen, Prüfungsleistungen, Prüfungsleistungsgewichte, Modulgewichte und Anrechnungspunkte ergeben sich aus der nachstehenden Tabelle.

Teil B: Schwerpunktmodule									
<i>Wahlmodul 1: Experimentelle Gestaltung und Visuelle Forschung</i>									
Ästhetische Forschung	SAF							6	5
Ästhetik	SÄF1	3				K120	5	4	
Bildwissenschaft	SÄF2		2		PU			2	
Forschungsmethodik	SFM		3			PA/R	5	5	5
Experimentelle Gestaltung	SEG							10	6
Entwurfs- und Darstellungstechnik 1	SEG1	4			PU			4	
Entwurfs- und Darstellungstechnik 2	SEG2		6			PA	6	6	
Rechtliche Kontexte	SRK	2				PA/R	3	5	3
<i>Wahlmodul 2: Creative Leadership und Brand Design</i>									
Creative, Crossmedial Storytelling & Campaigning	SCS							8	5
Creating Big Ideas	SCS1		2		PU			3	
Crossmedial Storytelling & Campaigning	SCS2	4				PA	5	5	
Creative Leadership, Brand & Design Management	SCL							7	5
Identity-Based Branding & Brand-Driven Innovation	SCL1	4				PA	5	5	
Creative Leadership, Brand & Design Management	SCL2		2		PU			2	
Brand Lab: Collaborative Branding & Campaigning Experiment	SBL		6			PA	6	6	6
Rechtliche Kontexte	SRK	2				PA/R	3	5	3

[illegible]