

Modulhandbuch

Creative Media Conception

Master of Arts Stand: 26.09.22

Curriculum

Creative Media Conception (M.A.), PO 2021

Die Module sind entsprechend der Studierreihenfolge sortiert.

Module und Lehrveranstaltungen	CP	SWS	empfohl. Semester	Lehrformen	Leistungsart	Prüfungsformen	fv
Content Development	6	4	1.		PL	PT u. RPr	
Scenic Content Development and Storytelling	3	2	1.	SU			
Journalistic Content Development	3	2	1.	SU + Ü			
Organization and Entrepreneurship for Screen Arts	9	6	1.		PL	K	
Cross Media Communication and Production Management, Networking and Start up	6	4	1.	SU + Ü			
Media Economics	3	2	1.	SU + Ü			
Research and Development for the Media Industry	6	4	1.				
Media Culture	3	2	1.	V + SU	PL	PT	
Market and Media Research	3	2	1.	V + SU	PL	K	
Media Technology and Production	9	4	1.		PL	K	
Technical Solutions for Cross Media Productions	3	2	1.	SU + Ü			
Trends in Production Technologies and Innovation Management	6	2	1.	SU			
Conceptual Design	6	4	2.		PL	PT u. RPr	
Conception and Artist Tools	6	4	2.	P			
Media and Communication Science	9	6	2.		PL	AH	
Communication Theory	3	2	2.	V + SU			
Media Theory	6	4	2.	V + SU			
Globalization and Digitization (siehe Fußnote 1)	6	6	2.				
International Scientific Presentation Skills	3	4	2.	SU	PL	AH	
Language / Free electives	3	2	2.	SU	SL	~	
Conceptual Research Study Project	9	6	2.		PL	PT	
Conceptual Research Study Project	9	6	2.	Proj			
Master-Projekt	30	9	3.				Ja
Master-Arbeit	27	7	3.	Proj	PL	AH u. PT	
Master-Kolloquium	3	2	3.	Kol	PL	FG	

Allgemeine Abkürzungen:

CP: Credit-Points nach ECTS, **SWS:** Semesterwochenstunden, **PL:** Prüfungsleistung, **SL:** Studienleistung, **MET:** mit Erfolg teilgenommen, ~: je nach Auswahl, **fv:** formale Voraussetzungen ("Ja": Näheres siehe Prüfungsordnung)

Lehrformen:

V: Vorlesung, **SU:** Seminaristischer Unterricht, **Ü:** Übung, **P:** Praktikum, **Kol:** Kolloquium, **Proj:** Projekt

Prüfungsformen:

AH: Ausarbeitung/Hausarbeit, **FG:** Fachgespräch, **K:** Klausur, **PT:** praktische/künstlerische Tätigkeit, **RPr:** Referat/Präsentation, ~: Je nach Auswahl

In den Lehrveranstaltungen Scenic Content Development and Storytelling, Journalistic Content Development und Conception and Artist Tools besteht gemäß Ziffer 4.1 (5) BBPO für die Einführungsveranstaltungen, in denen eine Einweisung in den Umgang mit komplexen und teuren Produktionswerkzeugen (Kameras, etc.) sowie in sicherheitsrelevante Aspekte erfolgt, Anwesenheitspflicht. • Das zweite Semester ist als Mobilitätsfenster definiert.

¹Die Lehrveranstaltung "International Scientific Presentation Skills" wird auf Englisch gehalten. Die Prüfungsform bei "Language / Free electives" hängt von der Wahl der Lehrveranstaltung aus dem Sprachenzentrum ab.

Inhaltsverzeichnis

Pflichtmodule	4
Content Development	4
Scenic Content Development and Storytelling	6
Journalistic Content Development	8
Organization and Entrepreneurship for Screen Arts	10
Cross Media Communication and Production Management, Networking and Start up	12
Media Economics	14
Research and Development for the Media Industry	16
Media Culture	18
Market and Media Research	20
Media Technology and Production	22
Technical Solutions for Cross Media Productions	24
Trends in Production Technologies and Innovation Management	26
Conceptual Design	28
Conception and Artist Tools	30
Media and Communication Science	32
Communication Theory	34
Media Theory	35
Globalization and Digitization	36
International Scientific Presentation Skills	38
Language / Free electives	40
Conceptual Research Study Project	42
Conceptual Research Study Project	44
Master-Projekt	46
Master-Arbeit	49
Master-Kolloquium	51

Modul

Content Development Content Development

Modulnummer 02	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Arbeitsaufwand 6 CP, davon 4 SWS	Dauer 1 Semester	Häufigkeit nur im Wintersemester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 1. (empfohlen)	Prüfungsart Kombinierte Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dipl. Des. Claudia Maria Aymar, Prof. Steffen Böttrich

Formale Voraussetzungen

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen

Fach- und Methodenkompetenzen (Wissen und Verstehen sowie Anwendung und Erzeugung von Wissen)

Gestalterische und medientechnische und Kompetenzen:

Die Studierenden

- kennen Vorgehensweisen und Werkzeuge, um Probleme und Sachverhalte zu abstrahieren und eigenständige Konzeptionen zu entwickeln,
- kennen Verfahrensweisen, um Probleme in der Medienkommunikation zu identifizieren und können neue Kommunikationsstrategien entwerfen, verifizieren und bezüglich ihres Ressourcenbedarfs bewerten,
- vertiefen ihre journalistischen Vermittlungskompetenzen durch die Umsetzung von Projektkonzeptionen in unterschiedliche Medienformen,
- erarbeiten an praktischen Fragestellungen journalistische Praxis,
- erlernen der grundlegenden journalistischen Darstellungsformen.

Analyse-, Entwurfs-, Realisierungs- und Projektmanagement-Kompetenzen:

Die Studierenden

- haben die Fähigkeit, mit Aufgabenstellerinnen/Auftragstellern und zukünftigen Auftraggeberinnen/Auftraggebern zu kommunizieren und zu kooperieren und sich schnell in neue Anwendungskontexte einzuarbeiten,
- erkennen Inkonsistenzen und können mit unklaren Anforderungen umgehen,
- können komplexe inhaltliche Problemstellungen erkennen und durch geeignete journalistische Vorgehensweisen in verständliche Erzählstrukturen einbetten,
- beherrschen gängige Entwurfsmethoden, Storytelling und moderne Entwicklungsmethoden, um professionell neue Medienformate zu erstellen und sorgfältig evaluieren zu können.

Methoden- und Transferkompetenz:

Die Studierenden

- sind in der Lage, sich selbstständig neues Wissen anzueignen und zu erkennen, welches Wissen relevant ist,
- vertiefen analytische Fähigkeiten durch die kritische Auseinandersetzung mit aktuellen Entwicklungen und zukünftigen neuen Formaten,
- haben die Kompetenz zum wissenschaftlichen Arbeiten,
- haben die Fähigkeit, einen existierenden Anwendungskontext zu analysieren, zu bewerten und aktuelle Entwicklungen in ihre Überlegungen einzubeziehen,
- kennen die Gestaltungsdimensionen von Medien und besitzen aktive Vokabularien zur Beschreibung und Realisierung angemessener Konzeptionen,
- haben anhand praxisnaher Projekte und Fallstudien die Kompetenz erworben, eigenverantwortlich und professionell Projekte im Umfeld der Medienproduktion durchführen zu können, sowie die Fähigkeit zur effektiven und effizienten Kommunikation und zur Teamarbeit erlangt,
- erarbeiten sich Medienkompetenzen und können Konzeptionen und Informationen, bezüglich ihrer Struktur, Nutzung und ihres Managements, modellieren, unter Berücksichtigung fachlicher, organisatorischer, sozialer und kultureller Kontexte sowie Vorgaben und Regeln, angemessene Gestaltungsziele formulieren, sowie Konzeptionen im Kontext etablierter fachlicher Theorien und Konzepte einordnen, analysieren, diskutieren und bewerten.

Fachunabhängige Kompetenzen (Kommunikation und Kooperation)

Die Studierenden

- kennen ihre berufliche Rolle, die damit verbundenen Erwartungen und ggf. vorhandene Rollenkonflikte in Kommunikationssituationen und können zur Konfliktlösung beitragen. Dazu sind auch Kenntnisse im Konfliktmanagement erforderlich, um in kontroversen Diskussionen zielorientiert zu argumentieren und mit Kritik sachlich umzugehen. Vorhandene Missverständnisse zwischen Gesprächspartnern müssen frühzeitig erkannt und abgebaut werden können.
- beherrschen die relevanten Interview-, Recherche- und Schreibtechniken in realistische Situationen,
- sind in der Lage, Aufgaben in verschiedenen Anwendungsfeldern unter gegebenen technischen, ökonomischen, ökologischen und sozialen Randbedingungen mit den Mitteln der Mediengestaltung, -produktion und journalistischen Know How Themen zu bearbeiten und entsprechende Medienformate zu entwickeln,
- können sich eigenständig in neue Themenbereiche einarbeiten und das erworbene Wissen effizient in die Lösung aktueller und auch zukünftiger Frage- und Problemstellungen einbringen und anwenden,
- haben einen Einblick in berufsethische Rahmenbedingungen erhalten und können die Auswirkungen ihrer Arbeit auf die zukünftigen Rezipienten sowie auf die Gesellschaft in ihren sozialen, wirtschaftlichen, arbeitsorganisatorischen, psychologischen und rechtlichen Aspekten einschätzen.

Prüfungsform

praktische/künstlerische Tätigkeit u. Referat/Präsentation

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls Arbeitsaufwand = Zeitstunden (h)

180, davon 60 Präsenz (4 SWS) 120 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anteil Präsenzzeit in Zeitstunden (h)

60 Stunden

Anteil Selbststudium inklusive Prüfungsvorbereitung in Zeitstunden (h)

120 Stunden

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- 02 Journalistic Content Development (Ü, 1. Sem., 1 SWS)
- 02 Journalistic Content Development (SU, 1. Sem., 1 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Scenic Content Development and Storytelling
Scenic Content Development and Storytelling

LV-Nummer	Kürzel	Arbeitsaufwand 3 CP, davon 2 SWS als Seminaristischer Unterricht	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit nur im Wintersemester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Arthur Landwehr, N.N.

Fachliche Voraussetzung

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen/Lernziele der LV

- Die LV trägt zu den Kompetenzen und Lernergebnissen des Moduls mit der Erarbeitung der angegebenen Themen/Inhalte bei.

Themen/Inhalte der LV

- Historischer Blick auf Medienentwicklung. Herausragende Beispiele von Fiktion, Dokumentation und Propaganda in der Analyse
- Konzeptentwicklung für journalistische und fiktionale Projekte in Hörfunk, Fernsehen und Multimedia: Treatment, Exposé, Konzept, Skript, Drehbuch
- Storytelling für Immersive Medien
- Storytelling bei journalistischen/dokumentarischen und fiktionalen Stoffen
- Crossmediale Aufbereitung von Content
- Content Management und Kuratieren von Content aus unterschiedlichen Quellen
- Sendungsdramaturgie
- Feedback und Qualitätsmanagement

Medienformen

- Präsentation
- Hand Outs
- Audiovisuelle Medien

Literatur

- Entsprechend der aktuellen Inhalte der LV.
- Mast, Claudia (Hg.) (1998): ABC des Journalismus. Ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit.
- Pürer, Heinz (1991): Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. München: Ölschläger.
- Schneider, Wolf / Paul J. Raue (2003): LaRoche, W. von (2006). Einführung in den praktischen Journalismus. Berlin: List-Verlag.
- Schöfthaler, E. (2006). Recherche praktisch. Berlin: List-Verlag.
- Haller, Michael (2008). Recherchieren. Konstanz: UVK.
- Weischenberg, S. (1990). Nachrichten schreiben. Journalistische Praxis zum Studium und Selbststudium. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schwiesau, D. / Ohler, J. (2003). Die Nachricht in Presse, Radio, Fernsehen, Nachrichtenagentur und Internet. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. München: List Verlag.
- Britten, U. (2002). Interviews planen, durchführen, verschriftlichen. Bamberg: Platte-Verlag. Kisch, E. (1983) Klassischer Journalismus. Berlin: Rogner & * * Bernhard. UVK-Basisreihe Journalismus
- Ahlke, K. et .al. (20002). Sprache und Stil. Ein Handbuch für Journalisten. Konstanz: UVK.
- Syd Field 82007/2016). Das Drehbuch. Die Grundlagen des Drehbuchschreibens. Berlin: Autorenhaus.
- Robert McKee (12/2018). Story. Die Prinzipien des Drehbuchschreibens. Berlin: Alexander-Verlag
- Buchholz, Axel und Gerhard Schult (2016). Fernseh-Journalismus: Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis (Journalistische Praxis). Berlin: Springer VS
- Lampertj, Marie und Rolf Wespe (2017). Storytelling für Journalisten: Wie baue ich eine gute Geschichte? (Praktischer Journalismus). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Hamman, Joachim (2007/2018). Die Heldenreise im Film. Books on Demand.
- Truby, John (2008). The Anatomy of Story. 22 Steps to becoming a master storyteller. New York: Faber & Faber
- Kleine Wieskamp, Pia (HG) (2016). Storytelling: Digital - Multimedial - Social: Formen und Praxis für PR, Marketing, TV, Game und Social. München: Carl-Hanser-Verlag.

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

90 Stunden, davon 2 SWS als Seminaristischer Unterricht

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Journalistic Content Development
Journalistic Content Development

LV-Nummer
02

Kürzel

Arbeitsaufwand
3 CP, davon 1 SWS als Seminaristischer Unterricht, 1 SWS als Übung

Fachsemester
1. (empfohlen)

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht, Übung

Unter-

Häufigkeit
nur im Wintersemester

Sprache(n)
Deutsch und Englisch

Verwendbarkeit der LV

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Arthur Landwehr, N.N.

Fachliche Voraussetzung

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen/Lernziele der LV

- Die LV trägt zu den Kompetenzen und Lernergebnissen des Moduls mit der Erarbeitung der angegebenen Themen/Inhalte bei.

Themen/Inhalte der LV

- Entwicklung journalistischer Themen
- Recherche, Sammlung und Organisation von Information
- Sonderformen Investigativer Journalismus und Datenjournalismus
- Journalistische Dramaturgie
- Journalistische Textgestaltung für audio-visuelle Medien
- Grundformen journalistischer Präsentation in elektronischen Medien: Bericht, Schalte, Moderation
- Arbeit unter Zeitdruck – Redaktionelle Praxis
- Gestaltung und Führen von Interviews. Interviewtechnik
- Politischer Journalismus im Spannungsfeld von Nähe und professioneller Distanz
- „Constructive Journalism“ als Sonderform
- Teamleitung in der journalistischen Praxis (hierarchisch und lateral)

Medienformen

- Präsentation
- Hand Outs
- Audiovisuelle Medien
- Online Material
- Vortrag
- Gastvortrag

Literatur

- Entsprechend der aktuellen Inhalte der LV.
- Mast, Claudia (Hg.) (1998): ABC des Journalismus. Ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit.
- Pürer, Heinz (1991): Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. München: Ölschläger.
- Schneider, Wolf / Paul J. Raue (2003): LaRoche, W. von (2006). Einführung in den praktischen Journalismus. Berlin: List-Verlag.
- Schöfthaler, E. (2006). Recherche praktisch. Berlin: List-Verlag.
- Haller, Michael (2008). Recherchieren. Konstanz: UVK.
- Weischenberg, S. (1990). Nachrichten schreiben. Journalistische Praxis zum Studium und Selbststudium. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schwiesau, D. / Ohler, J. (2003). Die Nachricht in Presse, Radio, Fernsehen, Nachrichtenagentur und Internet. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. München: List Verlag.
- Britten, U. (2002). Interviews planen, durchführen, verschriftlichen. Bamberg: Platte-Verlag. Kisch, E. (1983) Klassischer Journalismus. Berlin: Rogner & * * Bernhard. UVK-Basisreihe Journalismus
- Ahlke, K. et .al. (20002). Sprache und Stil. Ein Handbuch für Journalisten. Konstanz: UVK.
- Syd Field 82007/2016). Das Drehbuch. Die Grundlagen des Drehbuchschreibens. Berlin: Autorenhaus.
- Robert McKee (12/2018). Story. Die Prinzipien des Drehbuchschreibens. Berlin: Alexander-Verlag
- Buchholz, Axel und Gerhard Schult (2016). Fernseh-Journalismus: Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis (Journalistische Praxis). Berlin: Springer VS
- Lampertj, Marie und Rolf Wespe (2017). Storytelling für Journalisten: Wie baue ich eine gute Geschichte? (Praktischer Journalismus). Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Hamman, Joachim (2007/2018). Die Heldenreise im Film. Books on Demand.
- Truby, John (2008). The Anatomy of Story. 22 Steps to becoming a master storyteller. New York: Faber & Faber
- Kleine Wieskamp, Pia (HG) (2016). Storytelling: Digital - Multimedial - Social: Formen und Praxis für PR, Marketing, TV, Game und Social. München: Carl-Hanser-Verlag.

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

90 Stunden, davon 1 SWS als Seminaristischer Unterricht, 1 SWS als Übung

Anmerkungen

Modul

Organization and Entrepreneurship for Screen Arts Organization and Entrepreneurship for Screen Arts

Modulnummer 03	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Arbeitsaufwand 9 CP, davon 6 SWS	Dauer 1 Semester	Häufigkeit nur im Wintersemester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 1. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021
- Crossmedia Spaces (M.A.), PO2019
- Kommunikationsdesign - Crossmedia Spaces (M.A.), PO2022

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Christian Bernhardt

Formale Voraussetzungen

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen

Fach- und Methodenkompetenzen (Wissen und Verstehen sowie Anwendung und Erzeugung von Wissen)

Gestalterische und medientechnische und Kompetenzen

Die Studierenden

- kennen Vorgehensweisen und Werkzeuge, um Probleme und Sachverhalte zu abstrahieren und eigenständige Konzeptionen zu entwickeln,
- kennen Verfahrensweisen, um Probleme in der Medienkommunikation zu identifizieren und können neue Kommunikationsstrategien entwerfen, verifizieren und bezüglich ihres Ressourcenbedarfs bewerten,
- können Lösungen angemessen fachlich kommunizieren, bewerten und im Rahmen von kooperativen Arbeitszusammenhängen nutzen.

Analyse-, Entwurfs-, Realisierungs- und Projektmanagement-Kompetenzen

Die Studierenden

- haben die Fähigkeit, mit Aufgabenstellerinnen/Aufgabenstellern und zukünftigen Auftraggeberinnen/Auftraggebern zu kommunizieren und zu kooperieren und sich schnell in neue Anwendungskontexte einzuarbeiten,
- können bekannte Problemstellungen im Anwendungskontext erkennen und sind mit den zugehörigen Lösungsmustern vertraut,
- erkennen Inkonsistenzen und können mit unklaren Anforderungen umgehen.

Fachunabhängige Kompetenzen (Kommunikation und Kooperation)

Die Studierenden

- sind in der Lage, Aufgaben in verschiedenen Anwendungsfeldern unter gegebenen technischen, ökonomischen, ökologischen und sozialen Randbedingungen mit den Mitteln der Mediengestaltung, -produktion und journalistischen Know How Themen zu bearbeiten und entsprechende Medienformate zu entwickeln,
- können sich eigenständig in neue Themenbereiche einarbeiten und Problemstellungen, Technologien und wissenschaftliche Erkenntnisse im Umfeld der Medienproduktion erkennen und in ihrem Arbeitsumfeld einbeziehen und das erworbene Wissen effizient in die Lösung aktueller und auch zukünftiger Frage- und Problemstellungen einbringen und anwenden,
- verfügen über betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse, da die Planung, Entwicklung und Umsetzung aller Medienproduktionen unter wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stattfinden.

Soziale Kompetenzen und Selbstkompetenzen

Die Studierenden

- verfügen über kommunikative Kompetenzen, um ihre Ideen und Lösungsvorschläge schriftlich oder mündlich überzeugend zu präsentieren, abweichende Positionen zu erkennen und in eine sach- und interessengerechte Lösung zu integrieren – und zwar auch dann, wenn die mediengestalterische und medientechnische Sprech- und Denkweisen dem Kommunikationspartner nicht geläufig sind,
- kennen ihre berufliche Rolle, die damit verbundenen Erwartungen und ggf. vorhandene Rollenkonflikte in Kommunikationssituationen und können zur Konfliktlösung beitragen. Dazu sind auch Kenntnisse im Konfliktmanagement erforderlich, um in kontroversen Diskussionen zielorientiert zu argumentieren und mit Kritik sachlich umzugehen. Vorhandene Missverständnisse zwischen Gesprächspartnern müssen frühzeitig erkannt und abgebaut werden können.

Methoden- und Transferkompetenzen

Die Studierenden

- sind in der Lage, sich selbstständig neues Wissen anzueignen und zu erkennen, welches Wissen relevant ist,
- sind in der Lage, neue gestalterische und medientechnische Methoden in eine oft historisch gewachsene betriebliche Praxis einzuführen,
- haben die Fähigkeit, einen existierenden Anwendungskontext zu analysieren, zu bewerten und aktuelle problemadäquate medientechnische Methoden auf diesen Kontext zu übertragen, sowie den derart neu generierten Anwendungskontext zu evaluieren.

Prüfungsform

Klausur

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls Arbeitsaufwand = Zeitstunden (h)

270, davon 90 Präsenz (6 SWS) 180 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anteil Präsenzzeit in Zeitstunden (h)

90 Stunden

Anteil Selbststudium inklusive Prüfungsvorbereitung in Zeitstunden (h)

180 Stunden

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- 03 Cross Media Communication and Production Management, Networking and Start up (SU, 1. Sem., 2 SWS)
- 03 Cross Media Communication and Production Management, Networking and Start up (Ü, 1. Sem., 2 SWS)
- 04 Media Economics (Ü, 1. Sem., 1 SWS)
- 04 Media Economics (SU, 1. Sem., 1 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Cross Media Communication and Production Management, Networking and Start up
Cross Media Communication and Production Management, Networking and Start up

LV-Nummer 03	Kürzel	Arbeitsaufwand 6 CP, davon 2 SWS als Seminaristischer Unterricht, 2 SWS als Übung	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht, Übung	Unter-	Häufigkeit nur im Wintersemester	Sprache(n) Deutsch und Englisch

Verwendbarkeit der LV

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021
- Crossmedia Spaces (M.A.), PO2019
- Kommunikationsdesign - Crossmedia Spaces (M.A.), PO2022

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Christian Bernhardt, N.N.

Fachliche Voraussetzung

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen/Lernziele der LV

Die Studierenden

- kennen Vorgehensweisen und Werkzeuge, um Probleme und Sachverhalte zu abstrahieren und eigenständige Konzeptionen zu entwickeln,
- kennen Verfahrensweisen, um Probleme in der Medienkommunikation zu identifizieren und können neue Kommunikationsstrategien entwerfen, verifizieren und bezüglich ihres Ressourcenbedarfs bewerten,
- können Lösungen angemessen fachlich kommunizieren, bewerten und im Rahmen von kooperativen Arbeitszusammenhängen nutzen.
- sind in der Lage, Aufgaben in verschiedenen Anwendungsfeldern unter gegebenen technischen, ökonomischen, ökologischen und sozialen Rahmenbedingungen mit den Mitteln der Mediengestaltung, -produktion und journalistischem Know How zu bearbeiten und entsprechende Medienformate zu entwickeln,
- können sich eigenständig in neue Themenbereiche einarbeiten und Problemstellungen, Technologien und wissenschaftliche Erkenntnisse im Umfeld der Medienproduktion erkennen und in ihrem Arbeitsumfeld einbeziehen und das erworbene Wissen effizient in die Lösung aktueller und auch zukünftiger Frage- und Problemstellungen einbringen und anwenden,
- verfügen über kommunikative Kompetenzen, um ihre Ideen und Lösungsvorschläge schriftlich oder mündlich überzeugend zu präsentieren, abweichende Positionen zu erkennen und in eine sach- und interessengerechte Lösung zu integrieren – und zwar auch dann, wenn die mediengestalterischen und medientechnischen Sprech- und Denkweisen dem Kommunikationspartner nicht geläufig sind,
- sind in der Lage, sich selbstständig neues Wissen anzueignen und zu erkennen, welches Wissen relevant ist,
- sind in der Lage, neue gestalterische und medientechnische Methoden in eine oft historisch gewachsene betriebliche Praxis einzuführen,

Themen/Inhalte der LV

- Modernes Kommunikationsmanagement: 360° Cross-Media Kampagnen und Strategien
 - Prinzipien der internen Kommunikation und Zusammenarbeit
 - Externe Kommunikation: Content-Marketing 2.0
- Digital Production Management: Projektspezifische Tools und Applikationen im Produktionsmanagement
- Leadership: (Strategische) Führung von Organisationen und Projektteams
 - Grundlagen der strategischen Personalführung
 - Stärkenbasiertes Führen in der Praxis
- Start-Up-Marketing: Konzeption und Maßnahmen

Medienformen

- Präsentation
- Demonstrationen
- Onlinematerial
- Hand Outs

Literatur

- Medienmanagement und öffentliche Kommunikation: Der Einsatz von Medien in Unternehmensführung und Marketing von Thomas Becker; Springer VS (2014); ISBN-10: 3658008865
- Kommunikationsmanagement: 27 Perspektiven aus Wissenschaft und Praxis von Peter Dietrich; Lit Verlag; 1., Aufl. (2010); ISBN-10: 3643501277
- Konzeption von Kommunikation: Theorie und Praxis des strategischen Kommunikationsmanagements von Klaus Merten; Springer VS (2013); ISBN-10: 3658014660
- Interne Kommunikation in agilen Unternehmen: Eine Einführung (essentials) von Ulrike Buchholz (Autorin), Susanne Knorre (Mitwirkende); Springer Gabler, 1. Aufl. (2017); ISBN-10: 3658169761
- Zielführende Kommunikation zwischen Agentur und Kunde: Erfolgreiche und effiziente Zusammenarbeit im Team von Klaus Pawlowski (Autor), Peter Pawlowski (Mitwirkender); Springer Gabler; 1. Aufl. (2018); ISBN-10: 3658144645
- Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch von Dietmar Vahs; Schäffer Poeschel; 9. Auflage (2015); ISBN-10: 3791034375
- Grundlagen der Organisation: Basiswissen für Studium und Praxis von Georg Schreyögg; Springer Gabler, 2. Aufl. (2016); ISBN-10: 3658139587
- Agil und erfolgreich führen. Neue Leadership-Kompetenzen: Mit einem agilen Mindset und Methoden Ihre Führungspersönlichkeit entwickeln von Katrin Greßer; managerSeminare Verlags GmbH, 3. Auflage (2018); ISBN-10: 3958910327
- Agiler führen: Einfache Maßnahmen für bessere Teamarbeit, mehr Leistung und höhere Kreativität von Svenja Hofert; Springer Gabler; 2., akt. Aufl. (2018); ISBN-10: 3658185600
- Growth Hacking: Mehr Wachstum, mehr Kunden, mehr Erfolg von Sandro Jenny; Rheinwerk Computing, 11. Aufl. (2017); ISBN-10: 3836259354
- Startup-Finanzierung in der Medienbranche: Gründer zwischen Bootstrapping und Bankkredit, Crowdfunding und Venture Capital von Annika Ehlers, Harald Rau; Nomos, 1. Aufl. (2014); ISBN-10: 3848709813
- Finanzierung und Besteuerung von Start-up-Unternehmen: Praxisbuch für erfolgreiche Gründer von Christopher Hahn (Hrsg.); Springer Gabler (2014); ISBN-10: 3658013702

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 2 SWS als Seminaristischer Unterricht, 2 SWS als Übung

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Media Economics

Media Economics

LV-Nummer
04

Kürzel

Arbeitsaufwand
3 CP, davon 1 SWS als Seminaristischer Unterricht, 1 SWS als Übung

Fachsemester
1. (empfohlen)

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht, Übung

Häufigkeit

Unter- nur im Wintersemester

Sprache(n)

Deutsch und Englisch

Verwendbarkeit der LV

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021
- Crossmedia Spaces (M.A.), PO2019
- Kommunikationsdesign - Crossmedia Spaces (M.A.), PO2022

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Christian Bernhardt, M.A., M.B.A. Felix Pohl, N.N.

Fachliche Voraussetzung

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen/Lernziele der LV

Die Studierenden

- haben die Fähigkeit, mit Aufgabenstellerinnen/Aufgabenstellern und zukünftigen Auftraggeberinnen/Auftraggebern zu kommunizieren und zu kooperieren und sich schnell in neue Anwendungskontexte einzuarbeiten,
- können bekannte Problemstellungen im Anwendungskontext erkennen und sind mit den zugehörigen Lösungsmustern vertraut,
- erkennen Inkonsistenzen und können mit unklaren Anforderungen umgehen.
- verfügen über betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse, da die Planung, Entwicklung und Umsetzung aller Medienproduktionen unter wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stattfinden.
- kennen ihre berufliche Rolle, die damit verbundenen Erwartungen und ggf. vorhandene Rollenkonflikte in Kommunikationssituationen und können zur Konfliktlösung beitragen. Dazu sind auch Kenntnisse im Konfliktmanagement erforderlich, um in kontroversen Diskussionen zielorientiert zu argumentieren und mit Kritik sachlich umzugehen. Vorhandene Missverständnisse zwischen Gesprächspartnern müssen frühzeitig erkannt und abgebaut werden können.

Themen/Inhalte der LV

- Globale Medienmärkte im Wandel – Digitale Transformation
- Geschäftsmodelle und Wertschöpfungsketten
- Strategische Geschäftsfeldbewertung und Business Planning
 - Theorien, Prinzipien und Modelle der Geschäftsfeldbewertung und –planung
 - Anwendungsbeispiele: Business Plan (Strategische Konzeption, Kalkulation, Zeitplanung und Risiko Analyse)
- Organisationsmanagement: Funktionale Strukturen und Prozesse im Medien- und Produktionsumfeld
 - Organisationsformen in digitalen Medienmärkten
 - Strategien in der Unternehmensgründung und Unternehmensformen
- (Film-) Finanzierung

Medienformen

- Präsentation
- Demonstrationen
- Onlinematerial
- Hand Outs

Literatur

- Medien- und Internetmanagement von Bernd Wirtz; Springer Gabler; 9. aktualisierte u. überarb. Aufl. (2016); ISBN-10: 3658077123
- Digital vernetzt. Transformation der Wertschöpfung.: Szenarien, Optionen und Erfolgsmodelle für smarte Geschäftsmodelle, Produkte und Services von Hans H. Jung (Hrsg.), Patricia Kraft (Hrsg.); Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG (2016); ISBN-10: 3446447806
- Digitale Geschäftsmodelle richtig einschätzen von Christian Hoffmeister; Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG (2013); ISBN-10: 3446437851
- Die Entwicklung von Geschäftsideen: Ein Leitfaden zur systematischen Erzeugung, Bewertung und Auswahl von Ideen für neue Geschäftsfelder im Rahmen des Internal Corporate Venturing von Tom H. Lautenbacher; VDM Verlag Dr. Müller (2011); ISBN-10: 3639323866
- Der Businessplan: Geschäftspläne professionell erstellen Mit Checklisten und Fallbeispielen von Anna Nagl, Springer Gabler, 8. überarb. Aufl. (2015); ISBN-10: 3658052643
- Digitale Transformation von Geschäftsmodellen erfolgreich gestalten: Trends, Auswirkungen und Roadmap (Schwerpunkt Business Model Innovation) von Daniel R.A. Schallmo (Autor), Joachim Reinhart (Autor), Evelyn Kuntz (Autor); Springer Gabler; 1. Aufl. (2018); ISBN-10: 3658202149
- Business Innovation Management: Geschäftsmodellinnovationen und multidimensionale Innovationen im digitalen Hyperwettbewerb von Roland Eckkert; Springer Gabler; 1. Aufl. (2017); ISBN-10: 3658134550
- Geschäftsmodelle entwickeln: 55 innovative Konzepte mit dem St. Galler Business Model Navigator von Oliver Gassmann (Autor), Karolin Frankenberger (Autor), Michaela Csik (Autor); Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG, 2. Aufl. (2017); ISBN-10: 3446451757
- Digital Innovation Playbook. Das unverzichtbare Arbeitsbuch für Gründer, Macher und Manager von Dark Horse Innovation; Murmann Publishers GmbH, 2. Aufl. (2016); ISBN-10: 3867745560
- Das Design Thinking Playbook: Mit traditionellen, aktuellen und zukünftigen Erfolgsfaktoren von Michael Lewrick (Hrsg.), Patrick Link (Hrsg.), Larry Leifer (Hrsg.), Nadia Langensand (Illustrator); Vahlen; 2., überarbeitete Aufl. (2018); ISBN-10: 380065637X

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

90 Stunden, davon 1 SWS als Seminaristischer Unterricht, 1 SWS als Übung

Anmerkungen

Modul

Research and Development for the Media Industry Research and Development for the Media Industry

Modulnummer 04	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Arbeitsaufwand 6 CP, davon 4 SWS	Dauer 1 Semester	Häufigkeit nur im Wintersemester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 1. (empfohlen)		Prüfungsart Zusammengesetzte Modulprüfung	

Modulverwendbarkeit

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021
- Media & Design Management (M.Sc.), PO2020

Hinweise für Curriculum

Begründung für zusammengesetzte Modulprüfung

Das Modul wird aus verschiedenen Lehrveranstaltungen von verschiedenen Masterprogrammen zusammengesetzt. MDM liefert die LV Market and Media Research und Creative Media Conception erstellt die LV Cross Media Culture

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dipl. Des. Claudia Maria Aymar, Prof. Christian Bernhardt, Prof. Steffen Böttrich

Formale Voraussetzungen

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen

Fach- und Methodenkompetenzen (Wissen und Verstehen sowie Anwendung und Erzeugung von Wissen)

Analyse-, Entwurfs-, Realisierungs- und Projektmanagement-Kompetenzen

Die Studierenden

- haben die Fähigkeit, mit Aufgabenstellerinnen/Aufgabenstellern und zukünftigen Auftraggeberinnen/Auftraggebern zu kommunizieren und zu kooperieren und sich schnell in neue Anwendungskontexte einzuarbeiten.
- können bekannte Problemstellungen im Anwendungskontext erkennen und sind mit den zugehörigen Lösungsmustern vertraut.
- erkennen Inkonsistenzen und können mit unklaren Anforderungen umgehen.
- können komplexe inhaltliche Problemstellungen erkennen und durch geeignete journalistische Vorgehensweisen in verständliche Erzählstrukturen einbetten

Fachübergreifende Kompetenzen

Die Studierenden

- können sich eigenständig in neue Themenbereiche einarbeiten und Problemstellungen, Technologien und wissenschaftliche Erkenntnisse im Umfeld der Medienproduktion erkennen und in ihrem Arbeitsumfeld einbeziehen und das erworbene Wissen effizient in die Lösung aktueller und auch zukünftiger Frage- und Problemstellungen einbringen und anwenden,
- haben einen Einblick in berufsethische Rahmenbedingungen erhalten und können die Auswirkungen ihrer Arbeit auf die zukünftigen Rezipienten sowie auf die Gesellschaft in ihren sozialen, wirtschaftlichen, arbeitsorganisatorischen, psychologischen und rechtlichen Aspekten einschätzen.

Soziale Kompetenzen und Selbstkompetenzen

Die Studierenden

- kennen ihre berufliche Rolle, die damit verbundenen Erwartungen und ggf. vorhandene Rollenkonflikte in Kommunikationssituationen und können zur Konfliktlösung beitragen. Dazu sind auch Kenntnisse im Konfliktmanagement erforderlich, um in kontroversen Diskussionen zielorientiert zu argumentieren und mit Kritik sachlich umzugehen. Vorhandene Missverständnisse zwischen Gesprächspartnern müssen frühzeitig erkannt und abgebaut werden können.

Methoden- und Transferkompetenz

Die Studierenden

- sind in der Lage, sich selbstständig neues Wissen anzueignen und zu erkennen, welches Wissen relevant ist,
- haben die Kompetenz zum wissenschaftlichen Arbeiten,
- können Medienproduktionen/gestalterische Entwurfsphasen mit systematischen Verfahren empirisch evaluieren,
- haben die Fähigkeit, einen existierenden Anwendungskontext zu analysieren, zu bewerten und aktuelle problemadäquate medientechnische Methoden auf diesen Kontext zu übertragen, sowie den derart neu generierten Anwendungskontext zu evaluieren,
- können organisationale, soziale, gestalterische und kulturelle Kontexte, Vorgaben und Regeln erschließen, analysieren, definieren und unter Berücksichtigung weiterer fachlicher Perspektiven angemessene Gestaltungsziele formulieren,
- erarbeiten sich Medienkompetenzen und können Konzeptionen und Informationen, bezüglich ihrer Struktur, Nutzung und ihres Managements, modellieren, unter Berücksichtigung fachlicher, organisatorischer, sozialer und kultureller Kontexte sowie Vorgaben und Regeln, angemessene Gestaltungsziele formulieren, sowie Konzeptionen im Kontext etablierter fachlicher Theorien und Konzepte einordnen, analysieren, diskutieren und bewerten.

Fachunabhängige Kompetenzen (Kommunikation und Kooperation)

Die Studierenden

- können sich eigenständig in neue Themenbereiche einarbeiten und Problemstellungen, Technologien und wissenschaftliche Erkenntnisse im Umfeld der Medienproduktion erkennen und in ihrem Arbeitsumfeld einbeziehen und das erworbene Wissen effizient in die Lösung aktueller und auch zukünftiger Frage- und Problemstellungen einbringen und anwenden.
- haben einen Einblick in berufsethische Rahmenbedingungen erhalten und können die Auswirkungen ihrer Arbeit auf die zukünftigen Rezipienten sowie auf die Gesellschaft in ihren sozialen, wirtschaftlichen, arbeitsorganisatorischen, psychologischen und rechtlichen Aspekten einschätzen.

Zusammensetzung der Modulnote

CP-gewichteter Mittelwert aus den LV-Noten

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls Arbeitsaufwand = Zeitstunden (h)

180, davon 60 Präsenz (4 SWS) 120 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anteil Präsenzzeit in Zeitstunden (h)

60 Stunden

Anteil Selbststudium inklusive Prüfungsvorbereitung in Zeitstunden (h)

120 Stunden

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- 05 Media Culture (SU, 1. Sem., 1 SWS)
- 05 Media Culture (V, 1. Sem., 1 SWS)
- 06 Market and Media Research (V, 1. Sem., 1 SWS)
- 06 Market and Media Research (SU, 1. Sem., 1 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Media Culture

Media Culture

LV-Nummer

05

Kürzel

Arbeitsaufwand

3 CP, davon 1 SWS als Vorlesung, 1 SWS als Seminaristischer Unterricht

Fachsemester

1. (empfohlen)

Lehrformen

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit

nur im Wintersemester

Sprache(n)

Deutsch und Englisch

Verwendbarkeit der LV

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021
- Media & Design Management (M.Sc.), PO2020

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dipl. Des. Claudia Maria Aymar, N.N.

Fachliche Voraussetzung

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen/Lernziele der LV

Die Studierenden

- können bekannte Problemstellungen im Anwendungskontext erkennen und sind mit den zugehörigen Lösungsmustern vertraut.
- können komplexe inhaltliche Problemstellungen erkennen und durch geeignete journalistische Vorgehensweisen in verständliche Erzählstrukturen einbetten
- haben einen Einblick in berufsethische Rahmenbedingungen erhalten und können die Auswirkungen ihrer Arbeit auf die zukünftigen Rezipienten sowie auf die Gesellschaft in ihren sozialen, wirtschaftlichen, arbeitsorganisatorischen, psychologischen und rechtlichen Aspekten einschätzen.
- kennen ihre berufliche Rolle, die damit verbundenen Erwartungen und ggf. vorhandene Rollenkonflikte in Kommunikationssituationen und können zur Konfliktlösung beitragen. Dazu sind auch Kenntnisse im Konfliktmanagement erforderlich, um in kontroversen Diskussionen zielorientiert zu argumentieren und mit Kritik sachlich umzugehen. Vorhandene Missverständnisse zwischen Gesprächspartnern müssen frühzeitig erkannt und abgebaut werden können.
- sind in der Lage, sich selbstständig neues Wissen anzueignen und zu erkennen, welches Wissen relevant ist,
- können Medienproduktionen/gestalterische Entwurfsphasen mit systematischen Verfahren empirisch evaluieren,
- können organisationale, soziale, gestalterische und kulturelle Kontexte, Vorgaben und Regeln erschließen, analysieren, definieren und unter Berücksichtigung weiterer fachlicher Perspektiven angemessene Gestaltungsziele formulieren,
- können sich eigenständig in neue Themenbereiche einarbeiten und Problemstellungen, Technologien und wissenschaftliche Erkenntnisse im Umfeld der Medienproduktion erkennen und in ihrem Arbeitsumfeld einbeziehen und das erworbene Wissen effizient in die Lösung aktueller und auch zukünftiger Frage- und Problemstellungen einbringen und anwenden.

Themen/Inhalte der LV

- Digitalisierung und Kulturwandel der Gesellschaft
- Einfluss neuer Technologien auf Storytelling und Medienformate
- Trendscouting: Netzkulturen im internationalen Kontext
- Analysen, Ursachen und Wirkungen von Kommunikationsprozessen in der medial vernetzten Gesellschaft
- Einordnung und Bewertung von zielgruppenspezifischen Wahrnehmungsprozessen und Nutzungsverhalten
- Aktuelle Trends der Medienentwicklung und -Innovation
- Methoden und Theorien zur Analyse und Bewertung trans- und crossmedialer Zusammenhänge in Mediensystemen
- Mediale Phänomene der Netzkultur

Medienformen

- Präsentation
- Demonstrationen
- AV Medien
- Onlinematerial
- Hand Outs

Literatur

Entsprechend der aktuellen Inhalte der LV.

Leistungsart

Prüfungsleistung

Prüfungsform

praktische/künstlerische Tätigkeit

LV-Benotung

Benotet

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

90 Stunden, davon 1 SWS als Vorlesung, 1 SWS als Seminaristischer Unterricht

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Market and Media Research
Market and Media Research

LV-Nummer 06	Kürzel	Arbeitsaufwand 3 CP, davon 1 SWS als Vorlesung, 1 SWS als Seminaristischer Unterricht	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit nur im Wintersemester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021
- Crossmedia Spaces (M.A.), PO2019
- Kommunikationsdesign - Crossmedia Spaces (M.A.), PO2022
- Media & Design Management (M.Sc.), PO2020

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Dr. Alexander Moutchnik, Prof. Dr. Holger Schunk

Fachliche Voraussetzung

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen/Lernziele der LV

Die Studierenden

- haben die Fähigkeit, mit Aufgabenstellerinnen/Aufgabenstellern und zukünftigen Auftraggeberinnen/Auftraggebern zu kommunizieren und zu kooperieren und sich schnell in neue Anwendungskontexte einzuarbeiten.
- erkennen Inkonsistenzen und können mit unklaren Anforderungen umgehen.
- können sich eigenständig in neue Themenbereiche einarbeiten und Problemstellungen, Technologien und wissenschaftliche Erkenntnisse im Umfeld der Medienproduktion erkennen und in ihrem Arbeitsumfeld einbeziehen und das erworbene Wissen effizient in die Lösung aktueller und auch zukünftiger Frage- und Problemstellungen einbringen und anwenden,
- haben die Kompetenz zum wissenschaftlichen Arbeiten,
- haben die Fähigkeit, einen existierenden Anwendungskontext zu analysieren, zu bewerten und aktuelle problemadäquate medientechnische Methoden auf diesen Kontext zu übertragen, sowie den derart neu generierten Anwendungskontext zu evaluieren,
- erarbeiten sich Medienkompetenzen und können Konzeptionen und Informationen, bezüglich ihrer Struktur, Nutzung und ihres Managements, modellieren, unter Berücksichtigung fachlicher, organisatorischer, sozialer und kultureller Kontexte sowie Vorgaben und Regeln, angemessene Gestaltungsziele formulieren, sowie Konzeptionen im Kontext etablierter fachlicher Theorien und Konzepte einordnen, analysieren, diskutieren und bewerten.
- haben einen Einblick in berufsethische Rahmenbedingungen erhalten und können die Auswirkungen ihrer Arbeit auf die zukünftigen Rezipienten sowie auf die Gesellschaft in ihren sozialen, wirtschaftlichen, arbeitsorganisatorischen, psychologischen und rechtlichen Aspekten einschätzen.

Themen/Inhalte der LV

Inhalte werden von der LV des Studiengangs Media & Design Management übernommen. Stand der Inhalte der aktuellen PO

Grundlagen der empirischen Sozialforschung

- Aufbau und Ablauf einer Studie
- Problemdefinition, Forschungshypothesen
- Primär- und Sekundäranalysen
- Deskriptive, explorative und experimentelle Untersuchungsdesigns
- Entscheidungstatbestände einer Studie

Erhebungsverfahren

- Auswahlverfahren und Stichprobenziehung
- Entwicklung der Erhebungsinstrumente
- Hochrechnung der Ergebnisse auf die Grundgesamtheit
- Grundlagen der deskriptiven und induktiven Statistik

Univariate Verfahren

- Lage- und Streuparameter
- Verhältnis-/ Indexzahlen
- Konzentrationsmessungen
- Business Grafiken
- Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung

Medienformen

- Präsentation
- Demonstrationen
- Onlinematerial
- Hand Outs

Literatur

Entsprechend der aktuellen Inhalte der LV.

- Altobelli, C.; Hoffmann, S. (2013): Grundlagen der Marktforschung, UTB / UVK Lucius
- Berekoven, L. et.al. (2009): Marktforschung: Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Gabler Verlag
- Magerhans, A.; Pfeil, S. (2014): Marktforschung: Eine praxisorientierte Einführung, Springer Gabler
- Pepels, W. et al. (2014): Moderne Marktforschung.: Systematische Einführung mit zahlreichen Beispielen und Praxisanwendungen, 3. Aufl., Duncker & Humblot
- Schweiger, W. et al. (2013): Handbuch Medienwirkungsforschung, Springer VS
- Weis, H.; Steinmetz, P. (2012): Marktforschung, 8. Aufl. Kiehl Verlag

Leistungsart

Prüfungsleistung

Prüfungsform

Klausur

LV-Benotung

Benotet

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

90 Stunden, davon 1 SWS als Vorlesung, 1 SWS als Seminaristischer Unterricht

Anmerkungen

Input LV aus dem Masterstudiengang Media & Design Management

Modul

Media Technology and Production Media Technology and Production

Modulnummer 05	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Arbeitsaufwand 9 CP, davon 4 SWS	Dauer 1 Semester	Häufigkeit nur im Wintersemester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 1. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021
- Creative Media Conception (M.A.), PO2021

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Wolfgang Schiffler, N.N.

Formale Voraussetzungen

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen

Fach- und Methodenkompetenzen (Wissen und Verstehen sowie Anwendung und Erzeugung von Wissen)

Medientechnische Methodenkompetenzen

Die Studierenden

- kennen Vorgehensweisen und Werkzeuge der Medienproduktion, um Probleme und Sachverhalte zu abstrahieren und eigenständig technische Workflows zu entwickeln,
- können Lösungen für die Medienproduktion angemessen fachlich kommunizieren, bewerten und im Rahmen von kooperativen Arbeitszusammenhängen nutzen.

Medientechnische Analyse-, Realisierungs- und Projektmanagement-Kompetenzen

Die Studierenden

- haben die Fähigkeit, mit Aufgabenstellerinnen/Aufgabenstellern und zukünftigen Auftraggeberinnen/Auftraggebern zu kommunizieren und zu kooperieren und sich schnell in neue Anwendungskontexte einzuarbeiten,
- können bekannte Problemstellungen im Anwendungskontext erkennen und sind mit den zugehörigen Lösungsmustern vertraut,
- können medientechnologische Arbeitsprozesse gestalten und insbesondere die eigene und anderer Personen Arbeit organisieren, sie sind teamfähig und in der Lage, sich konstruktiv mit technischen Konzepten und Lösungsvorschlägen auseinander zu setzen,
- haben gelernt, auch mit begrenzten Ressourcen Lösungen zu erarbeiten, die allgemein anerkannten Qualitätsstandards genügen und von allen Beteiligten akzeptiert werden.

Medientechnische Fachkompetenzen

Die Studierenden

- haben Kenntnisse im Bereich moderner Studioproduktionen und Innen- und Außenproduktionen auch im Bereich crossmedialer Produktionen,
- haben fundiertes Wissen im Bereich neuer Technologien und technologischer Trends.
- kennen relevantes Produktionsequipment für die Medienproduktion, sowie dessen Einsatz in konkreten Problemstellungen und Anwendungskontexten,
- sind in der Lage, die Infrastruktur für Liveproduktionen zu organisieren und durchzuführen,
- beherrschen den Prozess Recherche bis zum fertigen Medienprodukt.
- können sich eigenständig in neue Aufgabengebiete und Anforderungen der Medienproduktion einarbeiten.
- haben fundierte Kenntnisse zu Sicherheitsmaßnahmen und -vorgaben bei Medienproduktionen und Live Events.

Fachunabhängige Kompetenzen (Kommunikation und Kooperation)

Fachübergreifende Kompetenzen

Die Studierenden

- sind in der Lage, Aufgaben in verschiedenen Anwendungsfeldern unter gegebenen technischen, ökonomischen, ökologischen und sozialen Randbedingungen mit den Mitteln der Medienproduktionstechnik Themen zu bearbeiten und geeignete Produktionsprozesse zu entwickeln,
- haben einen Einblick in berufsethische Rahmenbedingungen erhalten und können die Auswirkungen ihrer Arbeit auf die zukünftigen Rezipienten sowie auf die Gesellschaft in ihren sozialen, wirtschaftlichen, arbeitsorganisatorischen, psychologischen und rechtlichen Aspekten einschätzen.

Methoden- und Transferkompetenz

Die Studierenden

- sind in der Lage, sich selbstständig neues Wissen anzueignen und zu erkennen, welches Wissen relevant ist,
- haben die Kompetenz zum wissenschaftlichen Arbeiten,
- können Medienproduktionen mit systematischen Verfahren empirisch evaluieren,
- sind in der Lage, neue medientechnische Methoden in eine oft historisch gewachsene betriebliche Praxis einzuführen,
- haben die Fähigkeit, einen existierenden Anwendungskontext zu analysieren, zu bewerten und aktuelle problemadäquate medientechnische Methoden auf diesen Kontext zu übertragen, sowie den derart neu generierten Anwendungskontext zu evaluieren,
- haben ihre Fähigkeit zum lebenslangen Lernen aufgebaut und können sich selbstständig in neue, für die Medienproduktion relevante, Theorien, Methoden und Techniken, sowohl aus theoretischer als auch aus gestalterisch/technischer Sichtweise, einarbeiten und ihre eigene Rolle im professionellen Kontext hinterfragen und weiterentwickeln,
- haben anhand praxisnaher Projekte und Fallstudien die Kompetenz erworben, eigenverantwortlich und professionell Projekte im Umfeld der Medienproduktion durchführen zu können, sowie die Fähigkeit zur effektiven und effizienten Kommunikation und zur Teamarbeit erlangt.

Prüfungsform

Klausur

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls Arbeitsaufwand = Zeitstunden (h)

270, davon 60 Präsenz (4 SWS) 210 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anteil Präsenzzeit in Zeitstunden (h)

60 Stunden

Anteil Selbststudium inklusive Prüfungsvorbereitung in Zeitstunden (h)

210 Stunden

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- 07 Technical Solutions for Cross Media Productions (Ü, 1. Sem., 1 SWS)
- 07 Technical Solutions for Cross Media Productions (SU, 1. Sem., 1 SWS)
- 08 Trends in Production Technologies and Innovation Management (SU, 1. Sem., 2 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Technical Solutions for Cross Media Productions
Technical Solutions for Cross Media Productions

LV-Nummer
07

Kürzel

Arbeitsaufwand
3 CP, davon 1 SWS als Seminaristischer Unterricht, 1 SWS als Übung

Fachsemester
1. (empfohlen)

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht, Übung

Unter-

Häufigkeit
nur im Wintersemester

Sprache(n)
Deutsch und Englisch

Verwendbarkeit der LV

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Wolfgang Schiffler, N.N.

Fachliche Voraussetzung

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen/Lernziele der LV

- Die LV trägt zu den Kompetenzen und Lernergebnissen des Moduls mit der Erarbeitung der angegebenen Themen/Inhalte bei.

Themen/Inhalte der LV

- Besondere technologische Anforderungen crossmedialer Bewegtbildmedienproduktionen
- Technologische Ausrüstung, Erwartungshaltung, Akzeptanz und Nutzung der Konsumenten
- Von Rundfunk zu personalisierten Bewegtbildmedien
- Crossmediale Produktionsstrategien
- Die Konvergenz von Audio-/Videotechnik und Informations-/Kommunikationstechnik in Produktion, Postproduktion und Distribution
- Collaborative Prozesse und Workflows
- Technologische Produktionsszenarien zur crossmedialen Nutzung von Content
- Crossmediale Nutzung von Bewegtbildmaterial
- Any content on (m)any screen(s)
- Vernetztes Arbeiten und filebasierte Workflows
- Production Management Systems

Medienformen

- Präsentationen
- Demonstrationen
- Onlinematerial
- Handouts

Literatur

- Ira Melaschuk: Web-to-Publish | Web-to-Media: Wege crossmedialer Medienproduktion; Auflage: 3. (12. Dezember 2017); ISBN-13: 978-3000578199
- Andreas Fachner: Die Transformation der Medienproduktion der Videobranche durch YouTube, Social Media und Multi-Channel-Networks; Auflage: 1 (1. Mai 2016); ISBN-13: 978-3946458494
- Christoph Kloth: Systemgestaltung im Broadcast Engineering: Prozessorientierte Konzeption integrierter Fernsehproduktionssysteme; Auflage: 2010 (27. August 2010); ISBN-13: 978-3834813299
- Garrison C. Cavell: National Association of Broadcasters Engineering Handbook; 11th Edition; ISBN-13: 978-1138930513

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

90 Stunden, davon 1 SWS als Seminaristischer Unterricht, 1 SWS als Übung

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Trends in Production Technologies and Innovation Management
Trends in Production Technologies and Innovation Management

LV-Nummer 08	Kürzel	Arbeitsaufwand 6 CP, davon 2 SWS als Seminaristischer Unterricht	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit nur im Wintersemester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Wolfgang Schiffler, N.N.

Fachliche Voraussetzung

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen/Lernziele der LV

- Die LV trägt zu den Kompetenzen und Lernergebnissen des Moduls mit der Erarbeitung der angegebenen Themen/Inhalte bei.

Themen/Inhalte der LV

- Neue Möglichkeiten des Medienkonsums und deren Vernetzung
- Rückwirkungen der Veränderungen des Medienkonsums auf die Medienproduktion
- Einflüsse der Informations-/Kommunikationstechnik auf die Medienproduktion
- Veränderungen und Trends in der Medienproduktionstechnik
- Medienproduktion und künstliche Intelligenz
- Medienproduktion mit IoT
- Medienproduktionen für immersive Medien
- Methoden zur Relevanzabschätzung von Medienproduktionstechnologien

Medienformen

- Präsentationen
- Demonstrationen
- Onlinematerial
- Handouts

Literatur

- Aktuelle Artikel aus Fachzeitschriften wie z.B. der FKT (Fernseh-Kino-Technik), des SMPTE Journals u.ä.
- Haag C., Schuh G., Kreysa J., Schmelter K. (2010) Technologiebewertung; ISBN 978-3-642-12529-4

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 2 SWS als Seminaristischer Unterricht

Anmerkungen

Modul

Conceptual Design Conceptual Design

Modulnummer 01	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Arbeitsaufwand 6 CP, davon 4 SWS	Dauer 1 Semester	Häufigkeit nur im Sommersemester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 2. (empfohlen)	Prüfungsart Kombinierte Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dipl. Des. Claudia Maria Aymar, Prof. Steffen Böttrich

Formale Voraussetzungen

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen

Fach- und Methodenkompetenzen (Wissen und Verstehen sowie Anwendung und Erzeugung von Wissen)

Gestalterische und medientechnische und Kompetenzen:

Die Studierenden

- können Probleme und Anforderungen exakt beschreiben, um diese mit geeigneten Gestaltungsmethoden, Medientools und effizienter Anwendungssoftware umzusetzen,
- kennen Vorgehensweisen und Werkzeuge, um Probleme und Sachverhalte zu abstrahieren und eigenständige Konzeptionen zu entwickeln,
- beherrschen die technischen Grundlagen medienübergreifender Systeme und sind in der Lage, selbige in einem praktischen, künstlerischen Projekt anzuwenden.
- kennen Verfahrensweisen, um Probleme in der Medienkommunikation zu identifizieren, und können neue Kommunikationsstrategien entwerfen, verifizieren und bezüglich ihres Ressourcenbedarfs bewerten,
- können Lösungen angemessen fachlich kommunizieren, bewerten und im Rahmen von kooperativen Arbeitszusammenhängen nutzen.

Analyse-, Entwurfs-, Realisierungs- und Projektmanagement-Kompetenzen:

Die Studierenden

- haben die Fähigkeit, mit Aufgabenstellerinnen und Aufgabenstellern und zukünftigen Auftraggeberinnen und Auftraggebern zu kommunizieren und zu kooperieren und sich schnell in neue Anwendungskontexte einzuarbeiten,
- haben solide Kenntnisse in unterschiedlicher Medienproduktionssoftware sowie aus Hardware in Pre- und Postproduktion, welche die Anforderungen vollständig erfüllen,
- beherrschen gängige Entwurfsmethoden, Storytelling und moderne Entwicklungsmethoden, um professionell neue Medienformate zu erstellen und sorgfältig evaluieren zu können,
- haben gelernt, auch unter begrenzten Ressourcen Lösungen zu erarbeiten, die allgemein anerkannten Qualitätsstandards genügen und von allen Beteiligten akzeptiert werden.

Methoden- und Transferkompetenz:

Die Studierenden

- sind in der Lage, sich selbstständig neues Wissen anzueignen und zu erkennen, welches Wissen relevant ist,
- verfügen über die Fähigkeit, medienübergreifende Kommunikation und deren Darstellungsweise zu veranschaulichen.
- können Medienproduktionen/gestalterische Entwurfsphasen mit systematischen Verfahren empirisch evaluieren,
- sind befähigt, Theorien zur Entwicklung cross- und transmedialer Themen und deren Umsetzung zu diskutieren.
- können organisationale, soziale, gestalterische und kulturelle Kontexte, Vorgaben und Regeln erschließen, analysieren, definieren und unter Berücksichtigung weiterer fachlicher Perspektiven angemessene Gestaltungsziele formulieren,
- erarbeiten sich Medienkompetenzen und können Konzeptionen und Informationen, bezüglich ihrer Struktur, Nutzung und ihres Managements, modellieren, unter Berücksichtigung fachlicher, organisatorischer, sozialer und kultureller Kontexte sowie Vorgaben und Regeln, angemessene Gestaltungsziele formulieren, sowie Konzeptionen im Kontext etablierter fachlicher Theorien und Konzepte einordnen, analysieren, diskutieren und bewerten.

Fachunabhängige Kompetenzen (Kommunikation und Kooperation)

Die Studierenden

- verfügen über kommunikative Kompetenzen, um ihre Ideen und Lösungsvorschläge schriftlich oder mündlich überzeugend zu präsentieren, abweichende Positionen zu erkennen und in eine sach- und interessengerechte Lösung zu integrieren – und zwar auch dann, wenn die mediengestalterische und medientechnische Sprech- und Denkweisen dem Kommunikationspartner nicht geläufig sind.
- beherrschen grundlegende Techniken der Arbeitsorganisation und Präsentation wie Lern- und Arbeitstechniken, Präsentationstechniken, Team- und Kommunikationsfähigkeit,
- sind befähigt, gesellschaftliche und rezeptive Konsequenzen ihrer künstlerischen Arbeit abzuschätzen und zu reflektieren.
- In diesem künstlerisch-wissenschaftlichen Modul werden effektive Lehr- und Lernmethoden und -kontexte für das lebenslange und lebensumspannende Lernen eingesetzt.

Prüfungsform

praktische/künstlerische Tätigkeit u. Referat/Präsentation

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls Arbeitsaufwand = Zeitstunden (h)

180, davon 60 Präsenz (4 SWS) 120 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anteil Präsenzzeit in Zeitstunden (h)

60 Stunden

Anteil Selbststudium inklusive Prüfungsvorbereitung in Zeitstunden (h)

120 Stunden

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- 01 Conception and Artist Tools (P, 2. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Conception and Artist Tools

Conception and Artist Tools

LV-Nummer 01	Kürzel	Arbeitsaufwand 6 CP, davon 4 SWS als Praktikum	Fachsemester 2. (empfohlen)
Lehrformen Praktikum	Häufigkeit nur im Sommersemester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dipl. Des. Claudia Maria Aymar, Prof. Steffen Böttrich

Fachliche Voraussetzung

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen/Lernziele der LV

- Die LV trägt zu den Kompetenzen und Lernergebnissen des Moduls mit der Erarbeitung der angegebenen Themen/Inhalte bei.

Themen/Inhalte der LV

- Gastvortragsreihe zum Thema Aktuelle kreative Trends (Themen wie Medienkunst, Immersives Storytelling, transmediales Storytelling, Sfx und Vfx, 3 D Animations, TV Design, Motion Design, etc.)
- Training der künstlerisch-gestalterischen Fähigkeiten unter Einsatz aktueller Soft- und Hardware Tools
- Kreativmethoden und deren Anwendung
- Gestalterische Umsetzungen anhand medialer Projekte
- Konzeption, Bildgestaltung und Montage für cross- und transmediale Anwendungen
- Kameraführung, Lichtgestaltung und Drehorganisation eigener Projekte
- Storytelling in der Montage/Schnitt/Postproduktion
- Trailerproduktion für TV und Kino
- Einsatz von Animation, VFX und SFX in fiktionalen Medienprojekten
- Entwicklung und Realisierung von Bewegtbildprojekten
- Entwicklung eines eigenen künstlerischen Portfolios

Medienformen

- Präsentation
- Hand Outs
- Audiovisuelle Medien
- Online Material
- Vortrag

Literatur

- Entsprechend der aktuellen Inhalte der LV.
- Bruce Block; 2008, The Visual Story. Focal Press Taylor & Francis group, ISBN 978 0 240 80 779 -9
- Paim, Nina; 2016, Taking a Line for a Walk: Assignments in design education, Spector Books
- Poschauko, Thomas und Martin, 2. Auflage, NEA MACHINA, Verlag Herman Schmidt Mainz, ISBN 978-3-87439-911-1
- Haag C., Schuh G., Kreysa J., Schmelter K. (2010) Technologiebewertung; ISBN 978-3-642-12529-4
- Filmanalyse / Oliver Keutzer ISBN: 9783658020996
- Filmanalyse : Theorien, Methoden, Kritik / Thomas Kuchenbuch ISBN: 3205771672
- Grundkurs Filmanalyse / Werner Faulstich ISBN: 9783770537174
- Studienhandbuch Filmanalyse : Ästhetik und Dramaturgie des Spielfilms / Benjamin Beil, Jürgen Kühnel, Christian Neuhaus ISBN: 9783825286668
- Filmsprache : Einführung in die interaktive Filmanalyse / Alice Bienk ISBN: 9783894725372
- Film- und Fernsehanalyse / Lothar Mikos ISBN: 3825224155
- Nuno, Bernado, 2001, The Producer's Guide to Transmedia: How to Develop, Fund, Produce and Distribute Compelling Stories Across Multiple Platforms ISBN-13: 978-0956750006
- Füssel, Stephan, 2012, Medienkonvergenz - Transdisziplinär (Media Convergence / Medienkonvergenz, Band 1) ISBN-13: 978-3110261677

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 4 SWS als Praktikum

Anmerkungen

Modul

Media and Communication Science
Media and Communication Science

Modulnummer 07	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Arbeitsaufwand 9 CP, davon 6 SWS	Dauer 1 Semester	Häufigkeit nur im Sommersemester	Sprache(n) Englisch
Fachsemester 2. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

Dieses Modul wird auch in Crossmedia Spaces, M.A. verwendet. Creative Media Conception

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Theo Steiner

Formale Voraussetzungen

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen

Fach- und Methodenkompetenzen (Wissen und Verstehen sowie Anwendung und Erzeugung von Wissen)

Nach der Teilnahme an dem Modul „Media and Communication Science“ sind die Studierenden mit den wesentlichen Grundfragen der Medien- und Kommunikationstheorie vertraut. Paradigmatische Begriffe und Theorien der Medien- und Kommunikationswissenschaft können von den Studierenden für die Analyse von vorhandenen oder von ihnen selbst konzipierten Projekten angewendet werden. Auch können sie daraus Schlussfolgerungen über den aktuellen Stand ihres Fachs ziehen. Die Studierenden können Tendenzen und Konflikte im Zusammenhang mit Medien- und Kommunikationsformaten unserer Gegenwart in vertiefter Weise analysieren und im kulturellen und sozialen Kontext verstehen.

Fachunabhängige Kompetenzen (Kommunikation und Kooperation)

Die Studierenden sind in der Lage, die untersuchten Phänomene im gesellschaftlichen und kulturellen Kontext der jeweiligen Zeit zu interpretieren und das Gelernte zu den aktuellen Verhältnissen in ihrer eigenen Gegenwart in Beziehung setzen. Sie sammeln, bewerten und interpretieren Informationen aus der jüngeren oder Zeitgeschichte und leiten daraus fundierte Urteile über die Gegenwartsgesellschaft ab.

Prüfungsform

Ausarbeitung/Hausarbeit

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls Arbeitsaufwand = Zeitstunden (h)

270, davon 90 Präsenz (6 SWS) 180 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anteil Präsenzzeit in Zeitstunden (h)

90 Stunden

Anteil Selbststudium inklusive Prüfungsvorbereitung in Zeitstunden (h)

180 Stunden

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- 09 Communication Theory (SU, 2. Sem., 1 SWS)
- 09 Communication Theory (V, 2. Sem., 1 SWS)
- 10 Media Theory (SU, 2. Sem., 2 SWS)
- 10 Media Theory (V, 2. Sem., 2 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Communication Theory
Communication Theory

LV-Nummer 09	Kürzel	Arbeitsaufwand 3 CP, davon 1 SWS als Vorlesung, 1 SWS als Seminaristischer Unterricht	Fachsemester 2. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit nur im Sommersemester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021
- Crossmedia Spaces (M.A.), PO2019
- Kommunikationsdesign - Crossmedia Spaces (M.A.), PO2022
- Media & Design Management (M.Sc.), PO2020

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Theo Steiner

Fachliche Voraussetzung

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen/Lernziele der LV

Die Studierenden verfügen über ein grundlegendes Wissen über die zentralen Konzepte und Theorien der Kommunikationswissenschaft. Sie kennen paradigmatische Formate der Kommunikationsgeschichte – die im jeweils behandelten Feld epochalen und paradigmatischen Strömungen bzw. Positionen. Und sie können an ausgewählten Fallbeispielen die signifikanten Merkmale im Spannungsfeld von Kommunikationsmedien, Öffentlichkeiten und gesellschaftlichen Interessensgruppen verstehen und herausarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage, die untersuchten Phänomene im gesellschaftlichen und kulturellen Kontext der jeweiligen Zeit und im Vergleich mit ihrer eigenen Gegenwart zu benennen, zu analysieren und kritisch zu interpretieren.

Themen/Inhalte der LV

- Kommunikationstheorie – Was heißt Kommunikation?
- Kommunikationsmedien, Medienformate und -räume
- Geschichte des Ausstellungswesens und der Raumgestaltung
- Vom öffentlichen Raum zu den PUBLIC TERRITORIES
- Privatheit, Kontrolle und Überwachung
- Netzkultur und digitaler Kapitalismus

Medienformen

Literatur

Entsprechend der aktuellen Inhalte der LV.

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

90 Stunden, davon 1 SWS als Vorlesung, 1 SWS als Seminaristischer Unterricht

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Media Theory
Media Theory

LV-Nummer 10	Kürzel	Arbeitsaufwand 6 CP, davon 2 SWS als Vorlesung, 2 SWS als Seminaristischer Unterricht	Fachsemester 2. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit nur im Sommersemester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021
- Crossmedia Spaces (M.A.), PO2019
- Kommunikationsdesign - Crossmedia Spaces (M.A.), PO2022

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Theo Steiner

Fachliche Voraussetzung

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen/Lernziele der LV

Die Studierenden kennen paradigmatische Anwendungen der Mediengeschichte, des Ausstellungs- und Messewesens sowie des öffentlichen Raums – die im jeweils behandelten Feld epochalen und paradigmatischen Strömungen bzw. Positionen. Und sie können an ausgewählten Fallbeispielen die signifikanten Merkmale im Spannungsfeld von Medien, Räumen und Gestaltung verstehen und herausarbeiten. Die Studierenden sind in der Lage, die untersuchten Phänomene im gesellschaftlichen und kulturellen Kontext der jeweiligen Zeit und im Vergleich mit ihrer eigenen Gegenwart zu benennen, zu analysieren und kritisch zu interpretieren. Im Rahmen des Teilmoduls können die erworbenen Kompetenzen der medienwissenschaftlichen Analyse auf Exkursionen anhand aktueller Beispiele crossmedialer Gestaltung (Museum, Messe, Attraktionen, Installationen, Events etc.) angewendet werden.

Themen/Inhalte der LV

- Medientheorie – Was sind Medien?
- Massenmedien, Kommunikationsmedien, Neue Medien
- Mediengeschichte
- Medienkonvergenz
- Multimedialität, Transmedialität, Intermedialität
- Medienkompetenz und Medienkritik

Medienformen

Literatur

Entsprechend der aktuellen Inhalte der LV.

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

180 Stunden, davon 2 SWS als Vorlesung, 2 SWS als Seminaristischer Unterricht

Anmerkungen

Modul

Globalization and Digitization Globalization and Digitization

Modulnummer 08	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Arbeitsaufwand 6 CP, davon 6 SWS	Dauer 1 Semester	Häufigkeit nur im Sommersemester	Sprache(n) Fremdsprache; Englisch
Fachsemester 2. (empfohlen)		Prüfungsart Zusammengesetzte Modulprüfung	

Modulverwendbarkeit

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021
- Crossmedia Spaces (M.A.), PO2019

Hinweise für Curriculum

Die Lehrveranstaltung "Internationl Scientific Presentation Skills" wird auf Englisch gehalten. Die Prüfungsform bei "Language / Free electives" hängt von der Wahl der Lehrveranstaltung aus dem Sprachenzentrum ab.

Begründung für zusammengesetzte Modulprüfung

Dieses Module wird aus LV vom Sprachenzentrum und vom Competences and Carreer Center der Hochschule RheinMain gelehrt. Daher gibt es hier zwei unabhängige Prüfungen.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Christine Bernhardt, Prof. Wolfgang Schiffler

Formale Voraussetzungen

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen

Fach- und Methodenkompetenzen (Wissen und Verstehen sowie Anwendung und Erzeugung von Wissen)

Die Studierenden

- können Lösungen angemessen fachlich kommunizieren und vertreten,
- haben die Fähigkeit, mit Aufgabenstellerinnen/Aufgabenstellern und Teammitgliedern zu kommunizieren und zu kooperieren,
- können komplexe Problemstellungen aufarbeiten und verständlich darlegen,
- verfügen über kommunikative Kompetenzen, um ihre Ideen und Lösungsvorschläge schriftlich oder mündlich überzeugend zu präsentieren, abweichende Positionen zu erkennen und in eine sach- und interessengerechte Lösung zu integrieren – und zwar auch dann, wenn die mediengestalterische und medientechnische Sprech- und Denkweisen dem Kommunikationspartner nicht geläufig sind,
- haben die Fähigkeit zur effektiven und effizienten Kommunikation und zur Teamarbeit erlangt,
- verfügen über sprachliche Fertigkeiten, um selbstständig Präsentationen zu erarbeiten und durchzuführen.

Fachunabhängige Kompetenzen (Kommunikation und Kooperation)

Die Studierenden

- erarbeiten sich Wissen zur Recherche und Themenfindung
- erhalten eine Allgemeine Sprachkompetenz

Zusammensetzung der Modulnote

CP-gewichteter Mittelwert aus den LV-Noten

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls Arbeitsaufwand = Zeitstunden (h)

180, davon 90 Präsenz (6 SWS) 90 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anteil Präsenzzeit in Zeitstunden (h)

90 Stunden

Anteil Selbststudium inklusive Prüfungsvorbereitung in Zeitstunden (h)

90 Stunden

Anmerkungen/Hinweise**Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- 11 International Scientific Presentation Skills (SU, 2. Sem., 4 SWS)
- 12 Language / Free electives (SU, 2. Sem., 2 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

International Scientific Presentation Skills
International Scientific Presentation Skills

LV-Nummer 11	Kürzel	Arbeitsaufwand 3 CP, davon 4 SWS als Seminaristischer Unterricht	Fachsemester 2. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit nur im Sommersemester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021
- Crossmedia Spaces (M.A.), PO2019
- Kommunikationsdesign - Crossmedia Spaces (M.A.), PO2022

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Dozentinnen und Dozenten des Sprachenzentrums

Fachliche Voraussetzung

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen/Lernziele der LV

Die Studierenden

- haben die Fähigkeit, mit Aufgabenstellerinnen/Aufgabenstellern und Teammitgliedern zu kommunizieren und zu kooperieren,
- können komplexe Problemstellungen aufarbeiten und verständlich darlegen,
- verfügen über kommunikative Kompetenzen, um ihre Ideen und Lösungsvorschläge schriftlich oder mündlich überzeugend zu präsentieren, abweichende Positionen zu erkennen und in eine sach- und interessengerechte Lösung zu integrieren – und zwar auch dann, wenn die mediengestalterische und medientechnische Sprech- und Denkweisen dem Kommunikationspartner nicht geläufig sind,

Themen/Inhalte der LV

- Analyse von Kommunikationsmustern in englischer Sprache
- Gezielte Schulung englischsprachiger Präsentationstechniken
- Themenspezifische Diskussionen auf Englisch

Medienformen

- Präsentation
- Demonstrationen
- Onlinematerial
- Hand Outs

Literatur

Entsprechend der aktuellen Inhalte der LV.

Leistungsart

Prüfungsleistung

Prüfungsform

Ausarbeitung/Hausarbeit

LV-Benotung

Benotet

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

90 Stunden, davon 4 SWS als Seminaristischer Unterricht

Anmerkungen

Gemeinsam mit Crossmedia Spaces (M.A.) angebotene LV, Hältig den beiden Lehreinheiten DCSM Media Conception and Production und DCSM Kommunikationsdesign zugeordnet. Gemeinsame Nutzung der LV.

Zugehörige Lehrveranstaltung

Language / Free electives

Language / Free electives

LV-Nummer

12

Kürzel**Arbeitsaufwand**

3 CP, davon 2 SWS als Seminaristischer Unterricht

Fachsemester

2. (empfohlen)

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit

nur im Sommersemester

Sprache(n)

Fremdsprache

Verwendbarkeit der LV

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Dozentinnen und Dozenten des Sprachenzentrums

Fachliche Voraussetzung**Empfohlene Voraussetzungen****Kompetenzen/Lernziele der LV**

Die Studierenden

- können Lösungen angemessen fachlich kommunizieren und vertreten,
- verfügen über sprachliche Fertigkeiten, um selbstständig Präsentationen zu erarbeiten und durchzuführen.
- haben die Fähigkeit zur effektiven und effizienten Kommunikation und zur Teamarbeit erlangt,

Themen/Inhalte der LV

- Fremdsprachiges Videomaterial
- Themenspezifische fremdsprachige Diskussionen (z.B. zu Trends in der Medienbranche)
- Präsentationen in der Fremdsprache

Medienformen

- Präsentation
- Demonstrationen
- Onlinematerial
- Hand Outs

Literatur

Entsprechend der aktuellen Inhalte der LV.

Leistungsart

Studienleistung

Prüfungsform

Je nach Auswahl

LV-Benotung

Benotet

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

90 Stunden, davon 2 SWS als Seminaristischer Unterricht

Anmerkungen

Modul

Conceptual Research Study Project Conceptual Research Study Project

Modulnummer 09	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Arbeitsaufwand 9 CP, davon 6 SWS	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 2. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung	Leistungsart Prüfungsleistung	

Modulverwendbarkeit

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dipl. Des. Claudia Maria Aymar, Prof. Christian Bernhardt, Prof. Steffen Böttrich, Prof. Wolfgang Schiffler

Formale Voraussetzungen

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen

Fach- und Methodenkompetenzen (Wissen und Verstehen sowie Anwendung und Erzeugung von Wissen)

Die Studierenden

- können Probleme und Anforderungen exakt beschreiben, um diese mit geeigneten Gestaltungsmethoden, Medientools und effizienter Anwendungssoftware umzusetzen,
- kennen Vorgehensweisen und Werkzeuge, um Probleme und Sachverhalte zu abstrahieren und eigenständige Konzeptionen zu entwickeln,
- kennen Verfahrensweisen um Probleme in der Medienkommunikation zu identifizieren und können neue Kommunikationsstrategien entwerfen, verifizieren und bezüglich ihres Ressourcenbedarfs bewerten,
- können Lösungen angemessen fachlich kommunizieren, bewerten und im Rahmen von kooperativen Arbeitszusammenhängen nutzen,
- sind in der Lage experimentelle inhaltliche und gestalterische Ansätze aus allen Bereichen audiovisueller Medienproduktion zu diskutieren und eine eigene Position einzunehmen.
- verfügen über die Befähigung, basierend auf einer medialen Themenstellung, zur eigenständigen Planung und Entwicklung einer digitalen Visualisierung.
- erweitern und vertiefen ihre filmanalytischen Grundkenntnisse.
- sind in der Lage gegenwärtige, medienübergreifende Prozesse einzuordnen und zu bewerten.
- sind befähigt zur Selbstreflexion ihrer gestalterischen Arbeit und Weiterentwicklung ihrer künstlerischen Persönlichkeit.
- beherrschen die Konzeption, Produktion und Analyse experimenteller Formate und Erzählstrategien.
- verfügen über die Urteilskompetenz, Ursachen, Wirkungen und Konstruktion medialer Produktionen zu exemplifizieren.
- sind in der Lage, im analytischen Bereich eigenständige und differenzierte methodische Entscheidungen zu treffen.

Fachunabhängige Kompetenzen (Kommunikation und Kooperation)

Die Studierenden

- können sich eigenständig in neue Themenbereiche einarbeiten und Problemstellungen, Technologien und wissenschaftliche Erkenntnisse im Umfeld der Medienproduktion erkennen und in ihrem Arbeitsumfeld einbeziehen und das erworbene Wissen effizient in die Lösung aktueller und auch zukünftiger Frage- und Problemstellungen einbringen und anwenden.
- haben einen Einblick in berufsethische Rahmenbedingungen erhalten und können die Auswirkungen ihrer Arbeit auf die zukünftigen Rezipienten sowie auf die Gesellschaft in ihren sozialen, wirtschaftlichen, arbeitsorganisatorischen, psychologischen und rechtlichen Aspekten einschätzen.
- sind in der Lage, Aufgaben in verschiedenen Anwendungsfeldern unter gegebenen technischen, ökonomischen, ökologischen und sozialen Randbedingungen mit den Mitteln der Mediengestaltung, -produktion und journalistischen Know How Themen zu bearbeiten und entsprechende Medienformate zu entwickeln.

Prüfungsform

praktische/künstlerische Tätigkeit

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls Arbeitsaufwand = Zeitstunden (h)

270, davon 90 Präsenz (6 SWS) 180 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anteil Präsenzzeit in Zeitstunden (h)

90 Stunden

Anteil Selbststudium inklusive Prüfungsvorbereitung in Zeitstunden (h)

180 Stunden

Anmerkungen/Hinweise

Dieses Modul kann auch als Mobilitätsfenster benutzt werden.

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- 13 Conceptual Research Study Project (Proj, 2. Sem., 6 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Conceptual Research Study Project
Conceptual Research Study Project

LV-Nummer 13	Kürzel	Arbeitsaufwand 9 CP, davon 6 SWS als Projekt	Fachsemester 2. (empfohlen)
Lehrformen Projekt	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dipl. Des. Claudia Maria Aymar, Prof. Christian Bernhardt, Prof. Steffen Böttrich, Prof. Wolfgang Schiffler

Fachliche Voraussetzung

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen/Lernziele der LV

- Die LV trägt zu den Kompetenzen und Lernergebnissen des Moduls mit der Erarbeitung der angegebenen Themen/Inhalte bei.

Die Studierenden

- entwerfen aktuelle Forschungsfragen für das Research Study Project
- wählen Forschungsmethoden aus und begründen diese Auswahl;
- erläutern Forschungsergebnisse und interpretieren diese kritisch.
- wägen die fachliche erkenntnistheoretisch begründete Richtigkeit unter Einbezug wissenschaftlicher und methodischer Überlegungen gegeneinander ab und können unter Zuhilfenahme dieser Abwägungen praxisrelevante und wissenschaftliche Probleme lösen und in dem Conceptual Research Study Project umsetzen
- können ihr Wissen und Verstehen sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Medienformaten anwenden, die in einem breiteren oder multidisziplinären Zusammenhang mit ihrem Studienfach stehen.

Themen/Inhalte der LV

- Basierend auf einer wissenschaftlichen Fragestellung und deren schriftlichen Ausarbeitung entwickeln die Studierenden ein künstlerisch-wissenschaftliches Forschungsprojekt. Schwerpunkt liegt auf der Befähigung zur Theoriebildung und kritischer Reflexion selbst erstellter Konzepte und Projekte. Eigene Positionen werden, begleitet durch die ProfessorenInnen und MitarbeiterInnen, problemorientiert weiterentwickelt und überprüft. Es entwickelt sich eine fachwissenschaftliche Ausbildung in aktuellen Forschungsgebieten der Filmwissenschaft. (z.B. Dramaturgien und Erzählstrategien neuer Medienformate, beispielsweise im 360° Kontext.)
- Diese Lehrveranstaltung kann ausserdem dazu genutzt werden Leistungen die an den internationalen Partnerhochschulen erbracht werden anzuerkennen.
- Eine Integration bzw. eine Kooperation mit den internationalen Partnerhochschulen oder auch anderen Studiengängen der HS-RM kann hier jeweils pro Semester eingeplant werden.
- Eine Zusammenarbeit mit Forschungsinstitutionen, Non-Profit Unternehmen oder privaten Unternehmen kann in der Projektarbeit stattfinden.

Medienformen

- Präsentation
- Hand Outs
- Audiovisuelle Medien
- Online Material
- Vortrag

Literatur

Entsprechend der aktuellen Inhalte der LV.

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

270 Stunden, davon 6 SWS als Projekt

Anmerkungen

Modul

Master-Projekt
Master's Project

Modulnummer 11	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	Modulbenotung Benotet (differenziert)
Arbeitsaufwand 30 CP, davon 9 SWS	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 3. (empfohlen)		Prüfungsart Zusammengesetzte Modulprüfung	

Modulverwendbarkeit

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021

Hinweise für Curriculum

Begründung für zusammengesetzte Modulprüfung

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dipl. Des. Claudia Maria Aymar, Prof. Christian Bernhardt, Prof. Steffen Böttrich, Prof. Wolfgang Schiffler

Formale Voraussetzungen

- Zu den Prüfungsleistungen des Moduls Master's Project kann nur zugelassen werden, wer aus den ersten beiden Fachsemestern mindestens 36 Credit-Points erbracht hat.

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen

Fach- und Methodenkompetenzen (Wissen und Verstehen sowie Anwendung und Erzeugung von Wissen)

Gestalterische und medientechnische und Kompetenzen

Die Studierenden

- kennen Vorgehensweisen und Werkzeuge, um Probleme und Sachverhalte zu abstrahieren und eigenständige Konzeptionen zu entwickeln,
- kennen Verfahrensweisen, um Probleme in der Medienkommunikation zu identifizieren und können neue Kommunikationsstrategien entwerfen, verifizieren und bezüglich ihres Ressourcenbedarfs bewerten,
- können Lösungen angemessen fachlich kommunizieren, bewerten und im Rahmen von kooperativen Arbeitszusammenhängen nutzen.
- haben Kenntnisse im Bereich moderner Studioproduktionen Innen und Außen, sämtliches Produktionsequipment für die Medienproduktion, sowie dessen Einsatz in konkreten Problemstellungen und Anwendungskontexten,
- beherrschen den Prozess Recherche bis zum fertigen Medienprodukt.
- haben fundierte Kenntnisse zu Sicherheitsmaßnahmen und -vorgaben bei Medienproduktionen und Live Events.

Analyse-, Entwurfs-, Realisierungs- und Projektmanagement-Kompetenzen

Die Studierenden

- haben die Fähigkeit, mit Aufgabenstellerinnen/Aufgabenstellern und zukünftigen Auftraggeberinnen/Auftraggebern zu kommunizieren und zu kooperieren und sich schnell in neue Anwendungskontexte einzuarbeiten,
- erkennen Inkonsistenzen und können mit unklaren Anforderungen umgehen,
- können komplexe inhaltliche Problemstellungen erkennen und durch geeignete journalistische Vorgehensweisen in verständliche Erzählstrukturen einbetten,
- haben solide Kenntnisse in unterschiedlicher Medienproduktionssoftware sowie aus Hardware in Pre- und Postproduktion, welche die Anforderungen vollständig erfüllen,
- beherrschen gängige Entwurfsmethoden, Storytelling und moderne Entwicklungsmethoden, um professionell neue Medienformate zu erstellen und sorgfältig evaluieren zu können,
- können Arbeitsprozesse gestalten und insbesondere die eigene und anderer Personen Arbeit organisieren, sie sind teamfähig und in der Lage sich konstruktiv mit Konzepten und Lösungsvorschlägen auseinander zu setzen.

Methoden- und Transferkompetenz

Die Studierenden

- haben die Kompetenz zum wissenschaftlichen Arbeiten,
- haben die Fähigkeit, einen existierenden Anwendungskontext zu analysieren, zu bewerten und aktuelle problemadäquate medientechnische Methoden auf diesen Kontext zu übertragen, sowie den derart neu generierten Anwendungskontext zu evaluieren,
- haben anhand praxisnaher Projekte und Fallstudien die Kompetenz erworben, eigenverantwortlich und professionell Projekte im Umfeld der Medienproduktion durchführen zu können, sowie die Fähigkeit zur effektiven und effizienten Kommunikation und zur Teamarbeit erlangt,
- erarbeiten sich Medienkompetenzen und können Konzeptionen und Informationen, bezüglich ihrer Struktur, Nutzung und ihres Managements, modellieren, unter Berücksichtigung fachlicher, organisatorischer, sozialer und kultureller Kontexte sowie Vorgaben und Regeln, angemessene Gestaltungsziele formulieren, sowie Konzeptionen im Kontext etablierter fachlicher Theorien und Konzepte einordnen, analysieren, diskutieren und bewerten.

Fachunabhängige Kompetenzen (Kommunikation und Kooperation)

Die Studierenden

- können sich eigenständig in neue Themenbereiche einarbeiten und Problemstellungen, Technologien und wissenschaftliche Erkenntnisse im Umfeld der Medienproduktion erkennen und in ihrem Arbeitsumfeld einbeziehen und das erworbene Wissen effizient in die Lösung aktueller und auch zukünftiger Frage- und Problemstellungen einbringen und anwenden,
- haben einen Einblick in berufsethische Rahmenbedingungen erhalten und können die Auswirkungen ihrer Arbeit auf die zukünftigen Rezipienten sowie auf die Gesellschaft in ihren sozialen, wirtschaftlichen, arbeitsorganisatorischen, psychologischen und rechtlichen Aspekten einschätzen,

Soziale Kompetenzen und Selbstkompetenzen

Die Studierenden

- verfügen über kommunikative Kompetenzen, um ihre Ideen und Lösungsvorschläge schriftlich oder mündlich überzeugend zu präsentieren, abweichende Positionen zu erkennen und in eine sach- und interessengerechte Lösung zu integrieren – und zwar auch dann, wenn die mediengestalterische und medientechnische Sprech- und Denkweisen dem Kommunikationspartner nicht geläufig sind,
- kennen ihre berufliche Rolle, die damit verbundenen Erwartungen und ggf. vorhandene Rollenkonflikte in Kommunikationssituationen und können zur Konfliktlösung beitragen. Dazu sind auch Kenntnisse im Konfliktmanagement erforderlich, um in kontroversen Diskussionen zielorientiert zu argumentieren und mit Kritik sachlich umzugehen. Vorhandene Missverständnisse zwischen Gesprächspartnern müssen frühzeitig erkannt und abgebaut werden können.

Zusammensetzung der Modulnote

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

1,5-faches der CP

Gesamtworkload des Moduls Arbeitsaufwand = Zeitstunden (h)

900, davon 135 Präsenz (9 SWS) 765 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anteil Präsenzzeit in Zeitstunden (h)

135 Stunden

Anteil Selbststudium inklusive Prüfungsvorbereitung in Zeitstunden (h)

765 Stunden

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- 15 Master-Arbeit (Proj, 3. Sem., 7 SWS)
- 16 Master-Kolloquium (Kol, 3. Sem., 2 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Master-Arbeit
Master's Thesis

LV-Nummer 15	Kürzel	Arbeitsaufwand 27 CP, davon 7 SWS als Projekt	Fachsemester 3. (empfohlen)
Lehrformen Projekt	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dipl. Des. Claudia Maria Aymar, Prof. Christian Bernhardt, Prof. Steffen Böttrich, Prof. Wolfgang Schiffler

Fachliche Voraussetzung

Empfohlene Voraussetzungen

Kompetenzen/Lernziele der LV

Die Studierenden

- kennen Vorgehensweisen und Werkzeuge, um Probleme und Sachverhalte zu abstrahieren und eigenständige Konzeptionen zu entwickeln,
- kennen Verfahrensweisen, um Probleme in der Medienkommunikation zu identifizieren und können neue Kommunikationsstrategien entwerfen, verifizieren und bezüglich ihres Ressourcenbedarfs bewerten,
- haben Kenntnisse im Bereich moderner Studioproduktionen Innen und Außen, sämtliches Produktionsequipment für die Medienproduktion, sowie dessen Einsatz in konkreten Problemstellungen und Anwendungskontexten,
- beherrschen den Prozess Recherche bis zum fertigen Medienprodukt.
- haben fundierte Kenntnisse zu Sicherheitsmaßnahmen und -vorgaben bei Medienproduktionen und Live Events.
- erkennen Inkonsistenzen und können mit unklaren Anforderungen umgehen,
- können komplexe inhaltliche Problemstellungen erkennen und durch geeignete journalistische Vorgehensweisen in verständliche Erzählstrukturen einbetten,
- haben solide Kenntnisse in unterschiedlicher Medienproduktionssoftware sowie aus Hardware in Pre- und Postproduktion, welche die Anforderungen vollständig erfüllen,
- beherrschen gängige Entwurfsmethoden, Storytelling und moderne Entwicklungsmethoden, um professionell neue Medienformate zu erstellen und sorgfältig evaluieren zu können,
- können Arbeitsprozesse gestalten und insbesondere die eigene und anderer Personen Arbeit organisieren, sie sind teamfähig und in der Lage sich konstruktiv mit Konzepten und Lösungsvorschlägen auseinander zu setzen.
- haben die Kompetenz zum wissenschaftlichen Arbeiten,
- haben die Fähigkeit, einen existierenden Anwendungskontext zu analysieren, zu bewerten und aktuelle problemadäquate medientechnische Methoden auf diesen Kontext zu übertragen, sowie den derart neu generierten Anwendungskontext zu evaluieren,
- haben anhand praxisnaher Projekte und Fallstudien die Kompetenz erworben, eigenverantwortlich und professionell Projekte im Umfeld der Medienproduktion durchführen zu können, sowie die Fähigkeit zur effektiven und effizienten Kommunikation und zur Teamarbeit erlangt.

Themen/Inhalte der LV

- Anwendungsbezogene Aufgabenstellung aus einem Fachgebiet
 - Selbstständige Erarbeitung auf wissenschaftlicher Grundlage im Rahmen eines festgelegten Themas
 - Kandidatin/Kandidat legt mit der Betreuerin/dem Betreuer das Thema fest
 - Medienwissenschaftlichen Fragestellungen
 - Themen aus verwandten Wissensgebieten
 - Wissenschaftliche Erkenntnisse analysieren und reflektieren
 - Im Anschluss an die theoretische Vorbereitung des Themas erfolgt eine praktische Umsetzung.
 - Die Themen basieren auf den Fragestellungen aus vorangegangenen Projektarbeiten im 3. Semester
 - Zusammenarbeit der Hochschule mit Medienunternehmen bei Abschlussarbeiten
 - Die Masterprojektarbeiten werden von den Professorinnen und Professoren und Lehrbeauftragten, zum Teil aus der Praxis, aus verschiedenen Fachgebieten des Studiengangs (Technik/Gestaltung/Management) in Tandems betreut.
 - Adäquate fachliche Betreuung durch den Erstbetreuer/die Erstbetreuerin und sichert eine optimale Begleitung der/des Studierenden bei der Bearbeitung ihrer/seiner Abschlussarbeit.
- Adäquate Leistungen die an den Partnerhochschulen erbracht werden können nach vorheriger Absprache ggf. anerkannt werden.

Medienformen

- Präsentation
- Demonstrationen
- AV Medien
- Onlinematerial
- Hand Outs

Literatur

Die Literatur wird selbstständig von den Studierenden in Abstimmung mit dem jeweiligen Betreuer ausgewählt und ist den jeweiligen Themen angepasst.

Leistungsart

Prüfungsleistung

Prüfungsform

Ausarbeitung/Hausarbeit u. praktische/künstlerische Tätigkeit

LV-Benotung

Benotet

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

810 Stunden, davon 7 SWS als Projekt

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Master-Kolloquium

Thesis defense

LV-Nummer

16

Kürzel**Arbeitsaufwand**

3 CP, davon 2 SWS als Kolloquium

Fachsemester

3. (empfohlen)

Lehrformen

Kolloquium

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Deutsch und Englisch

Verwendbarkeit der LV

- Creative Media Conception (M.A.), PO2021

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dipl. Des. Claudia Maria Aymar, Prof. Christian Bernhardt, Prof. Steffen Böttrich, Prof. Wolfgang Schiffler

Fachliche Voraussetzung**Empfohlene Voraussetzungen****Kompetenzen/Lernziele der LV**

Die Studierenden

- können Lösungen angemessen fachlich kommunizieren, bewerten und im Rahmen von kooperativen Arbeitszusammenhängen nutzen.
- haben die Fähigkeit, mit Aufgabenstellerinnen/Aufgabenstellern und zukünftigen Auftraggeberinnen/Auftraggebern zu kommunizieren und zu kooperieren und sich schnell in neue Anwendungskontexte einzuarbeiten,
- erarbeiten sich Medienkompetenzen und können Konzeptionen und Informationen, bezüglich ihrer Struktur, Nutzung und ihres Managements, modellieren, unter Berücksichtigung fachlicher, organisatorischer, sozialer und kultureller Kontexte sowie Vorgaben und Regeln, angemessene Gestaltungsziele formulieren, sowie Konzeptionen im Kontext etablierter fachlicher Theorien und Konzepte einordnen, analysieren, diskutieren und bewerten.

Themen/Inhalte der LV

Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Kolloquiums sollen die Ergebnisse ihres Master's Projekt vortragen und zur Diskussion stellen. Das Kolloquium bietet damit die Gelegenheit, den zur Bearbeitung der Themenstellung gewählten Ansatz sowie die eingesetzten wissenschaftlichen, gestalterischen und technischen Methoden zu erörtern. Des Weiteren sollen in diesem Vortrag, der in dem theoretischen Teil der Arbeit erzielte Erkenntnisgewinn, dessen Bedeutung für Wissenschaft und Praxis sowie ggf. offene Forschungsfragen und weiterer Forschungsbedarf erläutert werden. Der praktische Teil soll anhand der verschiedenen Projektschritte und dem Ergebnis vorgeführt werden. Eine eigene Evaluation der Arbeitsprozesse und Ergebnisse ist wünschenswert.

Medienformen

- Präsentation
- Hand Outs

Literatur**Leistungsart**

Prüfungsleistung

Prüfungsform

Fachgespräch

LV-Benotung

Benotet

Arbeitsaufwand der LV in Zeitstunden (h)

90 Stunden, davon 2 SWS als Kolloquium

Anmerkungen