

# **Modulhandbuch**

## **Media Management**

Bachelor of Science Stand: 09.07.24

# Stammdaten Media Management

**Name**

Media Management

**Name(engl.)**

Media Management

**Kürzel**

MM1

**Abschlussgrad**

Bachelor of Science

**Fachbereich**

Design Informatik Medien

**Fachsemester**

7

**Credit-Points (CP)**

210

**Spezifikation**

**Rahmenprüfungsordnung (RPO)**

2024

**Prüfungsordnung (PO)**

2024

**Akkreditiert durch**

internes Qualitätssicherungssystem der Hochschule RheinMain

**Akkreditiert bis**

2032-09-30

**Anmerkung**

**Stunden pro CP**

30

**Studiengangsleitung**

Prof. Dr. Holger Schunk

## **Studienangebotsziele**

### **Fachkompetenzen**

#### **Management**

Die Absolventinnen und Absolventen managen strategische und operative Prozesse in Unternehmen sowie Medienkanälen und treffen begründete Entscheidungen im Management von Projekten, Organisationen oder Unternehmen.

#### **Medienproduktionen, Design und Technik**

Die Absolventinnen und Absolventen können Medien konzipieren und produzieren sowie Medienproduktionen in ihren Abläufen managen.

#### **Praxisanwendung**

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die fachspezifisch erlernten Konzepte und Methoden vor dem Hintergrund wirtschaftlicher Kontexte anzuwenden.

#### **Digitalisierung**

Die Absolventinnen und Absolventen können Themen bzw. Herausforderungen aus dem Bereich Media Management unter der Berücksichtigung von Digitalisierungsaspekten analysieren und zielorientiert lösen.

#### **Nachhaltigkeit**

Die Absolventinnen und Absolventen können Nachhaltigkeitsaspekte beschreiben und beurteilen.

### **Methodenkompetenzen**

#### **Methoden**

Die Absolventinnen und Absolventen können fachspezifische Methoden aus den drei Teildisziplinen Management, Design und Technik anwenden, um adäquate Entscheidungen im Managementkontext vorzubereiten, zu bewerten und umzusetzen.

#### **Wissenschaftliches Arbeiten**

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Analysen nach wissenschaftlichen Standards zu verfassen und Fragestellungen unterstützt mit empirischen (quantitativen und qualitativen) Methoden zu bearbeiten.

#### **Sprachen**

Die Absolventinnen und Absolventen können in einem fachlichen Kontext in englischer Sprache sicher kommunizieren.

### **Sozialkompetenzen**

#### **Teamfähigkeit**

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, in interdisziplinären Teams zielgerichtet und lösungsorientiert in Präsenz sowie auf Distanz zusammenzuarbeiten.

#### **Konfliktfähigkeit**

Die Absolventinnen und Absolventen können mit Kolleginnen und Kollegen unterschiedlicher Disziplinen auf Augenhöhe diskutieren und bei auftretenden Konflikten Lösungen herbeiführen.

#### **Kommunikation**

Die Absolventinnen und Absolventen können sich in der jeweiligen Terminologie der Fachdomänen kompetent ausdrücken, praxisorientierte Präsentationen erarbeiten und Informationen an Fachpublikum kompetent übermitteln.

### **Selbstkompetenzen**

#### **Zeit- und Selbstmanagement**

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Arbeitsprozesse effektiv und effizient zu gestalten (Zeit- und Selbstmanagement), sich selbstständig zu organisieren und auch Belastungssituationen geeignet zu bewältigen.

#### **Selbstreflexion**

Die Absolventinnen und Absolventen können für ihre persönliche Weiterentwicklung individuelle (Lern-) Ziele formulieren, deren Erreichen sie selbstkritisch reflektieren und ggf. anpassen.

#### **Verantwortungsvolles Handeln**

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, Arbeits- und Entscheidungsprozesse in Unternehmen und Organisationen professionell zu gestalten und gegenüber der Gesellschaft verantwortlich zu handeln.

# Curriculum

## Media Management (B.Sc.), PO 2024

### Gemeinsamer Studienabschnitt

Die Module sind entsprechend der Studierreihenfolge sortiert.

Module und Lehrveranstaltungen	CP	SWS	empfohl. Semester	Lehrformen	Leistungsart	Prüfungsformen	VV
<b>Wirtschaft und Recht</b>	12	8	1.		PL: K		
Betriebswirtschaft		2	1.	V + SU			
Medienmanagement		2	1.	V + SU			
Medienökonomie		2	1.	V + SU			
Recht		2	1.	V			
<b>Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)</b>	6	4	1.		PL: K		
Grundlagen, Theorien und Methoden der IKT		4	1.	V + SU			
<b>Media Technology I</b>	6	4	1.		PL: K		
Motion Image und Sound: Recording Technology		2	1.	V + SU			
Web Technology		2	1.	V + SU			
<b>Design I - Konzeption, Gestaltung, Methodik</b>	6	4	1.		PL: POR u. PT		
Konzeption, Gestaltung, Methodik		4	1.	V + SU			
<b>Umsetzungskompetenzen Medien und Wirtschaft</b>	6	4	2.		SL: KT u. PT o. H u. KT [MET]		
Umsetzungskompetenzen Medien		2	2.	Ü			
Umsetzungskompetenzen Wirtschaft		2	2.	Ü			
<b>Empirische Medienforschung</b>	6	4	2.		PL: K		
Theorien und Methoden der empirischen Medienforschung		2	2.	V			
Fallstudien zur empirischen Datenerhebung und -auswertung		2	2.	Ü			
<b>English for Media Business Studies</b>	3	2	2.		PL: POR		
English for Media Business Studies		2	2.	Ü			
<b>Media Technology II</b>	6	4	2.		PL: K		
Interactive Media Technology		2	2.	V + SU			
Motion Image and Sound: Production Technology		2	2.	V + SU			
<b>Design II - Methoden, Perspektiven, Gestaltungskompetenzen</b>	6	4	2.		PL: PR u. PT SL: PT [MET]		
Methoden und Perspektiven		2	2.	V + SU			
Gestaltungskompetenzen		2	2.	P			
<b>Medienmarketing</b>	9	6	2. - 3.		PL: K		
Strategisches Marketing		2	2.	V + SU			
Marketingkommunikation		2	3.	V + SU			
Operatives Marketing		2	3.	V + SU			
<b>Finanz- und Rechnungswesen</b>	6	4	3.		PL: K		
Steuern und Jahresabschluss		2	3.	V + Ü			
Kostenrechnung		2	3.	V + Ü			
<b>Interdisziplinäre und interkulturelle Kompetenzen</b>	6	4	3.		PL: POR SL: PT [MET]		
Interdisziplinäre Kompetenzen		2	3.	SU			
Intercultural Communication in English		2	3.	Ü			
<b>Organisation und Personal (siehe Fußnote 1)</b>	6	4	3., 7.		PL: K		
Organisation		2	3., 7.	V + SU			
Personalmanagement		2	3., 7.	V + SU			
<b>Projektstudium I (siehe Fußnote 2)</b>	15	11	4.		PL: A u. PT o. H u. PT		Ja
Projekt I		10	4.	Proj			
Projektmanagement und Präsentation I		1	4.	SU			
<b>Unternehmensführung</b>	9	6	4.		PL: K		
Investition und Finanzierung		2	4.	V + SU			
Start-ups und KMU-Management		2	4.	V + SU			
Strategisches Management		2	4.	V			
<b>Berufspraktische Tätigkeit (siehe Fußnote 3)</b>	30	1	5.		SL: A u. PR [MET]		Ja
Praktikum (29 CP)		0	5.	P			
Begleitseminar		1	5.	SU			
<b>Aktuelle Themen des Media Management I (siehe Fußnote 4)</b>	6	4	6.		PL: A u. PR o. H u. PR		
Aktuelle Themen Mediendesign und -technik		4	6.	S			

In dem Studiengang müssen die Studierenden am Ende des 2. Semesters einen der folgenden Studienschwerpunkte wählen: Interaktive Medien & User Interfaces oder Motion Image & Sound.

Im Zuge der Internationalisierungsmaßnahmen der Hochschule RheinMain sind das 4. und 6. Semester als Mobilitätsfenster definiert. Das Mobilitätsfenster stellt für die Studierenden eine Möglichkeit - aber keine Verpflichtung - zum Auslandsstudium dar. Die Anerkennung von Leistungen aus dem Ausland ist in der Anerkennungssatzung geregelt. Darüber hinaus sollten die Studierenden ein Learning Agreement mit der oder dem Auslandsbeauftragten des Fachbereichs vereinbaren.

Module und Lehrveranstaltungen	CP	SWS	empfohl. Semester	Lehrformen	Leistungsart	Prüfungsformen	vv
<b>Digital Business</b>	9	6	6.		<b>PL:</b> K		
Social Media Business		2	6.	V + SU			
Electronic und Mobile Business		2	6.	V + Ü			
Digitale Wirtschaft		2	6.	V + SU			
<b>Projektstudium II (siehe Fußnote 2)</b>	15	11	6.		<b>PL:</b> A u. PT o. H u. PT		Ja
Projekt II		10	6.	Proj			
Projektmanagement und Präsentation II		1	6.	SU			
<b>Aktuelle Themen des Media Management II (siehe Fußnote 5)</b>	6	4	7.		<b>PL:</b> H u. PR		
Aktuelle Themen Medienwirtschaft		4	7.	S			
<b>Medientheorie</b>	3	2	7.		<b>PL:</b> PR		
Medientheorie		2	7.	V + SU			
<b>Bachelor-Thesis</b>	15	1	7.		<b>PL:</b> TH <b>PL:</b> FG		Ja
Bachelor-Arbeit (12 CP)		0	7.	BA			
Begleitseminar		1	7.	S			

#### **Allgemeine Abkürzungen:**

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

#### **Lehrformen:**

**V:** Vorlesung, **SU:** Seminaristischer Unterricht, **Ü:** Übung, **P:** Praktikum, **BA:** Bachelor-Arbeit, **S:** Seminar, **Proj:** Projekt

#### **Prüfungsformen:**

**A:** Ausarbeitung, **FG:** Fachgespräch, **H:** Hausarbeit, **K:** Klausur, **KT:** Kurztests, **POR:** Portfolioprüfungen, **PR:** Präsentation, **PT:** praktische / künstlerische Tätigkeit, **TH:** Thesis

<sup>1</sup>Für Media Management wird dieses Modul im 7. Semester, für International Media Management im 3. Semester angeboten.

<sup>2</sup>Es besteht Anwesenheitspflicht in 75% der Lehrveranstaltungen.

<sup>3</sup>Es besteht Anwesenheitspflicht im Einführungs- und Abschlusskolloquium des Begleitseminars.

<sup>4</sup>Es können einzelne Termine von der Dozentin oder dem Dozenten als Pflichttermine festgelegt werden, für die Anwesenheitspflicht besteht. In diesem Modul wird der schriftliche Teil mit 67% gewichtet und der mündliche Teil mit 33%.

<sup>5</sup>Es können einzelne Termine von der Dozentin oder dem Dozenten als Pflichttermine festgelegt werden, für die Anwesenheitspflicht besteht. In diesem Modul wird die Hausarbeit mit 75% gewichtet und die Präsentation mit 25%.

# Curriculum

## Media Management (B.Sc.), PO 2024

### Studienschwerpunkt Interaktive Medien & User Interfaces

Die Module sind entsprechend der Studierreihenfolge sortiert.

Module und Lehrveranstaltungen	CP	SWS	empfohl. Semester	Lehrformen	Leistungsart	Prüfungsformen	vV
<b>Interaktive Medien &amp; User Interfaces I (IM/UI)</b>	12	6	3.		<b>PL:</b> K u. POR		
Technologie und Produktion (IM/UI)		3	3.	V + P			
Konzeption und Design (IM/UI)		3	3.	V + P			
<b>Interaktive Medien &amp; User Interfaces II (IM/UI)</b>	6	4	4.		<b>PL:</b> A		
Innovative Medientechnologien (IM/UI)		2	4.	V + SU			
User Experience Design (IM/UI)		2	4.	V + Ü			

#### Allgemeine Abkürzungen:

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

#### Lehrformen:

**V:** Vorlesung, **SU:** Seminaristischer Unterricht, **Ü:** Übung, **P:** Praktikum, **BA:** Bachelor-Arbeit, **S:** Seminar, **Proj:** Projekt

#### Prüfungsformen:

**A:** Ausarbeitung, **FG:** Fachgespräch, **H:** Hausarbeit, **K:** Klausur, **KT:** Kurztests, **POR:** Portfolioprüfungen, **PR:** Präsentation, **PT:** praktische / künstlerische Tätigkeit, **TH:** Thesis

In dem Studiengang müssen die Studierenden am Ende des 2. Semesters einen der folgenden Studienschwerpunkte wählen: Interaktive Medien & User Interfaces oder Motion Image & Sound.

Im Zuge der Internationalisierungsmaßnahmen der Hochschule RheinMain sind das 4. und 6. Semester als Mobilitätsfenster definiert. Das Mobilitätsfenster stellt für die Studierenden eine Möglichkeit - aber keine Verpflichtung - zum Auslandsstudium dar. Die Anerkennung von Leistungen aus dem Ausland ist in der Anerkennungsatzung geregelt. Darüber hinaus sollten die Studierenden ein Learning Agreement mit der oder dem Auslandsbeauftragten des Fachbereichs vereinbaren.

# Curriculum

## Media Management (B.Sc.), PO 2024

### Studienschwerpunkt Motion Image & Sound

Die Module sind entsprechend der Studierreihenfolge sortiert.

Module und Lehrveranstaltungen	CP	SWS	empfohl. Semester	Lehrformen	Leistungsart	Prüfungsformen	vv
<b>Motion Image &amp; Sound I (MIS)</b>	12	6	3.		<b>PL:</b> A u. POR		
Technologie und Produktion (MIS)		3	3.	V + P			
Storytelling und Design (MIS)		3	3.	V + P			
<b>Motion Image &amp; Sound II (MIS)</b>	6	4	4.		<b>PL:</b> K u. POR		
Visual Content Design - Stile, Methoden, Formate (MIS)		2	4.	V + Ü			
Multimedia (MIS)		2	4.	SU			

#### Allgemeine Abkürzungen:

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

#### Lehrformen:

**V:** Vorlesung, **SU:** Seminaristischer Unterricht, **Ü:** Übung, **P:** Praktikum, **BA:** Bachelor-Arbeit, **S:** Seminar, **Proj:** Projekt

#### Prüfungsformen:

**A:** Ausarbeitung, **FG:** Fachgespräch, **H:** Hausarbeit, **K:** Klausur, **KT:** Kurztests, **POR:** Portfolioprüfungen, **PR:** Präsentation, **PT:** praktische / künstlerische Tätigkeit, **TH:** Thesis

In dem Studiengang müssen die Studierenden am Ende des 2. Semesters einen der folgenden Studienschwerpunkte wählen: Interaktive Medien & User Interfaces oder Motion Image & Sound.

Im Zuge der Internationalisierungsmaßnahmen der Hochschule RheinMain sind das 4. und 6. Semester als Mobilitätsfenster definiert. Das Mobilitätsfenster stellt für die Studierenden eine Möglichkeit - aber keine Verpflichtung - zum Auslandsstudium dar. Die Anerkennung von Leistungen aus dem Ausland ist in der Anerkennungsatzung geregelt. Darüber hinaus sollten die Studierenden ein Learning Agreement mit der oder dem Auslandsbeauftragten des Fachbereichs vereinbaren.



# Inhaltsverzeichnis

<b>Gemeinsamer Studienabschnitt</b>	<b>11</b>
Wirtschaft und Recht	11
Betriebswirtschaft	13
Medienmanagement	14
Medienökonomie	15
Recht	16
Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)	17
Grundlagen, Theorien und Methoden der IKT	19
Media Technology I	20
Motion Image und Sound: Recording Technology	22
Web Technology	23
Design I - Konzeption, Gestaltung, Methodik	24
Konzeption, Gestaltung, Methodik	26
Umsetzungskompetenzen Medien und Wirtschaft	27
Umsetzungskompetenzen Medien	29
Umsetzungskompetenzen Wirtschaft	30
Empirische Medienforschung	31
Theorien und Methoden der empirischen Medienforschung	33
Fallstudien zur empirischen Datenerhebung und -auswertung	34
English for Media Business Studies	35
English for Media Business Studies	38
Media Technology II	39
Interactive Media Technology	41
Motion Image and Sound: Production Technology	42
Design II - Methoden, Perspektiven, Gestaltungskompetenzen	43
Methoden und Perspektiven	45
Gestaltungskompetenzen	47
Medienmarketing	48
Strategisches Marketing	50
Marketingkommunikation	51
Operatives Marketing	52
Finanz- und Rechnungswesen	53
Steuern und Jahresabschluss	55
Kostenrechnung	56
Interdisziplinäre und interkulturelle Kompetenzen	57
Interdisziplinäre Kompetenzen	59
Intercultural Communication in English	60
Organisation und Personal	61
Organisation	63
Personalmanagement	64
Projektstudium I	66
Projekt I	68
Projektmanagement und Präsentation I	69
Unternehmensführung	70
Investition und Finanzierung	72
Start-ups und KMU-Management	73
Strategisches Management	75
Berufspraktische Tätigkeit	77
Praktikum (29 CP)	79
Begleitseminar	80
Aktuelle Themen des Media Management I	81
Aktuelle Themen Mediendesign und -technik	83
Digital Business	84
Social Media Business	86
Electronic und Mobile Business	87
Digitale Wirtschaft	89
Projektstudium II	91
Projekt II	93
Projektmanagement und Präsentation II	94

Aktuelle Themen des Media Management II . . . . .	95
Aktuelle Themen Medienwirtschaft . . . . .	97
Medientheorie . . . . .	98
Medientheorie . . . . .	100
Bachelor-Thesis . . . . .	101
Bachelor-Arbeit (12 CP) . . . . .	103
Begleitseminar . . . . .	104
<b>Studienschwerpunkt: Interaktive Medien &amp; User Interfaces</b>	<b>105</b>
Interaktive Medien & User Interfaces I (IM/UI) . . . . .	105
Technologie und Produktion (IM/UI) . . . . .	107
Konzeption und Design (IM/UI) . . . . .	108
Interaktive Medien & User Interfaces II (IM/UI) . . . . .	109
Innovative Medientechnologien (IM/UI) . . . . .	111
User Experience Design (IM/UI) . . . . .	112
<b>Studienschwerpunkt: Motion Image &amp; Sound</b>	<b>113</b>
Motion Image & Sound I (MIS) . . . . .	113
Technologie und Produktion (MIS) . . . . .	115
Storytelling und Design (MIS) . . . . .	116
Motion Image & Sound II (MIS) . . . . .	119
Visual Content Design - Stile, Methoden, Formate (MIS) . . . . .	121
Multimedia (MIS) . . . . .	123

# Modul

Wirtschaft und Recht  
Business and Law

---

**Modulnummer**  
1100

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
12 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
1. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Modulprüfung

**Modulverwendbarkeit**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Hinweise für Curriculum

**Modulverantwortliche(r)**  
Prof. Dr. Holger Schunk

**Verpflichtende Voraussetzungen**  
keine

**Empfohlene Voraussetzungen**  
keine

## Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- betriebswirtschaftliche Terminologien und Typologisierungen zu benennen und anzuwenden
- rechtlichen Fragestellungen in wirtschaftlichen Zusammenhängen zu erkennen
- strategische und operative Managementoptionen von Medienunternehmen zu benennen und zu beschreiben
- potenzielle wirtschaftliche Problemfelder zu identifizieren und zu beschreiben
- das Mediennutzungsverhalten von Rezipienten zu benennen und zu diskutieren
- die mikroökonomische Fundierung der Medienwirtschaft sowie industrieökonomische Grundlagen der Medienwirtschaft zu benennen, zu beschreiben und zu diskutieren
- die Grundlagen des Unternehmens- und Medienrechts zu benennen und zu beschreiben
- die Relevanz von Rechtsthemen für einen Medienmanager und eine Medienmanagerin zu beschreiben und diskutieren
- potenzielle rechtliche Problemfelder zu identifizieren und zu analysieren
- selbstorganisiert zu arbeiten und ihre eigenen Lern- und Arbeitsprozesse effektiv und effizient zu gestalten

## Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Zeit- und Selbstmanagement, Management, Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Klausur

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

**Gewichtungsfaktor für Gesamtnote**  
nach CP

**Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden**  
360, davon 84 Präsenz (8 SWS) 276 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

## **Anmerkungen/Hinweise**

### **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Betriebswirtschaft (SU, 1. Sem., 1 SWS und V, 1. Sem., 1 SWS)
- Medienmanagement (V, 1. Sem., 1 SWS und SU, 1. Sem., 1 SWS)
- Medienökonomie (SU, 1. Sem., 1 SWS und V, 1. Sem., 1 SWS)
- Recht (V, 1. Sem., 2 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Betriebswirtschaft  
Business Administration

---

<b>LV-Nummer</b> 1101	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 1. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Silke Wickel-Kirsch

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Grundlagen des Wirtschaftens: Betriebswirtschaftliche Grundbegriffe und Grundtatbestände
- Dimensionen nachhaltiger (sozialer, ökonomischer und ökologischer) Unternehmensführung
- Konstitutive Entscheidungen der betrieblichen Wirtschaft
- Agieren in einer globalisierten Welt
- Rechtsformen und Unternehmensverfassung
- Kooperation und Konzentration von Unternehmen

## Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrveranstaltung setzt sich aus einer Vorlesung und seminaristischem Unterricht zusammen. Die Lehrveranstaltung basiert auf der angegebenen Grundlagenliteratur, welche die elementaren Grundlagen zu den Themen der Lehrveranstaltung umfasst. In Kleingruppen wird das vermittelte Wissen angewandt und fragestellungsorientiert erweitert.

## Literatur

- Schmalen, H. / Pechtl, H. (2019): Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, 16. überarb. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart
- Wirtz, B. (2019): Medien- und Internetmanagement, 10., aktualisierte und überarb. Aufl., Springer Gabler Verlag, Wiesbaden

## Anmerkungen

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Medienmanagement  
Media Management

---

<b>LV-Nummer</b> 1102	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 1. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Holger Schunk

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Typologie, Strukturen und Zielsysteme von Medienunternehmen
- Wertschöpfungsstrukturen, Geschäfts- und Erlösmodelle von Medienunternehmen
- Normatives und Strategisches Management von Medienunternehmen
- Operatives Management von Medienunternehmen
- Zusammensetzung, Verhalten und Erwartungen des Publikums
- Strukturen von Informations-, Unterhaltungs- und Werbeangeboten der Medien
- Auswirkungen von Medieninhalten und Medienstrukturen auf Individuen und Gesellschaft

## Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrveranstaltung wird als Präsenzvorlesung durchgeführt. Die empfohlene Literatur bietet die Möglichkeit, einzelne Aspekte nachzulesen oder zu vertiefen und dient zur Vorbereitung der Klausur. Im seminaristischen Unterricht lösen die Studierenden Aufgaben in Einzel- oder Gruppenarbeit. Sie präsentieren die Ergebnisse und erhalten Feedback von den Mitstudierenden und Lehrenden.

## Literatur

- Gläser, M. (2021): Medienmanagement, 4. vollst. überarb. Auflage, Vahlen Verlag, München
- Wirtz, B. (2019): Medien- und Internetmanagement, 10., aktualisierte und überarb. Aufl., Springer Gabler Verlag, Wiesbaden
- Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben

## Anmerkungen

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Medienökonomie  
Media Economics

---

<b>LV-Nummer</b> 1103	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 1. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Dr. Alexander Moutchnik

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Mikroökonomische Fundierung der Medienwirtschaft
- Industrieökonomische Grundlagen der Medienwirtschaft
- Unternehmen der Medienwirtschaft im Zusammenspiel und medienökonomische Wertschöpfungsmodelle
- Preiselastizität und Kreuzpreiselastizität der Nachfrage im Medienbereich
- Einkommens- und Substitutionseffekte nach Hicks und Slutsky im Medienbereich
- Subventionen und meritorische Güter bei Medienprodukten und -produktionen
- Pareto-Optimum in der Medienökonomie
- Konsumenten- und Produzentenrente in der Medienwirtschaft

## Didaktische Methoden und Medienformen

In der Veranstaltung erfolgt eine zusammenhängende Darstellung des Lehrstoffs unter Vermittlung von Fakten und Methoden. Für den Unterricht wird Begleitliteratur und ein Folienskript verwendet sowie den Studierenden zur Verfügung gestellt. In der Vorlesung werden relevante Fachinhalte vorgetragen und Fragen der Studierenden beantwortet. Im seminaristischen Unterricht werden zudem ausgewählte medienökonomische Fallstudien und Modelle gemeinsam mit den Studierenden gelöst.

## Literatur

- Altmeppen, K.-D. et al. [Hrsg.] (2023): Digitale Medienökonomie, Nomos Verlag, Baden-Baden. Beck, H. (2022): Medienökonomie: Print, Fernsehen und Multimedia, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Dewenter, R / Rösch, J. (2015): Einführung in die neue Ökonomie der Medienmärkte: eine wettbewerbsökonomische Betrachtung aus Sicht der Theorie der zweiseitigen Märkte, Springer Gabler, Wiesbaden
- Dreiskämper, T. (2018): Grundfragen der Medienbetriebslehre: BWL für Medien- und Kommunikationsmanager, DeGruyter Oldenbourg.
- Flew, T. et al. [Eds.] (2022) : The SAGE Handbook of the Digital Media Economy, SAGE Publications Ltd., New York.
- Krone, J., Pellegrini, T. (2021): Handbuch Medienökonomie, Springer VS, Wiesbaden.
- Krugman, P., Wells, R. (2017): Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Mankiw, N.G., Taylor, P. (2018): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Pindyck, R.S., Rubinfeld, D.L. (2018): Mikroökonomie, Pearson, München.
- Posset, M. (2022): Medienökonomie: Alles, was Sie über Print, Fernsehen, Radio und Internet wissen müssen, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Rimscha, M. B. von / Siegert, G. (2014): Medienökonomie: eine problemorientierte Einführung, Springer VS, Wiesbaden

## Anmerkungen

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Recht

Law

---

<b>LV-Nummer</b> 1104	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 1. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Thorsten Petry

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Grundlagen des Rechts
- Einführung in das BGB mit dem Schwerpunkt Allgemeiner Teil sowie Kaufrecht
- Grundlagen des Urheber- und Lizenzrechts
- Grundlagen des Medien-, Internet- und Markenrechts
- Grundlagen des Presserechts
- Grundlagen des Wettbewerbs-/Regulierungsrechts in Medienmärkten

## Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrveranstaltung wird als Präsenzvorlesung durchgeführt. Die empfohlene Literatur bietet die Möglichkeit, einzelne Aspekte nachzulesen oder zu vertiefen und dient zur Vorbereitung der Klausur.

## Literatur

Unter anderem die jeweils aktuellste Ausgabe von

- Fechner, F. (2019): Medienrecht, 20. Auflage, Mohr Siebek Verlag, Tübingen.
- Schulze, G. (2020): Meine Rechte als Urheber: Urheber- und Verlagsrechte schützen und durchsetzen, 7. Auflage, DTV Verlag, München.
- Wörlen, R. / Kokemoor, A. / Lohrer, S. (2021): Handelsrecht mit Gesellschaftsrecht, 14. Auflage, Carl Heymanns Verlag, München.
- Wörlen, R. / Metzler-Müller, K. (2019): BGB AT: mit Einführung in das Recht, 15. Auflage, Vahlen Verlag, München.

## Anmerkungen



# Modul

Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)  
Information & Communication Technology (ICT)

---

<b>Modulnummer</b> 1200	<b>Kürzel</b>	<b>Modulverbindlichkeit</b> Pflicht	
<b>Leistungspunkte</b> 6 CP	<b>Dauer</b> 1 Semester	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch
<b>Fachsemester</b> 1. (empfohlen)	<b>Prüfungsart</b> Modulprüfung		

## Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024
- Wiederverwendet International Media Management (B.Sc.), PO2024

## Hinweise für Curriculum

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Jutta Hahn

## Verpflichtende Voraussetzungen

keine

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- aktuelle Hardware, deren Kenngrößen, Funktionsweisen und Schnittstellen zu beschreiben und klassifizieren
- den Zusammenhang zwischen Hardware und Software sowie Softwareentwicklung zu erklären und anzuwenden
- das Schichtenmodell der technischen Kommunikation in Netzwerken zu beschreiben, dessen unterschiedliche Umsetzungen und Anwendungen gegenzuüberstellen und zu beurteilen
- lokale und verteilte IKT-Systeme auf wesentliche Merkmale hin zu klassifizieren, analysieren und hierzu verschiedene systematische Betrachtungsweisen anzuwenden und beurteilen
- unterschiedliche Angriffe und Gefahren für Rechner, deren Kommunikation und Infrastrukturen zu erläutern sowie Schutzmöglichkeiten aufzuzeigen und zu erklären
- den Zweck von Abstraktion durch Modell- und Systembildung darzulegen und anhand der vorgestellten Modelle und Systeme zu untersuchen
- durch Wiederholen und Üben der Modell- und Systembildung abstrakte Vorgehensweisen zu entwickeln und damit aktuelle IKT-Strukturen sowohl als Modell als auch als System abzuleiten und zu rechtfertigen
- durch aktive Nutzung des Forums technische Formulierungen anzuwenden

## Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Praxisanwendung, Zeit- und Selbstmanagement, Verantwortungsvolles Handeln, Methoden, Wissenschaftliches Arbeiten, Digitalisierung, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Klausur

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

## Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

**Gesamtworload des Moduls in Zeitstunden**

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

**Anmerkungen/Hinweise****Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Grundlagen, Theorien und Methoden der IKT (V, 1. Sem., 3 SWS und SU, 1. Sem., 1 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Grundlagen, Theorien und Methoden der IKT  
Basics, Theories and Methods of ICT

---

**LV-Nummer**  
1201

**Kürzel**

**Leistungspunkte**  
CP

**Fachsemester**  
1. (empfohlen)

**Lehrformen**

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Jutta Hahn

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

Einführung in die Informations- und Kommunikationstechnologie im Kontext des Media Management und der Medientechnik sowie Erarbeitung, Vertiefung und Diskussion dieser Lehrinhalte:

- Aufbau, Funktionsweise und Einsatz von Hardware, Software und Netzwerke.
- Sicherheitsaspekte betreffend Bedrohung und Schutz von Hardware, Software und Netzwerke.
- Aufbau, Funktionsweise und Einsatz von IKT-Systemen im Internet.
- Abstraktionsbetrachtungsweisen von Modellen und Systemen.

## Didaktische Methoden und Medienformen

- Vorlesung: zusammenhängende Darstellung des Lehrstoffs.
  - Ergänzt um eine strukturierte Zusammenstellung der fachlichen Themen inkl. Stichworte, der in der Vorlesung verwendeten Links und klausurähnlicher Fragen in StudIP.
  - Einsatz von Erklärvideos (StudIP).
- Seminaristischer Unterricht in Präsenz und mittels vor- und nachbereitendem Einsatzes des StudIP-Forums durch die Studierenden
  - Das Forum dient aufgrund der klausurähnlichen Fragen und deren Behandlung im Unterricht auch zur Vorbereitung auf die Modulklausur.

## Literatur

- Kersken, S. (jeweils in der aktuellsten Version): IT-Handbuch für Fachinformatiker; Galileo Computing
- Bühler, P. et al. (2018): Informationstechnik; SpringerVieweg
- Alpar, P. et al. (2019): Anwendungsorientierte Wirtschaftsinformatik; SpringerVieweg
- k.A. (2022): Fachwissen Netzwerktechnik; Europa Lehrmittel
- Ropohl, G. (2012): Allgemeine Systemtheorie; edition sigma
- Stachowiak, H. (1973): Allgemeine Modelltheorie; Springer-Verlag
- Ggf. weitere Literatur zu aktuellen Themen; in StudIP

## Anmerkungen

# Modul

Media Technology I  
Media Technology I

---

**Modulnummer**  
1300

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
6 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
1. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Modulprüfung

## Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024
- Wiederverwendet International Media Management (B.Sc.), PO2024

## Hinweise für Curriculum

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Christopher Dahm

## Verpflichtende Voraussetzungen

keine

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- Grundlagen der Optik und Akustik zu verstehen und zu beschreiben.
- technische Prozesse im Bereich der digitalen, audiovisuellen Aufnahmetechnik zu verstehen und zu beschreiben.
- fehlerhafte Bild- und Ton-Darstellungen im Bereich der digitalen, audiovisuellen Medientechnik zu identifizieren und passende Lösungsvorschläge zu entwickeln.
- Grundlagen des WWW zu verstehen und zu beschreiben.
- Prinzipien der Erstellung und Gestaltung von Webseiten zu verstehen und anzuwenden.

## Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Praxisanwendung, Methoden, Konfliktfähigkeit, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Klausur

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

## Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

## Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

## Anmerkungen/Hinweise

## **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Motion Image und Sound: Recording Technology (V, 1. Sem., 1 SWS und SU, 1. Sem., 1 SWS)
- Web Technology (SU, 1. Sem., 1 SWS und V, 1. Sem., 1 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Motion Image und Sound: Recording Technology

Motion Image and Sound: Recording Technology

---

## LV-Nummer

1301

## Kürzel

## Leistungspunkte

CP

## Fachsemester

1. (empfohlen)

## Lehrformen

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht

## Häufigkeit

jedes Semester

## Sprache(n)

Deutsch

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Christopher Dahm

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

Technische Produktion digitaler, audiovisueller Medien und deren Distribution in unterschiedliche Kanäle. Die jeweiligen Lehrveranstaltungen beinhalten die Schwerpunkte:

- Grundlagen der Optik und Akustik
- Aufbau und Arten von Objektiven
- Digitale Kamerasysteme
- Mikrofonarten und ihre Einsatzzwecke
- Digitale Aufnahmetechnik Bewegtbild & Ton
- Digitale Signalübertragung
- Technologische und wirtschaftliche Zusammenhänge

## Didaktische Methoden und Medienformen

- Vermittlung technischer Gewerke und Prozesse sowie methodischem Wissen in Form von Vorlesung (Präsenz- und Videovorlesungen).
- Reflexion des Kompetenzerwerbs durch die Bearbeitung von Fallbeispielen (Seminaristischer Unterricht in Präsenz und Online).
- Präsentationen technischer und logistischer Planungskonzepte mit anschließender Diskussion (Seminaristischer Unterricht in Präsenz und Online).

## Literatur

- Heinen, G. (2019): AV-Medientechnik. Europa-Lehrmittel Verlag.
- Schmidt, U. (2021): Professionelle Videotechnik. Springer Vieweg Verlag.
- Bühler, P.; Schlaich, P.; Sinner, D. (2018): AV-Medien. Springer Vieweg Verlag.
- Görne, T. (2007): Mikrofone in Theorie und Praxis. Elektor Verlag.
- Görne, T. (2023): Tontechnik. Carl Hanser Verlag.

## Anmerkungen

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Web Technology

Web Technology

---

**LV-Nummer**

1302

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

1. (empfohlen)

**Lehrformen**

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Prof. Dr. Johannes Luderschmidt

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

- Entwicklung des World Wide Web (WWW)
- Technische Basiskomponenten des WWW
- Grundlagen der Hypertext Markup Language (HTML)
- Grundlagen zu Cascading Style Sheets (CSS) und Responsive Webdesign

**Didaktische Methoden und Medienformen**

- Vermittlung von Grundlagen sowie methodischem Wissen in Form von Vorlesungen (Präsenz- und Videovorlesungen).
- Reflexion des Kompetenzerwerbs durch die Bearbeitung von Fallbeispielen (Seminaristischer Unterricht in Präsenz und Online).
- Erarbeitung von Fragen und Problemstellungen im Inverted Classroom (Blended Learning)
- Bearbeitung interaktiver Online-Lernmodule (Blended Learning)

**Literatur**

- Meinel, C., & Sack, H. (2013). WWW: Kommunikation, Internetworking, Web-Technologien. Springer-Verlag.
- Wolf, J. (2019). HTML5 und CSS3: das umfassende Handbuch. Rheinwerk Verlag.
- Hahn, M. (2020). Webdesign: Das Handbuch zur Webgestaltung. Rheinwerk Verlag.

**Anmerkungen**

# Modul

Design I - Konzeption, Gestaltung, Methodik  
Design I - Conception, Design, Methodology

---

**Modulnummer**  
1400

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
6 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
1. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Kombinierte Modulprüfung

## Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024
- Wiederverwendet International Media Management (B.Sc.), PO2024

## Hinweise für Curriculum

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Daniela Ewald

## Verpflichtende Voraussetzungen

keine

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- systematische Grundlagen des Gestaltens zu benennen und zu beschreiben, insbesondere zu den Themenfeldern Formenlehre, Zeichentheorie, Entwurfssystematik, Gestaltgesetze, Komposition, Format, Farbenlehre, Typografie, Bildsprache
- die Grundlagen visueller Kommunikation mit Schrift und Bild im Layout zu erkennen und wiederzugeben
- typografische Fachbegriffe, Schriftkategorien, Schriftmerkmale sowie typografische Maßsysteme zu benennen
- zwischen Form, Material und Inhalt zu differenzieren
- erste gestalterische Problemlösungen mit verschiedenen Medien zu entwickeln und zu präsentieren
- durch Förderung der ästhetisch-gestalterischen Urteilskraft mit einer fachlich adäquaten Terminologie eigene und fremde Entwürfe kritisch zu beurteilen
- Sprache und Text als wichtige Bestandteile bei der Entwicklung von Ideen und Konzepten zu nutzen
- Methoden aus den Bereichen der Kreativitäts- und Präsentationstechniken zu beschreiben und anzuwenden

## Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Selbstreflexion, Zeit- und Selbstmanagement, Methoden, Management, Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Portfolioprfungen  
u. praktische / künstlerische Tätigkeit

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

## Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

## Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung



## **Anmerkungen/Hinweise**

### **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Konzeption, Gestaltung, Methodik (SU, 1. Sem., 2 SWS und V, 1. Sem., 2 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Konzeption, Gestaltung, Methodik  
Conception, Design, Methodology

---

<b>LV-Nummer</b> 1401	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 1. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Daniela Ewald

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

Vermittlung von Gestaltungsgrundlagen als Einführung für alle Mediengestaltungsbereiche mit einem Schwerpunkt auf visuelle Kommunikation. Anhand einer konkreten Aufgabenstellung (Semesteraufgabe) erfahren und erproben die Studierenden einen konzeptionell-gestalterischen Entwurfsprozess (Briefing, Ideenfindung, Umsetzung). Erste gestalterische, themenbezogene Grundlagenübungen und Erfahrungen mit unterschiedlichen Materialien und Techniken dienen als Vorbereitung auf die Semesteraufgabe. Es wird eine Auswahl aus folgenden Themenfeldern vermittelt:

- Formenlehre
- Zeichentheorie
- Gestaltgesetze
- Komposition
- Farbenlehre
- Typografie
- Bildsprache
- Entwurfssystematik
- Methoden aus den Bereichen der Kreativitäts- und Präsentationstechniken

## Didaktische Methoden und Medienformen

Inhaltsvermittlung in Vorlesung. Das in den Vorlesungen vermittelte Wissen wird in Form von seminaristischem Unterricht anhand von praktischen Übungsaufgaben angewendet und vertieft. Einbindung von Online-Lernmodulen.

## Literatur

- Frutiger, A. (1978) Der Mensch und seine Zeichen. Fourier Verlag
- Gaspar, N. und Sommer, P.M. (2020) Das ABC der Typografie. Rheinwerk Verlag
- Heiz, A. V. (2012). Grundlagen der Gestaltung: Prozesse und Programme. Strukturen und Systeme. Zeichen und Kontext. Identitäten und Differenzen. Niggli Verlag
- Itten, J. (1970) Kunst der Farbe. Ravensburger
- Küppers, H. (2016) Einführung in die Farbenlehre, Farbenlehren Band 3. Dumont
- Müller, J. und Wiedemann, J. (2022). Geschichte des Grafikdesigns, Band 2, 1960 bis heute. Taschen-Verlag
- Niesen, K. (2021) Designprojekte gestalten. Hermann Schmidt Verlag
- Pricken, M. (2010). Kribbeln im Kopf. Hermann Schmidt Verlag
- Wilberg, H.P. und Forssman, F. (2010) Lesetypografie. Hermann Schmidt Verlag
- Wilberg, H.P. (2001) Wegweiser Schrift Was passt was wirkt was stört? Hermann Schmidt Verlag

## Anmerkungen

# Modul

## Umsetzungskompetenzen Medien und Wirtschaft Implementation Skills Media and Economics

---

<b>Modulnummer</b> 1500	<b>Kürzel</b>	<b>Modulverbindlichkeit</b> Pflicht	
<b>Leistungspunkte</b> 6 CP	<b>Dauer</b> 1 Semester	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch; Deutsch und Englisch
<b>Fachsemester</b> 2. (empfohlen)	<b>Prüfungsart</b> Kombinierte Modulprüfung		

### Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024

### Hinweise für Curriculum

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Peter Winzer, Prof. Christopher Dahm

### Verpflichtende Voraussetzungen

keine

### Empfohlene Voraussetzungen

keine

### Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- wichtige betriebswirtschaftliche Softwaretools (wie z.B. die Tabellenkalkulationssoftware Microsoft-EXCEL) zu verstehen und anzuwenden / understand and use key business software tools (such as Microsoft-EXCEL).
- die technischen Themen und Inhalte der Lehrveranstaltungen sicher zu erarbeiten, zu verstehen und eigenverantwortlich anzuwenden / to work out and understand the technical topics and contents of the courses with confidence and to apply them independently.
- in englischsprachigen, wissenschaftlichen Bibliotheken zu recherchieren / research in English-language, academic libraries.
- Inhalte aus Publikationen strukturiert und auf Englisch wiederzugeben / reproduce content from publications in a structured manner and in English.
- Inhalte aus Publikationen auf Englisch zu diskutieren und zu beurteilen / discuss and evaluate content from publications in English.
- ihren Lernprozess selbstständig zu strukturieren, zu überprüfen und ggf. anzupassen.

### Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Praxisanwendung, Selbstreflexion, Zeit- und Selbstmanagement, Management, Sprachen, Wissenschaftliches Arbeiten, Digitalisierung

**Leistungsart:** Studienleistung

**Prüfungsform:** Kurztests u. praktische / künstlerische Tätigkeit o. Hausarbeit u. Kurztests

**Modulbewertung:** Mit Erfolg Teilgenommen

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

### Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

**Gesamtworload des Moduls in Zeitstunden**

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

**Anmerkungen/Hinweise****Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Umsetzungskompetenzen Medien (Ü, 2. Sem., 2 SWS)
- Umsetzungskompetenzen Wirtschaft (Ü, 2. Sem., 2 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Umsetzungskompetenzen Medien  
Implementation Skills Media

---

<b>LV-Nummer</b> 1501	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 2. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Übung	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch und Englisch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Christopher Dahm, Prof. Dr. Jutta Hahn, Prof. Dr. Johannes Luderschmidt

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Vermittlung von Umsetzungskompetenzen im Bereich der interaktiven und der Bild- und Ton-Technologien.
  - Recherche und Zusammenfassung aktueller, englischsprachiger Publikationen neuer Technologien (z.B. ACM)
  - Code-Erstellung/Programmierung für Webseiten (z.B. JavaScript, PHP)
  - Code-Debugging und -Testing (z.B. Firebug)
  - Ansätze der agilen Software-Entwicklung (z.B. Scrum)
  - Mobile App-Prototyping (z.B. proto.io)
  - Web- und SEO-Analytics (z.B. GoogleAnalytics)
  - Editing von audiovisuellem Content (z.B. Adobe Premiere)
  - Colour Correction von Visual Content (z.B. Davinci Resolve)
- /
- Teaching implementation skills in the field of interactive and image and sound technologies.
  - Research and summary of current, English-language publications of new technologies (e.g., ACM)
  - Writing and programming code for websites (e.g., JavaScript, PHP)
  - Debugging and testing code (e.g., Firebug)
  - Agile software development approaches (e.g., Scrum)
  - Mobile app prototyping (e.g., proto.io)
  - Web and SEO analytics (e.g., GoogleAnalytics)
  - Editing audiovisual content (e.g., Adobe Premiere)
  - Color correcting visual content (e.g., Davinci Resolve)

## Didaktische Methoden und Medienformen

Die Aufgaben werden selbstständig und individuell erarbeitet. Die Einreichung der Ergebnisse erfolgt digital / Independent and individual completion of tasks. Digital submission of results.

## Literatur

Begleitliteratur wird themenspezifisch ausgewählt und bekannt gegeben. Da ein betreutes Selbstlernen mit elektronischen Lernmaterialien im Vordergrund steht, sollen zudem themenspezifische Verknüpfungen mit dem Bestand der elektronischen Zeitschriften und Fachbücher hergestellt werden / Accompanying literature will be selected and announced on a topic-specific basis. Since the focus is on supervised self-learning with digital learning materials, topics should be linked to electronic journals and reference books.

## Anmerkungen

Ein Teil der Lehrveranstaltung wird auf Englisch durchgeführt, da die Fachliteratur ausschließlich auf Englisch angeboten wird.

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Umsetzungskompetenzen Wirtschaft  
Implementation Skills Economics

---

<b>LV-Nummer</b> 1502	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 2. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Übung	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Peter Winzer

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Vermittlung von Kompetenzen in der Anwendung ausgewählter wichtige (Software-)Tools, welche in der Praxis zur betriebswirtschaftlichen Analyse und Steuerung verwendet werden. Die Lehrinhalte sollen insbesondere unter Verwendung von elektronischen Lehrmaterialien (E-Learning) vermittelt werden. Beispiele für Tools, welche Inhalt der Lehrveranstaltung sein können (wobei aktuell der Schwerpunkt auf Microsoft-EXCEL liegt):
  - Tabellenkalkulations-Software (insbesondere Microsoft-EXCEL)
  - Geschäftsprozess-Software (z.B. von SAP)
  - Buchhaltungs-/Steuer-Software (z.B. DATEV)
  - Datenbank-Software (z.B. Microsoft-Access)
- /
- Teaching application skills of selected important (software) tools, which are used in practice for business analysis and control. The course content is predominantly taught using digital teaching materials (e-learning). Examples of tools that might be taught in the course (though the current focus is on Microsoft-EXCEL):
  - Spreadsheet software (especially Microsoft EXCEL)
  - Business process software (e.g., SAP)
  - Accounting/tax software (e.g., DATEV)
  - Database software (e.g., Microsoft Access)

## Didaktische Methoden und Medienformen

Die Wissensvermittlung erfolgt überwiegend im Online-Selbststudium. Ergänzend gibt es Präsenz- und/oder Onlineterminale zur Klärung von Verständnis-/Organisationsfragen. Die Prüfung/Klausur erfolgt in Präsenz / Knowledge transfer predominantly through online self-study. In addition, face-to-face and/or online meetings to clarify comprehension or organizational questions. Examination/exam takes place on-site.

## Literatur

- Sele Training (2020). Excel 2020 Beste Tipps und Tricks. Abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=JPBkH8EjBNw&list=PLyy-LLqj7iSZfJUS4ZANp30rgSyKKotMt>
- Kaceli, S. (2019). Excel 2019 Tutorial for the Absolute Beginner: General Excel Concepts and the User Interface - P1. Abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=9mqIPE3STkk&list=PLyy-LLqj7iSZfJUS4ZANp30rgSyKKotMt>.
- Sele Training (2018). Top 25 Excel 2016 Tipps und Tricks. Abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=EdnAeqxqdzM>.
- Computerbild (2015). Microsoft Excel 2016 (Schnellstart-Anleitung als PDF). Abrufbar unter <https://www.computerbild.de/dl/Excel-2016-Schnellstart-Anleitung-als-PDF-13493449.html>
- Kaceli, S. (2015). Excel Tutorial: Learn Excel in 30 Minutes Just Right for your New Job Application. Abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=7RCdzTpK00A>.

## Anmerkungen

# Modul

## Empirische Medienforschung Empirical Media Research

---

<b>Modulnummer</b> 1600	<b>Kürzel</b>	<b>Modulverbindlichkeit</b> Pflicht	
<b>Leistungspunkte</b> 6 CP	<b>Dauer</b> 1 Semester	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch
<b>Fachsemester</b> 2. (empfohlen)	<b>Prüfungsart</b> Modulprüfung		

### Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024

### Hinweise für Curriculum

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Veronika Weiß, Prof. Dr. Stephan Böhm

### Verpflichtende Voraussetzungen

keine

### Empfohlene Voraussetzungen

keine

### Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- Die Grundlagen empirischer Forschung zu benennen.
- Gütekriterien eines Forschungsdesigns zu erläutern und Forschungsprojekte zu planen, zu gestalten und durchzuführen.
- Quantitative und qualitative Methoden der empirischen Medienforschung zu benennen, Vor- und Nachteile der gewählten Methoden zu bewerten und geeignete Methoden für eigene Studien auszuwählen.
- Bei der Auswertung von Forschungsdaten eine Vielzahl von Auswertungsmethoden zu berücksichtigen, passende Methoden zu wählen und die Auswahl fachlich sowie methodisch zu begründen.
- Aufbau, Durchführung und Ergebnisse anderer Forschungsprojekte kritisch zu analysieren und auf wissenschaftlichem Niveau zu diskutieren.
- Empirische Befunde sowohl innerhalb als auch außerhalb der Forschungscommunity fachlich angemessen zu kommunizieren.
- Methoden der deskriptiven Statistik zu erklären, angemessene Kennzahlen auszuwählen und grafische Darstellungen von Daten zu erstellen.
- Geeignete Methoden der Wahrscheinlichkeitsrechnung zur Lösung statistischer Probleme auszuwählen und anzuwenden.
- Statistische Analysen mittels üblicher Statistik- und Analyseprogrammen durchzuführen und zu interpretieren.

### Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Praxisanwendung, Verantwortungsvolles Handeln, Methoden, Management, Wissenschaftliches Arbeiten, Konfliktfähigkeit, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Klausur

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

**Gewichtungsfaktor für Gesamtnote**

nach CP

**Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden**

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

**Anmerkungen/Hinweise****Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Theorien und Methoden der empirischen Medienforschung (V, 2. Sem., 2 SWS)
- Fallstudien zur empirischen Datenerhebung und -auswertung (Ü, 2. Sem., 2 SWS)



# Zugehörige Lehrveranstaltung

Theorien und Methoden der empirischen Medienforschung  
Theories and Methods of Empirical Media Research

---

<b>LV-Nummer</b> 1601	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 2. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Stephan Böhm, Prof. Veronika Weiß

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

Die Lehrveranstaltung vermittelt theoretische und methodische Grundlagen der empirischen Medienforschung. Ausgehend von der Formulierung von Forschungsfragen werden verschiedene quantitative und qualitative Formen der Datenerhebung vorgestellt. Zusätzlich werden wesentliche Verfahren der Datenanalyse aus den Bereichen der deskriptiven, explorativen und konfirmatorischen Statistik behandelt. Beispielhafte Themen sind:

- Einführung in die Wahrscheinlichkeitstheorie und -rechnung
- Verfahren der deskriptiven, explorativen und konfirmatorischen Statistik (z.B. Lage- und Streuungsmaße, Korrelations-, Regressions- und Faktoranalyse, statistische Testverfahren)
- Induktion/Deduktion, Hypothesen, Reproduzierbarkeit
- Aufbau und Gütekriterien eines Forschungsdesigns
- Studiendesign (z.B. mit Beobachtung, Befragung und Experiment)
- Quantitative Forschungsmethoden (z.B. Fragebogenerstellung und weitere Erhebungsinstrumente)
- Qualitative Forschungsmethoden (z.B. offenes Interview, teilnehmende Beobachtung, Contextual Inquiry)
- Besonderheiten der empirischen Medienforschung bei der Betrachtung interaktiver Medien

## Didaktische Methoden und Medienformen

Inhaltsvermittlung in der Vorlesung, Einbindung von Online-Lernmodulen, z.B. zur Themenvertiefung.

## Literatur

- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., & Weiber, R. (2018). Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung (15. Aufl.). Springer Gabler. Berlin, Heidelberg.
- Cleff, T. (2015). Deskriptive Statistik und Explorative Datenanalyse: Eine computergestützte Einführung mit Excel, SPSS und STATA. Gabler Verlag. Wiesbaden.
- Eisend, M., & Kuß, A. (2017). Grundlagen empirischer Forschung. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Mikos, L., & Wegener, C. (Hrsg.). (2021). Qualitative Medienforschung Ein Handbuch (2. Aufl.). UVK Verlag.
- Moosbrugger, H., & Kelava, A. (Hrsg.). (2020). Testtheorie und Fragebogenkonstruktion. Springer Berlin Heidelberg.
- Olson, J. S., & Kellogg, W. A. (Hrsg.). (2014). Ways of Knowing in HCI. Springer New York.
- Schnell, R., Hill, P. B., & Esser, E. (2018). Methoden der empirischen Sozialforschung (11. Aufl.). De Gruyter Oldenbourg. Berlin München Boston.

## Anmerkungen

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Fallstudien zur empirischen Datenerhebung und -auswertung  
Case Studies for Empirical Data Collection and Analysis

---

<b>LV-Nummer</b> 1602	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 2. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Übung	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Veronika Weiß, Prof. Dr. Stephan Böhm

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

In der Lehrveranstaltung werden verschiedene Fallstudien im Bereich der qualitativen und quantitativen empirischen Forschung und zur Erhebung und Auswertung von empirischen Daten behandelt:

- Fragebogenentwicklung und Umsetzung von Online-Befragungen
- Interviewtechniken und Gestaltung von Interviewleitfäden
- Ausgestaltung und Dokumentation von experimentellen Studien
- Grundlegender Umgang mit Data Scraping, Mining und Analytic Tools
- Werkzeuge zur Analyse von qualitativen und quantitativen Daten
- Inhaltsanalyse, Textinterpretation und Typenbildung
- Bild- und Filmanalyse
- Statistische Analyse unter Verwendung von Statistik- und Analyse-Software
- Grundlagen der schließenden Statistik und Dateninterpretation (z.B. Hypothesentest, Stichprobentheorie)
- Forschungsberichte und Forschungsdatenmanagement

## Didaktische Methoden und Medienformen

Angeleitete Anwendung auf beispielhafte Fallstudien

## Literatur

- Döring, N., & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Springer. Berlin Heidelberg.
- Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2022). Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung: Grundlagentexte Methoden (5. Auflage). Beltz Juventa. Weinheim Bern.
- Leonhart, R. (2022). Lehrbuch Statistik: Einstieg und Vertiefung (5. Aufl.). Hogrefe. Bern.
- Steland, A. (2016). Basiswissen Statistik: Kompaktkurs für Anwender aus Wirtschaft, Informatik und Technik (4. Aufl.). Springer. Berlin Heidelberg.
- Zwerenz, K. (2015). Statistik: Einführung in die computergestützte Datenanalyse (6., überarb. Aufl.). De Gruyter Oldenbourg. Berlin München Boston.

## Anmerkungen

# Modul

English for Media Business Studies  
English for Media Business Studies

---

**Modulnummer**  
1700

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
3 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Englisch

**Fachsemester**  
2. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Modulprüfung

## Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Hinweise für Curriculum

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Dr. Alexander Moutchnik, Dozentinnen und Dozenten des Sprachenzentrums

## Verpflichtende Voraussetzungen

keine

## Empfohlene Voraussetzungen

- Englischkenntnisse auf mindestens Niveau B2 (gemäß GER) / English skills at minimum B2 level (according to the CEFR)

## Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- ... im direkten Kontakt und in den Medien gesprochene Standardsprache oder eine vertraute Varietät zu verstehen, wenn es um vertraute oder auch um weniger vertraute Themen geht, wie man ihnen normalerweise im beruflichen Leben oder in der Ausbildung begegnet. / ... understand standard language or a familiar variety, live or broadcast, on both familiar and unfamiliar topics normally encountered in academic or vocational life.
- ... die Sprache zu gebrauchen, um möglichst flüssig und spontan, mit guter Beherrschung der Grammatik und wirkungsvoll über vertraute medien- und studienrelevante Themen zu sprechen und dabei häufig nicht den Eindruck zu erwecken, sich in dem, was sie sagen möchten, einschränken zu müssen sowie Zusammenhänge zwischen Ideen deutlich zu machen. / ... use the language to speak as fluently and spontaneously as possible, with good grammatical control, and effectively about familiar topics relevant to the media and studying, without much sign of having to restrict what they want to say, and marking clearly the relationships between ideas.
- ... verschiedene Quellen zu überfliegen (Artikel, Berichte, Webseiten, Bücher usw.), und die Relevanz und Nützlichkeit bestimmter Passagen für die vorliegende Aufgabe zu erkennen sowie wichtige Einzelinformationen aufzufinden. / ... scan through several sources (articles, reports, websites, books, etc.), identify the relevance and usefulness of particular sections for the task at hand, and locate relevant details.
- ... die wichtigsten medienrelevanten Fachtermini zu verstehen und zu verwenden, Formulierungen zu variieren, um häufige Wiederholungen zu vermeiden, und etwas zu paraphrasieren und zu umschreiben, um Wortschatz- oder Grammatiklücken zu überbrücken. / ... understand and use the main media-related terminology, vary formulation to avoid repetition, and use circumlocution and paraphrase to cover gaps in vocabulary and structure.
- ... eine klare und systematisch angelegte Präsentation vorzutragen und dabei wesentliche Punkte und relevante unterstützende Details hervorzuheben sowie vom Publikum gestellte Fragen zu beantworten. / ... give a clear, systematically developed presentation, with highlighting of significant points and relevant supporting detail and to answer questions raised by members of the audience.
- ... aktiv an formellen Diskussionen über medienbezogene Themen teilzunehmen und ihnen zu folgen, die von anderen betonten Punkte im Detail zu verstehen, Pro- und Kontra-Argumente klar zu erkennen, eigene Gedanken und Meinungen präzise auszudrücken, überzeugend zu argumentieren und auf Argumentationen anderer zu reagieren, zur Diskussion beizutragen, den eigenen Standpunkt zu begründen und zu verteidigen, alternative Vorschläge zu beurteilen, Hypothesen aufzustellen und auf Hypothesen anderer zu reagieren. / ... follow and participate actively in formal discussions on media-related matters, understanding in detail the points given prominence by the speaker, and identifying accurately arguments supporting and opposing points of view; express their ideas and opinions with precision, and present and respond to lines of argument convincingly; contribute, account for and sustain their opinion, evaluate alternative proposals and make and respond to hypotheses.
- ... detaillierte Informationen aus einfachen oder mittelgradig komplexen Diagrammen und anderen visuell organisierten Daten mit Bezug auf allgemeine Medienthemen zuverlässig schriftlich zu interpretieren und zu präsentieren. / ... interpret and present reliably in writing detailed information from simple and medium-complex diagrams and visually organised data related to general media topics.
- ... klare, detaillierte Beschreibungen und Reflexionen realer Ereignisse und Erfahrungen zu verfassen, dabei den Zusammenhang zwischen verschiedenen Ideen deutlich zu machen, und die für das betreffende Genre geltenden Konventionen zu beachten. / ... write clear, detailed descriptions and reflections of real events and experiences marking the relationship between ideas in clear connected text, and following established conventions of the genre concerned.
- ... Register und Stil ihrer Aussagen und schriftlichen Kommunikation der Situation, dem Kommunikationspartner und der Kommunikationspartnerin bzw. dem Genre anzupassen. / ... adjust the register and style of what they say and write to the situation, the recipient and the genre.

## Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Selbstreflexion, Zeit- und Selbstmanagement, Verantwortungsvolles Handeln, Sprachen, Wissenschaftliches Arbeiten, Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Portfolioprüfungen

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

## Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

## Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

90, davon 21 Präsenz (2 SWS) 69 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

## Anmerkungen/Hinweise

## **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- English for Media Business Studies (Ü, 2. Sem., 2 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

English for Media Business Studies  
English for Media Business Studies

---

<b>LV-Nummer</b> 1701	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 2. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Übung	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Englisch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Simone Marx, Master (M.B.S.) Anna-Janina Wittan

## Empfohlene Voraussetzungen

- Englischkenntnisse auf mindestens Niveau B2 (gemäß GER) / English skills at minimum B2 level (according to the CEFR)

## Themen/Inhalte der LV

- Kommunikationsstrategien / communication strategies
- Präsentationsfertigkeiten / presentation skills
- Plagiate, Zitieren, Paraphrasieren, Quellenverzeichnisse / plagiarism, citations, paraphrasing, reference lists
- Entwicklungen in der Medienindustrie beschreiben und analysieren / describing and analysing trends in the media industry
- Diskussionsausdrücke / discussion language
- Firmenarten, -strukturen und -bereiche / company types, structures and departments
- Medienmanager und -mogule / media managers & moguls
- Fernsehindustrie / television industry
- Filmindustrie / film industry
- Nachrichtenindustrie / news industry
- Marketing und Branding / marketing and branding

## Didaktische Methoden und Medienformen

Lern- und Übungsaktivitäten, die soziale Interaktion erfordern, werden in Präsenz durchgeführt (z.B. Präsentationen und Diskussionen). Aktivitäten, die keine soziale Interaktion erfordern (Selbststudium) werden online bereit gestellt (z.B. Vokabeln lernen, Vertrautmachen mit dem Erstellen von Quellenverzeichnissen). / Learning and practice activities that require social interaction (e.g. presentations and discussions) are done in class. Activities that do not require social interaction (self-study) are provided online (e.g. studying vocabulary, familiarisation with reference style guides).

## Literatur

Wird zu Beginn des Kurses bekannt gegeben. / Provided at the beginning of the course.

## Anmerkungen

# Modul

Media Technology II  
Media Technology II

---

**Modulnummer**  
1800

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
6 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
2. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Modulprüfung

## Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024
- Wiederverwendet International Media Management (B.Sc.), PO2024

## Hinweise für Curriculum

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Johannes Luderschmidt

## Verpflichtende Voraussetzungen

keine

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- digitale Workflows in professionellen Bild- und Tonstudios zu verstehen und zu beschreiben.
- technische Arbeitsschritte in der digitalen Post-Production von Bild- und Audio-Medien in entsprechender Software nachzuvollziehen.
- technische Distributionsziele audiovisueller Medien zu definieren und zu beschreiben.
- Einsatzbereiche von client-seitigen Skriptsprachen zu kennen und diese einzusetzen.
- Grundlagen des Entwicklungsprozesses mobiler Apps zu verstehen und zu beschreiben.
- Einsatzbereiche und Entwicklungsprozesse von aktuellen interaktiven Technologien wie beispielsweise VR/AR oder Chatbots zu verstehen.

## Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Praxisanwendung, Methoden, Management, Konfliktfähigkeit, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Klausur

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

## Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

## Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

## Anmerkungen/Hinweise

## **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

### Pflichtveranstaltung/en:

- Interactive Media Technology (SU, 2. Sem., 1 SWS und V, 2. Sem., 1 SWS)
- Motion Image and Sound: Production Technology (V, 2. Sem., 1 SWS und SU, 2. Sem., 1 SWS)



# Zugehörige Lehrveranstaltung

Interactive Media Technology  
Interactive Media Technology

---

<b>LV-Nummer</b> 1801	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 2. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Johannes Luderschmidt

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Einführung in Skript- und Programmiersprachen
- Grundlagen von JavaScript
- Erstellungsprozesse mobiler Apps
- Einführung in visuelle Programmierung

## Didaktische Methoden und Medienformen

- Vermittlung von Grundlagen sowie methodischem Wissen in Form von Vorlesungen (Präsenz- und Videovorlesungen).
- Reflektion des Kompetenzerwerbs durch die Bearbeitung von Fallbeispielen (Seminaristischer Unterricht in Präsenz und Online).
- Erarbeitung von Fragen und Problemstellungen im Inverted Classroom (Blended Learning)
- Bearbeitung interaktiver Online-Lernmodule (Blended Learning)

## Literatur

- Lahres, B., Rayman, G., & Strich, S. (2021). Objektorientierte Programmierung: das umfassende Handbuch. Rheinwerk Verlag.
- Ackermann, P. (2018). JavaScript: das umfassende Handbuch. Rheinwerk Verlag.
- Reas, C., & Fry, B. (2015). Getting Started with Processing: A Hands-on introduction to making interactive Graphics. Maker Media, Inc..
- McCarthy, L., Reas, C., & Fry, B. (2015). Getting started with P5.js: Making interactive graphics in JavaScript and processing. Maker Media, Inc..

## Anmerkungen

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Motion Image and Sound: Production Technology

Motion Image and Sound: Production Technology

---

**LV-Nummer**

1802

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

2. (empfohlen)

**Lehrformen**

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Prof. Christopher Dahm

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

Technische Produktion digitaler, audiovisueller Medien und deren Distribution in unterschiedliche Kanäle. Die jeweiligen Lehrveranstaltungen beinhalten die Schwerpunkte:

- Studiotechnik Bild & Ton
- Einführung in digitale Schnittsoftware
- Farbräume und Color Grading
- Technische Distributionsziele
- Live-Streaming Technologie
- Immersive AV-Medien
- Projektionstechnik
- Technologische und wirtschaftliche Zusammenhänge

**Didaktische Methoden und Medienformen**

- Vermittlung technischer Gewerke und Prozesse sowie methodischem Wissen in Form von Vorlesung (Präsenz- und Videovorlesungen).
- Reflektion des Kompetenzerwerbs durch die Bearbeitung von Fallbeispielen (Seminaristischer Unterricht in Präsenz und Online).
- Präsentationen technischer und logistischer Planungskonzepte mit anschließender Diskussion (Seminaristischer Unterricht in Präsenz und Online).

**Literatur**

- Heinen, G. (2019): AV-Medientechnik. Europa-Lehrmittel Verlag.
- Schmidt, U. (2021): Professionelle Videotechnik. Springer Vieweg Verlag.
- Bühler, P.; Schlaich, P.; Sinner, D. (2018): AV-Medien. Springer Vieweg Verlag.
- Görne, T. (2007): Mikrofone in Theorie und Praxis. Elektor Verlag.
- Görne, T. (2023): Tontechnik. Carl Hanser Verlag.

**Anmerkungen**

# Modul

## Design II - Methoden, Perspektiven, Gestaltungskompetenzen Design II Methods, Perspectives, Design Skills

---

**Modulnummer**  
1900

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
6 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
2. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Kombinierte Modulprüfung

### Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024
- Wiederverwendet International Media Management (B.Sc.), PO2024

### Hinweise für Curriculum

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Veronika Weiß, Prof. Dr. Andrea Gschwendtner

### Verpflichtende Voraussetzungen

keine

### Empfohlene Voraussetzungen

keine

### Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- Wichtige Konzepte der Designtheorie zu benennen und zu bewerten, sowie Faktoren des Designs in anderen Fachgebieten im Medienbereich einzuordnen.
- Typische Vorgehensweisen und Methoden, die bei der Ideenfindung, in Entwurfsprozessen und der gestalterischen Umsetzung von Medienprodukten und interaktiven Medien zur Anwendung kommen, zu beschreiben und einzuordnen.
- In gestalterischen Medien eingesetzte Designkomponenten und Gestaltungsmuster zu erkennen, zu interpretieren und damit verbundene konzeptionelle Entscheidungen, sowie Umsetzungserfordernisse abzuleiten.
- Grundlegende planerische, organisatorische, technische und wirtschaftliche Faktoren des Design Managements zu benennen, gegenüberzustellen und zu bewerten.
- Erste gestalterische Aufgabenstellungen des Mediendesigns durch die praktische Anwendung von entsprechenden Entwurfs- und Gestaltungsmethoden, sowie praxisnaher Software zu lösen und zu evaluieren.
- Fachbezogene Kommunikationsprozesse zwischen Beteiligten aus Wirtschaft, Technik und Design zu antizipieren und ein Verständnis für Kollaboration in gestalterischen Teams zu entwickeln.
- Branchenübliche Designsoftware (z.B. Bildbearbeitung, Layout, Vektorzeichnung, Videoschnitt), sowie managementbezogene Produktionssoftware zu benennen, zu skizzieren und im praktischen Einsatz zu erproben.

### Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Praxisanwendung, Selbstreflexion, Zeit- und Selbstmanagement, Verantwortungsvolles Handeln, Methoden, Nachhaltigkeit, Teamfähigkeit, Digitalisierung, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Präsentation u. praktische / künstlerische Tätigkeit

**Modulbewertung:** Benotet

**Leistungsart:** Studienleistung

**Prüfungsform:** praktische / künstlerische Tätigkeit

**Modulbewertung:** Mit Erfolg Teilgenommen

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

**Gewichtungsfaktor für Gesamtnote**

nach CP

**Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden**

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

**Anmerkungen/Hinweise****Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Methoden und Perspektiven (V, 2. Sem., 1 SWS und SU, 2. Sem., 1 SWS)
- Gestaltungskompetenzen (P, 2. Sem., 2 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Methoden und Perspektiven

Methods and perspectives

---

**LV-Nummer**

1901

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

2. (empfohlen)

**Lehrformen**

Vorlesung, Seminaristi-  
scher Unterricht

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Prof. Veronika Weiß, Prof. Dr. Andrea Gschwendtner

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

Die Lehrveranstaltung vermittelt Inhalte zu Designtheorie, Designpraxis sowie Design Management mit Schwerpunkt Motion Image & Sound und Interaktive Medien. Es wird eine Auswahl aus folgenden Themen getroffen:

- Designtheorie und -geschichte
- Design im Verhältnis zu Kunst und Wissenschaft
- Designprozess und Design Methods
- Analyse von Designprodukten, z.B. Bewegtbildmedien und interaktive Medien
- Design Thinking und User-Centred Design
- Creative Producing, z.B. Production Value
- Systematische Gestaltung / gestalterische Systeme
- Methoden und Mittel der Designentwicklung
- Planung, Organisation und Dokumentation von Designprojekten unter Berücksichtigung eines nachhaltigen Ressourceneinsatzes

**Didaktische Methoden und Medienformen**

Inhaltsvermittlung in Vorlesung, Erarbeitung von Lehrinhalten unter aktiver Beteiligung der Studierenden im seminaristischen Unterricht. Einbindung von Online-Lernmodulen, z.B. zur Themeneinführung, und Workshop-Formaten (z.B. Design Thinking). Praktische Bearbeitung von Übungsaufgaben in Selbststudienzeit mit Ergebnisdiskussion.

## **Literatur**

- Aicher, O. (2015). Analog und Digital (W. Vossenkuhl, Hrsg.). Wilhelm Ernst & Sohn.
- Brandes, U. (2017): Gender Design: Streifzüge zwischen Theorie und Empirie. Basel: Birkhäuser
- Eder, J. (2007): Dramaturgie des populären Films: Drehbuchpraxis und Filmtheorie. 3. Aufl. Hamburg: LIT
- Häusler, A.; Henschen, J. (2017): Storyboarding. Filmisches Entwerfen. Marburg: Schüren
- Jovy, J. (2021): Digital Filmen. Das umfassende Handbuch. Bonn: Rheinwerk
- Katz, S. (2002): Shot by Shot: Die richtige Einstellung. Zur Bildsprache des Films. 4. Aufl. Frankfurt am Main: Zweitausendeins
- Martschenko, M. (2020). Design ist mehr als schnell mal schön: Die Wirtschaft hat einen neuen Auftrag für Sie: gestaltende Beratung. Verlag Hermann Schmidt.
- Schneider, B. (2005). Design - eine Einführung. Birkhäuser.
- Schweppenhäuser, G. (2016). Designtheorie. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Wendling, E. (2021): Filmproduktion. Eine Einführung in die Produktionsleitung. Bonn: Rheinwerk
- Yagapen, M. (2023): Filmgeschäftsführung. Kostenmanagement bei Film und Fernsehen. Köln: Von Harlem

## **Anmerkungen**

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Gestaltungskompetenzen

Design skills

---

**LV-Nummer**

1902

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

2. (empfohlen)

**Lehrformen**

Praktikum

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Prof. Daniela Ewald

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

Vermittlung grundlegender Kenntnisse und praktischer Erfahrungen in der Anwendung branchenüblicher Software wie beispielsweise Photoshop, Indesign, Keynote, Powerpoint zur Gestaltung, Umsetzung und Präsentation von Medienproduktionen. Die Themen Vektor- und Pixelgrafik, Schrift, Satz, Layout, typografisches Raster, Farbräume, Farbmanagement, Bildbearbeitung, Druckausgabe u.a. werden anhand von Online-Tutorials erläutert und durch praxisnahe Aufgabenstellungen vertieft.

**Didaktische Methoden und Medienformen**

Die Lehrinhalte werden unter Verwendung von Online-Tutorials vermittelt.

**Literatur**

Ulysses, V. (2018). Ordnung in der Gestaltung Grafische Raster in Theorie und Praxis. Niggli Verlag  
Wäger, M. (2016). Grafik und Gestaltung das umfassende Handbuch. Rheinwerk Design

**Anmerkungen**

# Modul

## Medienmarketing Media Marketing

---

**Modulnummer**  
2100

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
9 CP

**Dauer**  
2 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
2. - 3. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Modulprüfung

### Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024
- Wiederverwendet International Media Management (B.Sc.), PO2024

### Hinweise für Curriculum

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Christoph Kochhan

### Verpflichtende Voraussetzungen

keine

### Empfohlene Voraussetzungen

keine

### Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- Grundlagen des Marketings und der Markenführung zu diskutieren
- Produkte und Dienstleistungen zu positionieren und operative Marketinginstrumente zielführend einzusetzen
- die Kommunikation mit unternehmerischen Stakeholdern auf unterschiedlichen Medienkanälen zielführend zu führen
- adäquate Methoden zielorientiert einzusetzen
- sich selbst in ihrer Arbeit und in Teams zu organisieren
- ihr Lernen zu optimieren
- Verantwortung im Bereich von Marketingentscheidungen wahrzunehmen

### Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Praxisanwendung, Selbstreflexion, Zeit- und Selbstmanagement, Methoden, Management, Nachhaltigkeit, Wissenschaftliches Arbeiten, Konfliktfähigkeit, Digitalisierung, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Klausur

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

### Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

### Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

270, davon 63 Präsenz (6 SWS) 207 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

### Anmerkungen/Hinweise



## **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

### Pflichtveranstaltung/en:

- Strategisches Marketing (SU, 2. Sem., 1 SWS und V, 2. Sem., 1 SWS)
- Marketingkommunikation (SU, 3. Sem., 1 SWS und V, 3. Sem., 1 SWS)
- Operatives Marketing (V, 3. Sem., 1 SWS und SU, 3. Sem., 1 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Strategisches Marketing  
Strategic Marketing

---

<b>LV-Nummer</b> 2101	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 2. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Christoph Kochhan, Prof. Dr. Holger Schunk

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Marketinggrundlagen und Medienmärkte
- Nachhaltiges Marketingmanagement
- Marke und strategische Markenführung

## Didaktische Methoden und Medienformen

Im seminaristischen Unterricht lösen die Studierenden Aufgaben in Einzel- oder Gruppenarbeit. Sie präsentieren die Ergebnisse und erhalten Feedback von den Mitstudierenden und Lehrenden.

## Literatur

- Bruhn, M. (2022): Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden, 15. Auflage
- Homburg, C. (2020): Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden, 6. Auflage
- Tropp, J. (2019): Moderne Marketing-Kommunikation. Grundlagen, Prozess und Management markt- und kundenorientierter Unternehmenskommunikation, Wiesbaden, 3. Auflage
- Meffert, H. et al. (2018): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden, 13. Auflage
- Esch, F.-R. (2017): Strategie und Technik der Markenführung, München, 9. Auflage
- Regier, S. et al. (2015): Marken und Medien. Führung von Medienmarken und Markenführung mit neuen und klassischen Medien, Wiesbaden

## Anmerkungen

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Marketingkommunikation  
Marketing Communication

---

<b>LV-Nummer</b> 2102	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 3. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Christoph Kochhan, Prof. Dr. Holger Schunk

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Grundlagen der Unternehmens- und Marketingkommunikation
- Ausgewählte Ansätze der analogen und digitalen Marketingkommunikation

## Didaktische Methoden und Medienformen

Im seminaristischen Unterricht lösen die Studierenden Aufgaben in Einzel- oder Gruppenarbeit. Sie präsentieren die Ergebnisse und erhalten Feedback von den Mitstudierenden und Lehrenden.

## Literatur

- Homburg, C. (2020): Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden, 6. Auflage
- Meffert, H. et al. (2018): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden, 13. Auflage
- Beyer, C. (2019): Kongruenz in der Crossmedia-Kommunikation. Eine Untersuchung der Determinanten und Wirkungen, Wiesbaden
- <https://funkemediasales.de/wirliebenwerbung/vertrieb-marketing/gender-marketing/>

## Anmerkungen

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Operatives Marketing  
Operational Marketing

---

<b>LV-Nummer</b> 2103	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 3. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Christoph Kochhan, Prof. Dr. Holger Schunk

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Grundlagen des Konsumentenverhaltens
- Ansätze zur Erforschung des Kaufverhaltens
- Marketing-Mix

## Didaktische Methoden und Medienformen

Im seminaristischen Unterricht lösen die Studierenden Aufgaben in Einzel- oder Gruppenarbeit. Sie präsentieren die Ergebnisse und erhalten Feedback von den Mitstudierenden und Lehrenden.

## Literatur

- Homburg, C. (2020): Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden, 6. Auflage
- Kroeber-Riel, W. / Gröppel-Klein, A. (2019): Konsumentenverhalten, München, 11. Auflage
- Meffert, H. et al. (2018): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden, 13. Auflage

## Anmerkungen

# Modul

Finanz- und Rechnungswesen  
Finance and Accounting

---

**Modulnummer**  
2200

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
6 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
3. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Modulprüfung

## Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024
- Wiederverwendet International Media Management (B.Sc.), PO2024

## Hinweise für Curriculum

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Peter Winzer

## Verpflichtende Voraussetzungen

keine

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- kaufmännische Rechnungslegung zu analysieren und anzuwenden
- Jahresabschlüsse (einschließlich grundlegender steuerlicher Wirkungen auf das betriebliche Geschehen) zu beschreiben und zu bewerten
- die einschlägigen Prinzipien und Methoden der Kostenrechnung im betrieblichen Kontext einzuordnen und anzuwenden

## Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Zeit- und Selbstmanagement, Verantwortungsvolles Handeln, Methoden, Management, Digitalisierung, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Klausur

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

## Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

## Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

## Anmerkungen/Hinweise

## **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

### Pflichtveranstaltung/en:

- Steuern und Jahresabschluss (Ü, 3. Sem., 1 SWS und V, 3. Sem., 1 SWS)
- Kostenrechnung (V, 3. Sem., 1 SWS und Ü, 3. Sem., 1 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Steuern und Jahresabschluss  
Taxes & Financial Statements

---

<b>LV-Nummer</b> 2201	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 3. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung, Übung	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Peter Winzer

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Einführung in die (deutschen) Rechnungslegungsgrundsätze
- Laufende Buchführung und Jahresabschlussbuchungen
- Erstellung des Jahresabschlusses
- Jahresabschlussanalyse
- Steuerliche Grundbegriffe und Kennzeichen des (deutschen) Steuersystems
- Einkommensteuer/Körperschaftsteuer/Umsatzsteuer/Gewerbesteuer

## Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrveranstaltung wird primär in Form von Präsenzlehre durchgeführt, die fall-/bedarfsweise (insbesondere bei den Übungen) durch (Live-)Online-Lehrveranstaltungen ergänzt werden kann. Zusätzlich zur Lektüre der u. g. Literatur wird ein Skript sowie ein Übungskatalog zur Verfügung gestellt. Die empfohlene Literatur bietet zudem die Möglichkeit, einzelne Aspekte zu vertiefen.

Die Inhalte der Lehrveranstaltung sind sehr Zahlen-/Rechnen-intensiv. Die langjährige Erfahrung zeigt, dass diese Inhalte nur unter Zuhilfenahme von Übungen erfolgreich vermittelt werden können. Daher wird das grundlegende Wissen primär in den Vorlesungen vermittelt. Die für das Verständnis notwendige Anwendung und Vertiefung des Stoffes erfolgt i.d.R. in Übungen (auf Basis eines gesondert bereitgestellten Übungskataloges).

## Literatur

- Bolin, M. / Langenbeck, J. (2016): Kompakttraining Bilanzanalyse, 4. Auflage, Kiehl Verlag, Ludwigshafen.
- Döring, U. / Buchholz, R. (2021): Buchhaltung und Jahresabschluss, 16. Auflage, Erich Schmidt Verlag, Berlin.
- Hottmann, J. / Beckers, M. / Schustek, H. (2021): Einkommensteuer, 24. Auflage, Schäffer-Pöschel Verlag, Stuttgart.
- Jossé, G. (2014): Buchführung aber locker, 16. Auflage, CC-Verlag, Hamburg
- Kreft, V. (2012): Steuerrecht schnell erfasst, 6. Auflage, Springer Verlag, Berlin.
- Kudert, S. (2019): Steuerrecht leicht gemacht, 6. Auflage, Kleist Verlag, Berlin.
- Mindermann, T. / Brössel, G.. (2020): Buchführung und Jahresabschlusserstellung nach HGB Lehrbuch, 7. Auflage, Erich Schmidt Verlag, Berlin.
- Schwind, H. / Hauptmann, P. (2019): Einkommensteuer - leicht gemacht: übersichtlich - kurzweilig einprägsam, 4. Auflage, Kleist Verlag, Berlin.
- Wichtige Steuergesetze mit Durchführungsverordnungen (Gesetzestext, aktuellste Version).

## Anmerkungen

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Kostenrechnung  
Costing/Controlling

---

<b>LV-Nummer</b> 2202	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 3. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung, Übung	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Peter Winzer

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Einführung in die Kostenrechnung
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung
- Kostenträgerrechnung
- Kostenrechnungssysteme
- Controllingansätze und neuere Kostenrechnungssysteme
- Fallstudien

## Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrveranstaltung wird primär in Form von Präsenzlehre durchgeführt, die fall-/bedarfsweise (insbesondere bei den Übungen) durch (Live-)Online-Lehrveranstaltungen ergänzt werden kann. Sie orientiert sich überwiegend an den u. g. Quellen von Olfert (und Dahmen). Bei Bedarf kann ergänzend ein Skript sowie ein Übungskatalog zur Verfügung gestellt werden. Die empfohlene Literatur bietet die Möglichkeit, einzelne Aspekte zu vertiefen.

Die Inhalte der Lehrveranstaltung sind sehr Zahlen-/Rechnen-intensiv. Die langjährige Erfahrung zeigt, dass diese Inhalte nur unter Zuhilfenahme von Übungen erfolgreich vermittelt werden können. Daher wird das grundlegende Wissen primär in den Vorlesungen vermittelt. Die für das Verständnis notwendige Anwendung und Vertiefung des Stoffes erfolgt i.d.R. in Übungen (auf Basis eines gesondert bereitgestellten Übungskataloges).

## Literatur

- Dahmen, A (2014): Kostenrechnung, 4. Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Friedl, F./Hofmann, C./Pedell, B. (2022): Kostenrechnung Eine entscheidungsorientierte Einführung, 4. Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Horsch, J. (2020): Kostenrechnung, 4. Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden.
- Manz, K. / Dahmen, A. (2001): Kompaktstudium Wirtschaftswissenschaften, Band 3: Kostenrechnung, 3. Auflage, Verlag Vahlen, München.
- Olfert, K. (2021): Kompakttraining Kostenrechnung, 9. Auflage, Kiehl Verlag, Ludwigshafen.
- Schmidt, A. (2022): Kostenrechnung, 9. Auflage, Kohlhammer Verlag, Stuttgart.

## Anmerkungen



# Modul

## Interdisziplinäre und interkulturelle Kompetenzen Interdisciplinary and Intercultural Competences

---

**Modulnummer**

2300

**Kürzel****Modulverbindlichkeit**

Pflicht

**Leistungspunkte**

6 CP

**Dauer**

1 Semester

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch; Englisch

**Fachsemester**

3. (empfohlen)

**Prüfungsart**

Kombinierte Modulprüfung

**Modulverwendbarkeit**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Hinweise für Curriculum****Modulverantwortliche(r)**

Prof. Christopher Dahm, Dozentinnen und Dozenten des Sprachenzentrums, Simone Marx

**Verpflichtende Voraussetzungen**

keine

**Empfohlene Voraussetzungen**

- Englischkenntnisse auf Niveau B2 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen

**Ziele des Moduls**

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- englischsprachige, fachbezogene und interkulturelle Präsentationen zu halten, Diskussionen zu führen und fachspezifische Texte zu verstehen bzw. zu verfassen. / give subject-related and intercultural presentations, lead discussions as well as understand and write subject-specific texts in English.
- projektbezogene Erfahrungen praktisch umzusetzen und zu reflektieren, zum Beispiel im Bereich Evaluation, Öffentlichkeitsarbeit, Eventmanagement oder Dokumentation. / to practically implement and reflect on project-related experiences, for example in the field of evaluation, public relations, event management or documentation.
- ein interdisziplinäres Team für Projekte im Bereich des Medienmanagements zu bilden und effektiv Situationen zu lösen, in denen Kompromisse erreicht und Konflikte gelöst werden müssen. / form an interdisciplinary team for projects in the field of media management and effectively resolve situations where compromises need to be reached and conflicts resolved.
- effiziente Projektplanungsprozesse anzuwenden und professionelle Veranstaltungen zu planen, zu organisieren und durchzuführen./ apply efficient project planning processes and plan, organise and hold professional events.
- innerhalb eines interdisziplinären Teams erfolgreich logistische Abläufe zu definieren und zu monitoren./ successfully define and monitor logistical processes within an interdisciplinary team.
- Grundlagen der interkulturellen Kompetenz anzuwenden (Wissen über und Umgang mit Kommunikation und Situationen im interkulturellen Kontext)./ apply the basics of intercultural competence (knowledge about and handling of communication and situations in an intercultural context).

**Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:**

Kommunikation, Praxisanwendung, Zeit- und Selbstmanagement, Management, Sprachen, Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit

**Leistungsart:** Studienleistung**Prüfungsform:** praktische / künstlerische Tätigkeit**Modulbewertung:** Mit Erfolg Teilgenommen**Leistungsart:** Prüfungsleistung**Prüfungsform:** Portfolioprüfungen**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

### **Gewichtungsfaktor für Gesamtnote**

nach CP

### **Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden**

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

### **Anmerkungen/Hinweise**

### **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

#### Pflichtveranstaltung/en:

- Interdisziplinäre Kompetenzen (SU, 3. Sem., 2 SWS)
- Intercultural Communication in English (Ü, 3. Sem., 2 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Interdisziplinäre Kompetenzen  
Interdisciplinary Competences

---

**LV-Nummer**

2301

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

3. (empfohlen)

**Lehrformen**

Seminaristischer Unterricht

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Prof. Christopher Dahm

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

- Konzeptionelle Bearbeitung anhand der Disziplinen Design, Wirtschaft, Technik.
- Beispielsweise im Rahmen von Projekt- und Eventmanagement
- Unterschiedliche Rollen/Gewerke zur Bildung eines interdisziplinären Projektes im Bereich Medienmanagement
- Kommunikation im Team
- Projektdokumentation
- Planung und Einsatz von Medientechnik
- Online-Kommunikation

**Didaktische Methoden und Medienformen**

Gruppenarbeiten und Präsentationen

**Literatur**

Abhängig von Aufgabenstellung und Inhalt; wird aktuell bekannt gegeben.

**Anmerkungen**

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Intercultural Communication in English  
Intercultural Communication in English

---

**LV-Nummer**  
2302

**Kürzel**

**Leistungspunkte**  
CP

**Fachsemester**  
3. (empfohlen)

**Lehrformen**  
Übung

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Englisch

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Simone Marx, Master (M.B.S.) Anna-Janina Wittan

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Interkulturelle Kompetenz und Kommunikation (Theorien, Analyse, Reflektion, Lösungsfindung) / Intercultural competence and communication (theories, analysis, reflection, finding solutions)
- Präsentationen / Presentations
- Textproduktion / Writing skills
- Auswahl und Bearbeitung eines spezifischen Themas im Kontext interkultureller Kommunikation mit Präsentationen und Diskussionen / Selection and analysis of a specific topic in the context of intercultural communication with presentations and discussions

## Didaktische Methoden und Medienformen

Diskussion, Gruppenarbeit und Präsentationen in Präsenz./ Discussion, group work and presentations on campus. Im Rahmen der Portfolioprüfung arbeiten die Studierenden Aufgaben aus und halten eine Präsentation / The portfolio examination includes students' work on written tasks and a presentation.

## Literatur

Wird zu Beginn des Unterrichts bekannt gegeben.

## Anmerkungen

# Modul

## Organisation und Personal Organisation and Human Resources Management

---

**Modulnummer**  
2400

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
6 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
3., 7. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Modulprüfung

### Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024
- Wiederverwendet Media Management (B.Sc.), PO2024

### Hinweise für Curriculum

Für Media Management wird dieses Modul im 7. Semester, für International Media Management im 3. Semester angeboten.

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Thorsten Petry

### Verpflichtende Voraussetzungen

keine

### Empfohlene Voraussetzungen

keine

### Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- die Relevanz von Prozessen und Strukturen sowie der darin agierenden Menschen für das erfolgreiche Management von (Medien-)Unternehmen zu diskutieren
- die grundlegenden Ziele und Fragestellungen sowie zentralen Stellgrößen der Organisationsgestaltung und des Personalmanagements von (Medien-)Unternehmen zu benennen und zu beschreiben
- klassische und agile Organisationsansätze bzw. -methoden zu differenzieren und hinsichtlich ihrer Vor- und Nachteile zu analysieren
- typische Ansätze bzw. Methoden zur Gestaltung der verschiedenen Teilfunktionen des Personalmanagements zu benennen und zu beschreiben
- die Eignung unterschiedlicher Organisations- und Personalmanagementansätze in konkreten Unternehmenssituationen (unter Berücksichtigung aktueller Herausforderungen wie z.B. Digitalisierung und Nachhaltigkeit) zu beurteilen
- reale organisatorische bzw. personelle Maßnahmen von Unternehmen (z.B. aus Presse- oder Geschäftsberichten) zu analysieren und zu diskutieren
- adäquate organisatorische bzw. personelle Lösungsansätze für spezifische Unternehmenssituationen zu empfehlen
- sich in der organisatorischen und personellen Terminologie kompetent auszudrücken
- organisatorische und personelle Arbeits- und Entscheidungsprozesse in Unternehmen professionell zu gestalten
- selbstorganisiert zu arbeiten und ihre eigenen Lern- und Arbeitsprozesse effektiv und effizient zu gestalten

### Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Praxisanwendung, Zeit- und Selbstmanagement, Verantwortungsvolles Handeln, Methoden, Management, Nachhaltigkeit, Digitalisierung

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Klausur

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungs-

dauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

### **Gewichtungsfaktor für Gesamtnote**

nach CP

### **Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden**

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

### **Anmerkungen/Hinweise**

### **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Organisation (SU, 3., 7. Sem., 1 SWS und V, 3., 7. Sem., 1 SWS)
- Personalmanagement (V, 3., 7. Sem., 1 SWS und SU, 3., 7. Sem., 1 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Organisation  
Organisation

---

<b>LV-Nummer</b> 2401	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 3., 7. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Thorsten Petry

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Grundlagen und aktuelle Entwicklungen (bspw. Nachhaltigkeit und Digitalisierung) der Organisation
- Kernelemente klassischer Organisationsgestaltung
- Unterschiede von klassischer und agiler Organisationsgestaltung
- Ambidextrie von klassischer und agiler Organisationsgestaltung
- Prozess- bzw. Ablauforganisation
- Struktur- bzw. Aufbauorganisation
- Projektorganisation

## Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrveranstaltung wird als Mix aus Präsenz- (primär) und Onlineelementen (wenn didaktisch besser passend) durchgeführt. Die Veranstaltung besteht aus Vorlesungs- (Umfang: 1 SWS) und dazu passenden Übungselementen (Umfang: 1 SWS, in Form von seminaristischem Unterricht), in denen die Studierenden verschiedene Organisationsaspekte analysieren, konkrete Unternehmenssituationen beurteilen oder adäquate Lösungsansätze für spezifische Unternehmenssituationen empfehlen. Zusätzlich werden zum Vor- und Nachbereiten passend zur Veranstaltung eigenerstellte Erklärungsvideos zur Verfügung gestellt. Basisgrundlage der Veranstaltung ist ein detailliertes Folien-Skript, das für jedes Kapitel Leitfragen, Inhaltsfolien und eine Zusammenfassung enthält. Die Übungen bestehen aus Kontroll-/Wiederholungsfragen, Diskussionen und Anwendungen in Case Studies. Die empfohlene Literatur bietet die Möglichkeit, einzelne Aspekte nachzulesen oder zu vertiefen.

## Literatur

Unter anderem die jeweils aktuellste Ausgabe von:

- Bach, N. / Brehm, C. / Buchholz, W. / Petry, T. (2017): Organisation Gestaltung wertschöpfungsorientierter Architekturen, Prozesse und Strukturen, 2. Auflage, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Gadatsch, A. (2020): Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Analyse, Modellierung, Optimierung und Controlling von Prozessen, 9. Auflage, SpringerVieweg Verlag, Wiesbaden.
- Kuster, J. / Bachmann, C. / Hubmann, M. / Lippman, R. / Schneider, P. (2022): Handbuch Projektmanagement: Agil Klassisch Hybrid, 5. Auflage, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Petry, T. / Konz, C. (Hrsg., 2021): Agile Organisation Methoden, Prozesse und Strukturen im digitalen VUCA-Zeitalter, Dr. Götz Schmidt Verlag, Gießen.
- Vahs, D. (2019): Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, 10. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.

## Anmerkungen

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Personalmanagement  
Human Resources Management

---

<b>LV-Nummer</b> 2402	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 3., 7. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Dr. Rupert Felder

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Grundlagen und aktuelle Entwicklungen des Personalmanagements
- Personalstrategie und -planung
- Personalmarketing und -beschaffung
- Personalentwicklung
- Personaleinsatz, -beurteilung und -vergütung
- Personalfreisetzung
- Personalverwaltung und -service
- Personalführung

## Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrveranstaltung wird als Mix aus Präsenz- (primär) und Onlineelementen (wenn didaktisch besser passend) durchgeführt. Die Veranstaltung besteht aus Vorlesungs- (Umfang: 1 SWS) und dazu passenden Übungselementen (Umfang: 1 SWS, in Form von seminaristischem Unterricht), in denen die Studierenden verschiedene Organisationsaspekte analysieren, konkrete Unternehmenssituationen beurteilen oder adäquate Lösungsansätze für spezifische Unternehmenssituationen empfehlen. Basisgrundlage der Veranstaltung ist ein detailliertes Folien-Skript. Die Übungen bestehen aus Kontroll-/Wiederholungsfragen, Diskussionen und Anwendungen in Case Studies. Die empfohlene Literatur bietet die Möglichkeit, einzelne Aspekte nachzulesen oder zu vertiefen.

## Literatur

Unter anderem die jeweils aktuellste Ausgabe von:

- Dannhäuser, R. (Hrsg., 2020): Praxishandbuch Social Media Recruiting: Experten Know-How / Praxistipps / Rechtshinweise, 4. Auflage, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Edwards, M. / Edwards, K. (2019): Predictive HR Analytics: Mastering the HR Metric, 2. Auflage, KoganPage Verlag, New York.
- Felder, R. (2021): Nachhaltigkeit und HR: Arbeitsrechtliche Grundlagen, theoretischer Hintergrund, praxisnahe Methoden, Haufe Verlag, Freiburg.
- Petry, T. / Jäger, W. (Hrsg., 2021): Digital HR: Smarte und agile Systeme, Prozesse und Strukturen im Personalmanagement, 2. Auflage, Haufe Verlag, Freiburg.
- Scholz, C. / Scholz, T. M. (2019): Grundzüge des Personalmanagements, 3. Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Spengler, T. / Metzger, O. / Volkmer, T. (2019): Moderne Personalplanung: Modelle, Methoden und Fallbeispiele, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Stock-Homburg, R. / Groß, M. (2019): Personalmanagement: Theorien - Konzepte Instrumente, 4. Auflage, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Trost, A. (2018): Neue Personalstrategien zwischen Stabilität und Agilität, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Wagner, D. (Hrsg., 2020): Praxishandbuch Personalmanagement, 2. Auflage, Haufe Verlag, Freiburg.
- Weibler, J. (2023): Personalführung, 4. Auflage, Vahlen Verlag, München.



## **Anmerkungen**

# Modul

## Projektstudium I Project Studies I

---

**Modulnummer**  
2500

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
15 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
4. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Kombinierte Modulprüfung

**Modulverwendbarkeit**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Hinweise für Curriculum**  
Es besteht Anwesenheitspflicht in 75% der Lehrveranstaltungen.

**Modulverantwortliche(r)**  
Prof. Dr. Holger Schunk

**Verpflichtende Voraussetzungen**

- Design I - Konzeption, Gestaltung, Methodik
- Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)
- Media Technology I
- Wirtschaft und Recht
- Design II - Methoden, Perspektiven, Gestaltungskompetenzen
- Media Technology II
- Umsetzungskompetenzen Medien und Wirtschaft
- Medienmarketing
- Finanz- und Rechnungswesen
- Empirische Medienforschung
- entweder Interaktive Medien & User Interfaces I (IM/UI) oder Motion Image & Sound I (MIS)

**Empfohlene Voraussetzungen**  
keine

**Ziele des Moduls**  
Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- Entscheidungen im Rahmen des Projekts fachlich und methodisch zu begründen.
- anwendungsbezogene Problemstellungen und Fragestellungen innerhalb eines Projekts im Team zu bearbeiten.
- Methoden und Tools des Projektmanagements zu erläutern und Projekte zu planen, zu gestalten sowie zu evaluieren.
- in Teams in Präsenz und auf Distanz kooperativ und verantwortlich zu arbeiten.
- Personen- und fachbezogene Kommunikationsprozesse angemessen zu initiieren und zu steuern und dabei unterschiedliche Sichtweisen und Perspektiven zu berücksichtigen
- Erfahrungen mit den Akteuren und Akteurinnen in der Praxis wie auch im Team als eigenen Bildungsprozesses zu sehen und zu reflektieren.
- zu reflektieren, dass sie mit Hilfe eines Projektes einen Beitrag zur Lösung berufs- bzw. gesellschaftsrelevanter Herausforderungen leisten können.

**Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:**  
Kommunikation, Praxisanwendung, Selbstreflexion, Zeit- und Selbstmanagement, Verantwortungsvolles Handeln, Methoden, Management, Nachhaltigkeit, Wissenschaftliches Arbeiten, Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit, Digitalisierung, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Ausarbeitung u. praktische / künstlerische Tätigkeit o. Hausarbeit u. praktische / künstlerische Tätigkeit

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

**Gewichtungsfaktor für Gesamtnote**

nach CP

**Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden**

450, davon 115.5 Präsenz (11 SWS) 334.5 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

**Anmerkungen/Hinweise**

**Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Projekt I (Proj, 4. Sem., 10 SWS)
- Projektmanagement und Präsentation I (SU, 4. Sem., 1 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Projekt I

Project I

---

**LV-Nummer**

2501

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

4. (empfohlen)

**Lehrformen**

Projekt

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Dozentinnen und Dozenten des Studiengangs

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

Regelmäßige Projekttreffen und Meilensteinkontrolle; Anleitung, Hilfestellung und Feedback durch die betreuenden Professoren und Professorinnen.

- Definition des Projektziels
- Projektplanung
- Projektrealisierung
- Präsentationen (Zwischenpräsentation, Endpräsentation)
- Projektdokumentation und Projektreflektion

**Didaktische Methoden und Medienformen**

projektabhängig

**Literatur**

projektabhängig

**Anmerkungen**

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Projektmanagement und Präsentation I  
Project Management and Presentations I

---

**LV-Nummer**  
2502

**Kürzel**

**Leistungspunkte**  
CP

**Fachsemester**  
4. (empfohlen)

**Lehrformen**  
Seminaristischer Unterricht

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Dozentinnen und Dozenten des Studiengangs

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Projektmanagement-Methoden und -Tools
- Strategische Planung und kreative Prozesse
- Erfolgsfaktoren von Projekten
- Präsentation von Projektergebnissen

## Didaktische Methoden und Medienformen

Didaktische Methoden und Medienformen projektabhängig

## Literatur

projektabhängig

## Anmerkungen

# Modul

## Unternehmensführung Corporate Management

---

**Modulnummer**  
2600

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
9 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
4. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Modulprüfung

**Modulverwendbarkeit**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

### Hinweise für Curriculum

**Modulverantwortliche(r)**  
Prof. Dr. Peter Winzer

**Verpflichtende Voraussetzungen**  
keine

**Empfohlene Voraussetzungen**  
keine

### Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- die Investitionsentscheidungsprozesse im Unternehmen zu beschreiben sowie verschiedene Verfahren der Investitionsrechnung (in Abhängigkeit von der konkreten Situation) anzuwenden
- Methoden der Unternehmensbewertung zu benennen und einzuordnen
- die Grundprinzipien der Finanzierung bzw. Kapitalbeschaffung (v. a. auch unter Risikoaspekten) zu erklären sowie Kapitalkosten (inkl. der Differenzierung in Eigen- und Fremdkapital) von Unternehmen zu ermitteln
- die grundlegenden Elemente und Fragestellungen der normativen Unternehmensführung zu benennen und zu beschreiben
- den Strategieprozess zu beschreiben und auf konkrete Unternehmens- bzw. Geschäftsbereichssituationen anzuwenden
- reale Strategien bzw. Strategiemassnahmen von Unternehmen bzw. Geschäftsbereichen zu analysieren und zu beurteilen
- Risiken und Chancen von Start-ups zu evaluieren, Geschäftsideen zu bewerten und daraus Geschäftsmodelle zu entwickeln
- Handlungsfelder einer Unternehmensgründung zu benennen und jeweils entsprechende Konzepte umzusetzen
- Methoden der Markenbewertung zu benennen, einzuordnen und zu evaluieren

### Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Praxisanwendung, Verantwortungsvolles Handeln, Methoden, Management, Wissenschaftliches Arbeiten

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Klausur

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

**Gewichtungsfaktor für Gesamtnote**  
nach CP

**Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden**

270, davon 63 Präsenz (6 SWS) 207 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

**Anmerkungen/Hinweise****Zugehörige Lehrveranstaltungen**Pflichtveranstaltung/en:

- Investition und Finanzierung (V, 4. Sem., 1 SWS und SU, 4. Sem., 1 SWS)
- Start-ups und KMU-Management (SU, 4. Sem., 1 SWS und V, 4. Sem., 1 SWS)
- Strategisches Management (V, 4. Sem., 2 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Investition und Finanzierung  
Investment & Finance

---

<b>LV-Nummer</b> 2601	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 4. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Peter Winzer

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Grundprinzipien der Investitionsrechnung
- Statische Verfahren der Investitionsrechnung
- Dynamische Verfahren der Investitionsrechnung
- Finanzinvestitionen und Unternehmensbewertung
- Shareholder-Value-Ansatz
- Finanzierungsformen
- Kapitalkosten
- Finanzderivate
- Rating

## Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrveranstaltung wird primär in Form von Präsenzlehre durchgeführt, die fall-/bedarfsweise (insbesondere bei der Besprechung/Diskussion ergänzender Anwendungsfälle) durch (Live-)Online-Lehrveranstaltungen ergänzt werden kann. Sie orientiert sich überwiegend an den u. g. Quellen von Olfert (und Dahmen). Bei Bedarf kann ergänzend ein Skript sowie ein Übungskatalog zur Verfügung gestellt werden. Die empfohlene Literatur bietet die Möglichkeit, einzelne Aspekte zu vertiefen.

Im seminaristischen Unterricht lösen die Studierenden Aufgaben in Einzel- oder Gruppenarbeit. Sie präsentieren die Ergebnisse und erhalten Feedback von den Mitstudierenden und Lehrenden.

## Literatur

- Becker, H. P. / Peppmeier, A. (2022): Investition und Finanzierung Grundlagen der betrieblichen Finanzwirtschaft, 9. Auflage, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Dahmen, A. (2007): Kompaktstudium Wirtschaftswissenschaften, Band 6 Finanzierung, 3. Auflage, Verlag Vahlen, München.
- Olfert, K. (2017): Kompakt-Training Finanzierung, 9. Auflage, Kiehl Verlag, Herne.
- Olfert, K. (2021): Kompakt-Training Investition, 8. Auflage, Kiehl Verlag, Herne.
- Pape, U. (2018): Grundlagen der Finanzierung und Investition, 4. Auflage, Walter de Gruyter Verlag, Berlin.
- Wöltje, J. (2022): Investition und Finanzierung Grundlagen, Verfahren, Übungsaufgaben und Lösungen, 3. Auflage, Haufe Verlag, Freiburg.

## Anmerkungen



# Zugehörige Lehrveranstaltung

Start-ups und KMU-Management

Start-ups and SME Management

---

<b>LV-Nummer</b> 2602	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 4. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Holger Schunk

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Wirtschaftliche Bedeutung und Besonderheiten von Start-ups, kleinen und mittleren Unternehmen
- Risiken und Chancen von Start-ups
- Unternehmer und Unternehmerinnen
- Unternehmensgründung
- Bewertung von Geschäftsideen
- Hidden Champions
- Familienunternehmen
- Strategisches und operatives Management und Marketing von Start-ups, kleinen und mittleren Unternehmen

## Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrveranstaltung setzt sich aus einer Vorlesung und seminaristischen Unterricht zusammen. Die Lehrveranstaltung basiert auf einem (Folien-)Skript, welches die elementaren Grundlagen zu den Themen der Lehrveranstaltung umfasst. In Kleingruppen wird das vermittelte Wissen angewandt und fragestellungsorientiert erweitert.

## Literatur

- Santisteban, J., & Mauricio, D. (2017). Systematic literature review of critical success factors of information technology startups. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(2), 1-23.
- Groenewegen, G., & de Langen, F. (2012). Critical success factors of the survival of start-ups with a radical innovation. *Journal of applied economics and business research*, 2(3), 155-171.
- Casagrande, M., Dünser, M., Lippitsch, G., Mühlfellner, R., Ruf, M., & Steininger, F. (2013). *Markenexzellenz im innovativen Mittelstand: Grundsätze, Arbeitsmethoden, Beispiele ein Leitfaden für Praktiker*. Springer Verlag.
- Dünser, B. (2012). *Gezielte Erfolgsplanung in KMU: Zielorientierung als strategisches Controlling-Instrument*. Springer Verlag.
- Feldmeier, G., Lukas, W., & Simmet, H. (2015). *Globalisierung KMU*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-07868-3>
- Kraiczy, N. (2013). Innovations in small and medium-sized family firms: An analysis of innovation-related top management team behaviors and family firm-specific characteristics. *Familienunternehmen und KMU*. Springer Verlag. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-00063-9>
- Sell, S., & Seibold, M. (2014). *Vom Hidden Champion zum Brand Champion*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-03988-2>
- Simon, H. (2007). *Hidden Champions des 21. Jahrhunderts: Die Erfolgsstrategien unbekannter Weltmarktführer* (1. Aufl.). Campus Frankfurt / New York.
- Struwe, J. (2017). *Finanzierung und Investition in KMU*. Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
- Wessel, S. (2013). *Goals, Control and Conflicts in Family Offices: A Conceptual and In-depth Qualitative Study* (1. Aufl.). *Familienunternehmen und KMU*. Springer Fachmedien Wiesbaden; Imprint: Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-02491-8>
- Zenker, K. (2012). *Strategic Management für den Mittelstand: Unternehmensführung in KMU*. GRIN Verlag. <https://www.grin.com>

## **Anmerkungen**

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Strategisches Management  
Strategic Management

---

<b>LV-Nummer</b> 2603	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 4. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Thorsten Petry

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Grundlagen der Unternehmensführung
- Normative Unternehmensführung
- Strategie als Kernelement der Unternehmensführung
  - Grundlagen von Strategie
  - Strategische Analyse
  - Strategieformulierung und -auswahl
  - Strategieimplementierung und -kontrolle
- Unternehmensentwicklung
- Unternehmenskommunikation

## Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrveranstaltung wird als Mix aus Präsenzvorlesung (primär), Live-Online-Vorlesung (ergänzend) und passend zur Veranstaltung eigenerstellten Erklärvideos (zum Vor- und Nachbereiten) durchgeführt. Basisgrundlage der Veranstaltung ist ein detailliertes Folien-Skript, das für jedes Kapitel Leitfragen, Inhaltsfolien und eine Zusammenfassung enthält. Da die Veranstaltung keine eigene Übung umfasst, enthält das Skript in jedem Kapitel zusätzlich Kontrollfragen und Übungen zum Selbststudium (alleine oder in einer Lerngruppe). Vereinzelt Elemente daraus werden zu Beginn jeder Sitzung, zur Wiederholung der letzten Sitzung kurz aufgegriffen. Die empfohlene Literatur bietet die Möglichkeit, einzelne Aspekte nachzulesen oder zu vertiefen.

## Literatur

- Bea, F. / Haas, J. (2019): Strategisches Management, 10. Auflage, UVK Verlag, München.
- Bach, N. / Brehm, C. / Buchholz, W. / Petry, T. (2017): Organisation Gestaltung wertschöpfungsorientierter Architekturen, Prozesse und Strukturen, 2. Auflage, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Dillerup, R. / Stoi, R. (2022): Unternehmensführung: Erfolgreich durch modernes Management & Leadership, 6. Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Hungenberg, H. (2014): Strategisches Management in Unternehmen: Ziele - Prozesse - Verfahren, 8. Auflage, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Hungenberg, H/ Wulf, T. (2021): Grundlagen der Unternehmensführung, 6. Auflage, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Macharzina, K. / Wolf, J. (2017): Unternehmensführung: Das internationale Managementwissen Konzepte - Methoden - Praxis, 10. Auflage, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Petry, T. (Hrsg., 2019): Digital Leadership Erfolgreiches Führen in Zeiten der Digital Economy, 2. Auflage, Haufe Verlag, Freiburg.
- Piwinger, M. / Zerfaß, A. (Hrsg., 2022): Handbuch Unternehmenskommunikation: Strategie Management Wertschöpfung, 3. Auflage, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Schreyögg, G. / Koch, J. (2020): Management: Grundlagen der Unternehmensführung, 8. Auflage, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Wunder, T. (2016): Essentials of Strategic Management: Effective Formulation and Execution of Strategy, Schäffer-Peschel Verlag, Stuttgart.

## Anmerkungen

# Modul

## Berufspraktische Tätigkeit Internship

---

**Modulnummer**  
2700

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
30 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
5. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Kombinierte Modulprüfung

**Modulverwendbarkeit**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Hinweise für Curriculum**  
Es besteht Anwesenheitspflicht im Einführungs- und Abschlusskolloquium des Begleitseminars.

**Modulverantwortliche(r)**  
Prof. Dr. Silke Wickel-Kirsch

**Verpflichtende Voraussetzungen**

- Im Modul Berufspraktische Tätigkeit wird zum Praktikum sowie zum im Rahmen des Begleitseminars vorgesehenen Abschlusskolloquium zugelassen, wer 90 Credit Points aus dem 1. bis 3. Semester erfolgreich abgeschlossen hat.

**Empfohlene Voraussetzungen**  
keine

**Ziele des Moduls**  
Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- ihre bis dato gewonnen theoretischen Fach- und Methodenkompetenzen in der Praxis anzuwenden und dort zu vertiefen
- interdisziplinäre Zusammenhänge zwischen den unterschiedlichen Arbeitsbereichen durch die praktische Anwendung zu erkennen
- ihre erworbenen Branchenkenntnisse sowie die fachliche Ausrichtung ihres angestrebten Berufsfeldes zu reflektieren
- künftige Entwicklungsmöglichkeiten und Karrierewege zu erkennen, sowie die Anforderungen hierfür zu reflektieren
- die bearbeiteten Themen wissenschaftlich fundiert zu präsentieren und diskutieren

**Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:**  
Kommunikation, Praxisanwendung, Selbstreflexion, Zeit- und Selbstmanagement, Verantwortungsvolles Handeln, Methoden, Management, Nachhaltigkeit, Wissenschaftliches Arbeiten, Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit, Digitalisierung, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Studienleistung      **Prüfungsform:** Ausarbeitung u. Präsentation      **Modulbewertung:** Mit Erfolg Teilgenommen

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

**Gewichtungsfaktor für Gesamtnote**  
nach CP

**Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden**  
900, davon 10.5 Präsenz (1 SWS) 889.5 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

## **Anmerkungen/Hinweise**

### **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Praktikum (29 CP) (P, 5. Sem., 0 SWS)
- Begleitseminar (SU, 5. Sem., 1 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Praktikum (29 CP)

Internship (29 CP)

---

**LV-Nummer**

2701

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

5. (empfohlen)

**Lehrformen**

Praktikum

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Prof. Dr. Jutta Hahn

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

Die Berufspraktische Tätigkeit dient der Orientierung im angestrebten Berufsfeld; insbesondere dem Kennenlernen der Umsetzung von Theorie in die Praxis.

**Didaktische Methoden und Medienformen**

- Im Laufe des Praktikums soll an die berufliche Tätigkeit für eine Media Managerin bzw. für einen Media Manager herangeführt werden. Die im Studium vermittelten Kenntnisse sollen auf die Lösung von Problemen aus der Praxis angewandt werden. Durch praktische Erfahrungen können die erworbenen Studien- und Lerninhalte vertieft und erweitert werden.
- Über das Praktikum ist eine strukturierte Präsentation zu erstellen in welcher in Ergänzung zu den Tätigkeiten und Erfahrungen auch über den Bezug zum Studium und der Orientierung im angestrebten Berufsfeld reflektiert wird.

**Literatur**

abhängig vom konkreten Praktikum

**Anmerkungen**

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Begleitseminar  
Internship Seminar & Colloquium

---

<b>LV-Nummer</b> 2702	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 5. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Seminaristischer Unterricht	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Jutta Hahn

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Einführungsveranstaltung: Vorbereitung auf das Berufspraktikum.
- Abschlussveranstaltung: Online-Präsentationen der abgeschlossenen berufspraktischen Tätigkeiten.
- Fachliche Begleitung während der Berufspraktischen Tätigkeit bei Bedarf

## Didaktische Methoden und Medienformen

- Die Einführungsveranstaltung in Präsenz bereitet die Studierenden auf das Berufspraktikum vor. Es werden die Kriterien für die Auswahl (und spätere Anerkennung) der Praktikumsstelle vermittelt und der Ablauf des Moduls, bzw. die Leistungserbringung, wird erklärt. Die Einführungsveranstaltung ist vor der Bewerbung und vor Antritt des Berufspraktikums zu besuchen.
- Die Abschlussveranstaltung findet nach Abschluss des 6-monatigen Berufspraktikums statt. Hierbei berichten Sie von Ihrem Praktikum. Sie sollen dabei die erworbenen Eindrücke, Fähigkeiten und Erkenntnisse reflektieren. Sie erstellen hierzu eine Online-Präsentation, welche von interessierten Studierenden jederzeit online eingesehen werden kann.
- Begleitseminare / Einzelgespräche: Nach der Einführungsveranstaltung und während des Praktikums können die Studierenden durch Hochschullehrer und Hochschullehrerinnen / BPT-Beauftragte auf Anfrage fachlich beraten werden.

## Literatur

- Prüfungsordnung mit Anhang "Berufspraktische Tätigkeit"

## Anmerkungen



# Modul

## Aktuelle Themen des Media Management I Topics of Media Management I

---

**Modulnummer**  
2800

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
6 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
6. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Kombinierte Modulprüfung

**Modulverwendbarkeit**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

### Hinweise für Curriculum

Es können einzelne Termine von der Dozentin oder dem Dozenten als Pflichttermine festgelegt werden, für die Anwesenheitspflicht besteht. In diesem Modul wird der schriftliche Teil mit 67% gewichtet und der mündliche Teil mit 33%.

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Jutta Hahn, Prof. Dr. Ulrike Spierling

### Verpflichtende Voraussetzungen

keine

### Empfohlene Voraussetzungen

keine

### Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens, der Recherche und der Auswertung von Untersuchungen mit konkretem Anwendungsbezug für die berufliche und akademische Praxis in einer Seminararbeit anzuwenden
- aus empirischen Versuchsanordnungen entscheidungsorientiertes Wissen abzuleiten
- in den Bereichen von Media Management, Medienproduktion und -anwendungen aktuelle Trends sowie den Stand der Wissenschaft und Technik zu analysieren
- die Seminararbeit wissenschaftlich fundiert zu präsentieren und deren Inhalte zu diskutieren

### Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Praxisanwendung, Selbstreflexion, Zeit- und Selbstmanagement, Verantwortungsvolles Handeln, Methoden, Management, Nachhaltigkeit, Wissenschaftliches Arbeiten, Konfliktfähigkeit, Digitalisierung

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Ausarbeitung u. Präsentation o. Hausarbeit u. Präsentation

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

### Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

### Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

### Anmerkungen/Hinweise

## **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Aktuelle Themen Mediendesign und -technik (S, 6. Sem., 4 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Aktuelle Themen Mediendesign und -technik  
Topics of Media Design and Technology

---

<b>LV-Nummer</b> 2801	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 6. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Seminar	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Jutta Hahn, Prof. Dr. Ulrike Spierling

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

Aktuelle Themen aus Bereichen des Mediendesigns und der Medientechnologien

- Recherchen zum Stand der Wissenschaft und Technik
- Grundlagen des wissenschaftlichen Schreibens (z.B. Gliederung, Aufbau eines Arguments, Darstellen von Übersichten, Zusammenfassungen)

## Didaktische Methoden und Medienformen

Die Studierenden erhalten zu Beginn je ein individuelles Thema, das in mehreren strukturierten Gesprächen mit dem Dozent und der Dozentin und ggf. weiteren Studierenden fokussiert und auf eine konkrete Aufgabenstellung hin präzisiert wird. Die Studierenden erstellen eine schriftliche Seminararbeit und präsentieren diese.

## Literatur

- Bänsch, Alewell (2013): Wissenschaftliches Arbeiten; Oldenbourg
- Goldenstein, Hunoldt, Walgenbach (2018): Wissenschaftliche(s) Arbeiten in den Wirtschaftswissenschaften: Themenfindung Recherche Konzeption Methodik Argumentation; Springer Gabler
- Kapp (2021): Motion Picture Design; Hanser
- Aktuelle thematische Online-Ressourcen wie z.B.
  - ACM Digital Library
  - IEEE Explore
  - Springer Link

## Anmerkungen

# Modul

Digital Business  
Digital Business

---

**Modulnummer**  
2900

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
9 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
6. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Modulprüfung

## Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Hinweise für Curriculum

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Stephan Böhm

## Verpflichtende Voraussetzungen

keine

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- Digital Business-Lösungen zu konzipieren und zu produzieren sowie entsprechende Digital Business-Projekte zu managen sowie Entscheidungen im Management von Digital Business-Projekten gezielt und begründet zu treffen.
- Erlernte fachspezifische Konzepte und Methoden im Digital Business in wirtschaftlichen Kontexten anzuwenden.
- Methoden im Bereich Digital Business anzuwenden, um Entscheidungen im Managementkontext adäquat vorzubereiten, zu bewerten und umzusetzen.
- Unter Verwendung der einschlägigen Terminologie und in Kenntnis wesentlicher Grundlagen des Digital Business Präsentationen für die Praxis zu erarbeiten und ein Fachpublikum kompetent zu informieren.
- Lernziele für ihre persönliche Weiterentwicklung und individuelle Aspekte des Digital Business zu formulieren und die diesbezügliche Zielerreichung selbstkritisch zu reflektieren sowie notwendige Anpassungen vorzunehmen.
- Arbeits- und Entscheidungsprozesse im Bereich von Digital Business-Lösungen und -Märkten professionell zu gestalten und gegenüber der Gesellschaft verantwortlich zu handeln.
- Herausforderungen aus dem Bereich Digital Business unter der Berücksichtigung von aktuellen Aspekten (bspw. Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Diversity) zu analysieren und zielorientiert zu lösen.

## Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Praxisanwendung, Selbstreflexion, Verantwortungsvolles Handeln, Methoden, Management, Digitalisierung, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Klausur

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

## Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

**Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden**

270, davon 63 Präsenz (6 SWS) 207 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

**Anmerkungen/Hinweise****Zugehörige Lehrveranstaltungen**Pflichtveranstaltung/en:

- Social Media Business (V, 6. Sem., 1 SWS und SU, 6. Sem., 1 SWS)
- Electronic und Mobile Business (V, 6. Sem., 1 SWS und Ü, 6. Sem., 1 SWS)
- Digitale Wirtschaft (V, 6. Sem., 1 SWS und SU, 6. Sem., 1 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Social Media Business

Social Media Business

---

## LV-Nummer

2901

## Kürzel

## Leistungspunkte

CP

## Fachsemester

6. (empfohlen)

## Lehrformen

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht

## Häufigkeit

jedes Semester

## Sprache(n)

Deutsch

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Einführung in die Grundlagen von Social Media: Definitionen, Geschichte und Entwicklung, Plattformen und ihre Funktionen, wichtige Begriffe und Konzepte.
- Funktionsweise von Social-Media-Plattformen: Technologien und Algorithmen, die hinter den verschiedenen Plattformen wie Facebook, Twitter, Instagram und LinkedIn stehen, Datenfluss und -verarbeitung.
- Content-Management: Techniken zur Erstellung, Verwaltung und Verbreitung von Social-Media-Inhalten, Best Practices für die Erstellung von Texten, Bildern, Videos und Audioinhalten.
- Social-Media-Kampagnen und Influencer-Marketing: Gestaltungselemente und Wirkung, Konzeption und Steuerung, Budgetierung, Erfolgskriterien und Messung.
- Social-Media-Integration: Möglichkeiten zur Integration von Social-Media-Tools und -Diensten in Websites und Anwendungen, Verwendung von APIs und Plugins.
- Analytics und Tracking: Verwendung von Tools zur Überwachung von Social-Media-Aktivitäten, Verfolgung von Klicks, Conversion-Raten und anderen Kennzahlen zur Bewertung von Kampagnen und Strategien.
- Digitale Identität und Reputation: Bedeutung der digitalen Identität, Aufbau von digitaler Präsenz und Online-Reputation, Social-Media-Sicherheit.
- Trends und Entwicklungen in Social Media: Technische Fortschritte, neue Inhalte, Änderung des Nutzungsverhaltens einschließlich potenzielle Auswirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft.

## Didaktische Methoden und Medienformen

Die Vermittlung der theoretischen Grundlagen erfolgt in dialogintensiven Unterrichtseinheiten unter Zuhilfenahme (elektronischer) Tafelanschriebe und Präsentationen. Die Anwendung der Software erfolgt anhand vordefinierter Aufgabenstellungen aus der betrieblichen Praxis mit anschließender Ergebnissicherung im Plenum. Um ergänzend die Selbst- und Sozialkompetenzen der Studierenden zu fördern, erfolgt die Softwareanwendung wechselnd individuell und in Kleingruppen.

## Literatur

- Jenkins, A. (2022): Social Media Marketing for Business. London und New York: Kogan Page.
- Pahrman, C., Kupka, K. (2022): Social Media Marketing, 6. Auflage. Heidelberg: dpunkt.
- Pein, V. (2020): Social Media Manager, 4. Auflage. Bonn: Rheinwerk.
- Sutherland, K.E. (2021): Strategic Social Media Marketing. Singapore: Palgrave MacMillan.

## Anmerkungen

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Electronic und Mobile Business

Electronic and Mobile Business

---

<b>LV-Nummer</b> 2902	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 6. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung, Übung	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Stephan Böhm

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Einführung in E-Business: Definitionen und Konzepte von E-Business, Entwicklungsgeschichte, Trends und Perspektiven.
- E-Business-Modelle: X2X-Modelle, E-Commerce, E-Services, E-Government, E-Learning, E-Procurement, Social Commerce und Mobile Commerce.
- E-Business-Technologien: Überblick über Technologien wie Electronic Data Interchange (EDI), Electronic Funds Transfer (EFT), Secure Sockets Layer (SSL), Payment Gateways, Virtual Private Networks (VPN) und Cloud Computing.
- E-Commerce: Funktionen und Prozesse von E-Shops und E-Marketplaces, Architekturen und grundlegende Technologien
- Einführung in Mobile Business: Definitionen und Konzepte von Mobile Business, Arten von mobilen Geschäftsmodellen.
- Mobile Apps: Entwicklung von mobilen Anwendungen, Gestaltung von mobilen Benutzeroberflächen, Mobile App-Marketing.
- Mobile Technologien: Überblick über mobile Technologien wie 5G, mobile Cloud Computing, Augmented Reality, Virtual Reality und Internet der Dinge (IoT).
- Mobile Trends und Zukunftsaussichten: Zukünftige Trends im Bereich Mobile Business, Einblicke in zukünftige Entwicklungen, Mobile Business-Szenarien

## Didaktische Methoden und Medienformen

In der Veranstaltung erfolgt eine zusammenhängende Darstellung des Lehrstoffs unter Vermittlung von Fakten und Methoden. Für den Unterricht wird Begleitliteratur und ein Folienskript verwendet sowie den Studierenden zur Verfügung gestellt. In der Vorlesung werden relevante Fachinhalte vorgetragen und Fragen der Studierenden beantwortet. Der Lernstand wird in einzelnen Veranstaltungen durch Live-Abfragen (z.B. Arsnova) von den Studierenden zurückgemeldet. In der Vorlesung werden zudem ausgewählte Fallstudien gemeinsam mit den Studierenden gelöst. In der Übung erfolgt eine Vertiefung ausgewählter Inhalte. Die Studierende erhalten hierzu Arbeitsblätter und ergänzende Informationen um E-Business-Systemlösungen selbst zu erproben und ihr in der Vorlesung erworbenes theoretisch-konzeptionelles Wissen mit Praxisbezug anzuwenden.

## **Literatur**

- Aichele, C./Schönberger, M. (2016): E-Business: Eine Übersicht für erfolgreiches B2B und B2C. Wiesbaden: Springer Vieweg.
- Behnke, K., Karla, J., Müller, W. (2022): Grundkurs Mobilfunk und Mobile Business. Wiesbaden: Springer.
- Chaffey, D. (2019): Digital Business and E-Commerce Management, 7. Auflage. Harlow: Pearson.
- Kollmann, T. (2022): Digital Business: Grundlagen von Geschäftsmodellen und -prozessen in der Digitalen Wirtschaft, 8. Auflage. Wiesbaden: Gabler.
- Laudon, C.K./Traver, C. (2021): E-Commerce 2021-2022: Business, Technology and Society, Global Edition. Harlow: Pearson.
- Semler, J. (2019): App-Design: Das umfassende Handbuch. Bonn: Rheinwerk.
- Tawfik, J. (2014): Strategies for E-Business: Creating Value through Electronic & Mobile Commerce Concepts & Cases, 3. Auflage. Upper Saddle River: Pearson Education.
- Wirtz, B.W. (2020): Electronic Business, 7. Auflage. Wiesbaden: SpringerGabler.

## **Anmerkungen**



# Zugehörige Lehrveranstaltung

Digitale Wirtschaft  
Digital Economy

---

<b>LV-Nummer</b> 2903	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 6. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Peter Winzer

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

1. Märkte
  - Vorstellung/Analyse ausgewählter (digitaler) Märkte: Telekommunikations-/Inter-netmärkte, (klassische) Medienmärkte (TV, Print etc.), Entertainment-Märkte (Gaming, Music etc.) sowie ggf. weitere
  - Besonderheiten von (digitalen) Märkten: Spezifische gesetzliche/ökonomische Rahmenbedingungen (Regulierung), Nutzungsmuster, Produktbündelungen, typische Preis-/Tarifmodelle
  - Konvergenz der (digitalen) Märkte: Zunehmende Komplettangebote von Diensten/Inhalten durch einzelne Anbieter in einem digitalen Ökosystem etc.
2. Wertschöpfung und Geschäftsmodelle
  - Einordnung der digitalen Wirtschaft in Wertschöpfungsketten/-analysen
  - Digitale/e-Business Geschäftsmodelle: Business to Consumer (4C-Modell), Business to Business (4S-Modell)
3. Digital/Electronic Marketing
  - Marketing in digitalen/elektronischen Märkten: u.a. differenziert nach Distribution, Preise/Preisbildung, E-Produkte/-Dienstleistungen, E-Kommunikation, E-Kundenbeziehungsmanagement

//

1. Markets
  - Presentation/analysis of selected (digital) markets: telecommunication/inter-net markets, (classic) media markets (TV, print, etc.), entertainment markets (gaming, music, etc.) and others
  - Specific features of (digital) markets: Specific legal/economic framework conditions ("regulation"), usage patterns, product bundling, "typical" price/rate models.
  - Convergence of (digital) markets: complete bundles of services/content by individual providers in a "digital ecosystem" etc
2. Value Creation and Business Models
  - Classification of the digital economy in value chains/analyses
  - Digital/e-business business models: business to consumer (4C-model), business to business (4S-modell)
3. Digital/Electronic Marketing
  - Marketing in digital/electronic markets: differentiated by distribution, pricing, e-products/services, e-communication, e-customer relationship management, etc

## Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrveranstaltung wird primär in Form von Präsenzlehre durchgeführt, die fall-/bedarfsweise (insbesondere bei der Besprechung/Diskussion ergänzender Anwendungsfälle) durch (Live-)Online-Lehrveranstaltungen ergänzt werden kann. Sie orientiert sich überwiegend an den u. g. Quellen. Bei Bedarf kann ergänzend ein Skript zur Verfügung gestellt werden. Die empfohlene Literatur bietet die Möglichkeit, einzelne Aspekte zu vertiefen.

## **Literatur**

- ARD-/ZDF: ARD-/ZDF-Onlinestudie, aktuellste Version abrufbar unter: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/>
- DIALOG CONSULT-/VATM: TK-Marktanalyse Deutschland, aktuellste Version abrufbar unter: <https://www.vatm.de/marktstu>
- DIALOG CONSULT-/VATM: Marktanalyse Gigabit-Anschlüsse, aktuellste Version abrufbar unter: <https://www.vatm.de/markt>
- Gläser, M. (2021): Medienmanagement, 4. Auflage, Vahlen, München
- Kollmann, T. (2022): Digital Business: Grundlagen von Geschäftsmodellen und -prozessen in der Digitalen Wirtschaft, 8. Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden.
- Wirtz, B. (2020): Electronic Business, 7. Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden.

## **Anmerkungen**

# Modul

## Projektstudium II Project Studies II

---

**Modulnummer**  
3100

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
15 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
6. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Kombinierte Modulprüfung

**Modulverwendbarkeit**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Hinweise für Curriculum**  
Es besteht Anwesenheitspflicht in 75% der Lehrveranstaltungen.

**Modulverantwortliche(r)**  
Prof. Dr. Holger Schunk

**Verpflichtende Voraussetzungen**

- Projektstudium I
- English for Media Business Studies
- Interdisziplinäre und interkulturelle Kompetenzen
- Unternehmensführung
- entweder Interaktive Medien & User Interfaces II (IM/UI) oder Motion Image & Sound II (MIS)

**Empfohlene Voraussetzungen**  
keine

**Ziele des Moduls**  
Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- Entscheidungen im Rahmen des Projekts fachlich und methodisch zu begründen.
- anwendungsbezogene Problemstellungen und Fragestellungen innerhalb eines Projekts im Team zu bearbeiten.
- Methoden und Tools des Projektmanagements zu erläutern und Projekte zu planen, zu gestalten sowie zu evaluieren.
- in Teams in Präsenz und auf Distanz kooperativ und verantwortlich zu arbeiten.
- Personen- / und fachbezogene Kommunikationsprozesse angemessen zu initiieren und zu steuern und dabei unterschiedliche Sichtweisen und Perspektiven zu berücksichtigen
- Erfahrungen mit den Akteuren und Akteurinnen in der Praxis wie auch im Team als eigenen Bildungsprozesses zu sehen und zu reflektieren.
- zu reflektieren, dass sie mit Hilfe eines Projektes einen Beitrag zur Lösung berufs- bzw. gesellschaftsrelevanter Herausforderungen leisten können.

**Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:**  
Kommunikation, Praxisanwendung, Selbstreflexion, Zeit- und Selbstmanagement, Verantwortungsvolles Handeln, Methoden, Management, Nachhaltigkeit, Wissenschaftliches Arbeiten, Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit, Digitalisierung, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Ausarbeitung u. praktische / künstlerische Tätigkeit o. Hausarbeit u. praktische / künstlerische Tätigkeit

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

## **Gewichtungsfaktor für Gesamtnote**

nach CP

## **Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden**

450, davon 115.5 Präsenz (11 SWS) 334.5 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

## **Anmerkungen/Hinweise**

## **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Projekt II (Proj, 6. Sem., 10 SWS)
- Projektmanagement und Präsentation II (SU, 6. Sem., 1 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Projekt II

Project II

---

**LV-Nummer**

3101

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

6. (empfohlen)

**Lehrformen**

Projekt

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Dozentinnen und Dozenten des Studiengangs

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

- Definition des Projektziels
- Projektplanung
- Projektrealisierung
- Präsentationen (Zwischenpräsentation, Endpräsentation)
- Projektdokumentation und Projektreflektion

**Didaktische Methoden und Medienformen**

projektabhängig

**Literatur**

projektabhängig

**Anmerkungen**

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Projektmanagement und Präsentation II  
Project Management and Presentations II

---

**LV-Nummer**  
3102

**Kürzel**

**Leistungspunkte**  
CP

**Fachsemester**  
6. (empfohlen)

**Lehrformen**  
Seminaristischer Unterricht

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Dozentinnen und Dozenten des Studiengangs

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Projektmanagement-Methoden und -Tools
- Strategische Planung und kreative Prozesse
- Erfolgsfaktoren von Projekten
- Präsentation von Projektergebnissen

## Didaktische Methoden und Medienformen

projektabhängig

## Literatur

projektabhängig

## Anmerkungen

# Modul

## Aktuelle Themen des Media Management II Topics of Media Management II

---

**Modulnummer**  
3200

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
6 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
7. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Kombinierte Modulprüfung

**Modulverwendbarkeit**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

### Hinweise für Curriculum

Es können einzelne Termine von der Dozentin oder dem Dozenten als Pflichttermine festgelegt werden, für die Anwesenheitspflicht besteht. In diesem Modul wird die Hausarbeit mit 75% gewichtet und die Präsentation mit 25%.

### Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Silke Wickel-Kirsch

### Verpflichtende Voraussetzungen

keine

### Empfohlene Voraussetzungen

keine

### Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- aktuelle Themen aus dem Bereich der Medienwirtschaft wissenschaftlich fundiert zu erarbeiten und im Einzelfall auf die Praxis zu übertragen
- in (interkulturellen) Gruppen Aufgaben und wissenschaftliche Fragen kontrovers zu diskutieren und sich auf geeignete Lösungsvorschläge zu einigen
- die Vor- und Nachteile einzelner Ansätze zu differenzieren und abzuleiten
- die Aufgabenpakete selbständig zu strukturieren
- anwendungsbezogene Problemstellungen und Fragestellungen innerhalb der Seminararbeit zu untersuchen
- Theorien umzusetzen und Zwischenfeedback in Gruppendiskussionen einzuholen
- Theoretische Ansätze zu kombinieren und dabei unterschiedliche Sichtweisen und Perspektiven zu berücksichtigen
- Erfahrungen aus der Praxis mit den Theorien und aktuellen Entwicklungen abzugleichen wie auch eigenständig Thesen zu formulieren und zu reflektieren

### Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Praxisanwendung, Selbstreflexion, Zeit- und Selbstmanagement, Verantwortungsvolles Handeln, Methoden, Management, Nachhaltigkeit, Wissenschaftliches Arbeiten, Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit, Digitalisierung

**Leistungsart:** Prüfungsleistung      **Prüfungsform:** Hausarbeit u. Präsentation      **Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

### Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

### Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

## **Anmerkungen/Hinweise**

### **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Aktuelle Themen Medienwirtschaft (S, 7. Sem., 4 SWS)



# Zugehörige Lehrveranstaltung

Aktuelle Themen Medienwirtschaft  
Topics of Media Economics

---

<b>LV-Nummer</b> 3201	<b>Kürzel</b>	<b>Leistungspunkte</b> CP	<b>Fachsemester</b> 7. (empfohlen)
<b>Lehrformen</b> Seminar	<b>Häufigkeit</b> jedes Semester	<b>Sprache(n)</b> Deutsch	

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Silke Wickel-Kirsch

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

Eine mögliche Fragestellung: Analysieren Sie für das Unternehmen X folgende Fragestellung Y und entwickeln Sie dafür einen Lösungsansatz. Präsentieren Sie Ihre Ergebnisse dem Vorstand.

## Didaktische Methoden und Medienformen

Präsentation: Die oben angesprochenen Lernziele lassen sich z.B. durch Kurzreferate/ Präsentation beobachten/ diagnostizieren.

## Literatur

## Anmerkungen

# Modul

Medientheorie  
Media Theory

---

**Modulnummer**  
3300

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
3 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
7. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Modulprüfung

**Modulverwendbarkeit**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Hinweise für Curriculum

**Modulverantwortliche(r)**  
Prof. Dr. Dr. Alexander Moutchnik

**Verpflichtende Voraussetzungen**  
keine

**Empfohlene Voraussetzungen**  
keine

## Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- über die medientheoretischen Zusammenhänge zu reflektieren,
- über moderne medientheoretische Modelle kritisch urteilen zu können,
- anspruchsvolle Themengebiete aus dem Bereich der Medienwissenschaften insbesondere Medientheorie selbstständig zu erarbeiten,
- das zuvor vermittelte Wissen auf neue Themenbereiche anzuwenden.

## Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Praxisanwendung, Selbstreflexion, Zeit- und Selbstmanagement, Methoden, Management, Wissenschaftliches Arbeiten

**Leistungsart:** Prüfungsleistung      **Prüfungsform:** Präsentation      **Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

**Gewichtungsfaktor für Gesamtnote**  
nach CP

**Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden**  
90, davon 21 Präsenz (2 SWS) 69 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

## Anmerkungen/Hinweise

Das Modul Medientheorie im neuen Curriculum geht aus dem Modul Medienwissenschaften des alten Curriculums hervor, das im 7. Semester mit einem Umfang von 6 CP die Bereiche Medienforschung und Medientheorie adressierte. Aufgrund der Rückmeldungen aus der Beteiligung der Studierenden im Reakkreditierungsprozess sowie des Handlungsfelderberichts wurde in das weiterentwickelte Curriculum ein Modul Empirische Medienforschung zu einem früheren Zeitpunkt im Studienverlauf (2. Semester) im Umfang von 6 CP aufgenommen. Dadurch sollen Kompetenzen im Bereich des

wissenschaftlichen Arbeitens früher erworben und insgesamt gestärkt werden. Der Bereich der Medientheorie verbleibt mit unverändertem Umfang von 3 CP im 7. Semester, wenn die Studierenden die notwendige Reife haben, sich mit diesen Themen auseinander zu setzen.

### **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Medientheorie (SU, 7. Sem., 1 SWS und V, 7. Sem., 1 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Medientheorie

Media Theory

---

## LV-Nummer

3201

## Kürzel

## Leistungspunkte

CP

## Fachsemester

7. (empfohlen)

## Lehrformen

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht

## Häufigkeit

jedes Semester

## Sprache(n)

Deutsch

## Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Dr. Alexander Moutchnik

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Themen/Inhalte der LV

- Kritische Medientheorien
- Cultural-Studies-Theorien der Medien
- Konstruktivistische Theorien der Medien
- Systemtheorien der Medien
- Medienphilosophische Theorien

## Didaktische Methoden und Medienformen

In der Veranstaltung erfolgt eine zusammenhängende Darstellung des Lehrstoffs unter Vermittlung von Fakten und Methoden. Für den Unterricht wird Begleitliteratur und ein Folienskript verwendet sowie den Studierenden zur Verfügung gestellt. In der Vorlesung werden relevante Fachinhalte vorgetragen und Fragen der Studierenden beantwortet. Im seminaristischen Unterricht werden zudem ausgewählte medientheoretische Fallstudien und Modelle gemeinsam mit den Studierenden gelöst. Die Prüfung findet in Form von Einzelreferaten bzw. -präsentationen statt.

## Literatur

- Christians, H., Wegmann, N., Bickenbach, M. [Hrsg.] (2014-2018-2022): Historisches Wörterbuch des Mediengebrauchs, Bde. 1, 2, 3, Böhlau Verlag, Köln.
- Helmes, G.; Köster, W. (2002): Texte zur Medientheorie, Reclam Verlag, Ditzingen.
- Kloock, D., Spahr, D. (2012): Medientheorien: eine Einführung, 4. Aufl., UTB, Paderborn.
- Mersch, D. (2022): Medientheorien zur Einführung, Junius Verlag, Hamburg.
- Moutchnik, A. (2009): Mediengeschichte. In: Handbuch des Medienmanagements, hrsg. von Dreisskämper, T., Hoffjann, O., Schicha, C., LIT Verlag, Münster, S. 199-211.
- Ritzer, I. (2020): Schlüsselwerke der Medienwissenschaft, Springer VS, Wiesbaden.
- Schicha, C. (2009): Medientheorien. In: Handbuch des Medienmanagements, hrsg. von Dreisskämper, T., Hoffjann, O., Schicha, C., LIT Verlag, Münster, S. 179-198.
- Schulte-Sasse, J. (2010): Artikel Medien/medial. In: Ästhetische Grundbegriffe, Studienausgabe, hrsg. von K. Barck u.a., J. B. Metzler Verlag, Stuttgart, Bd. 4, S. 1-27.
- Weber, S. (Hrsg.) (2010): Theorien der Medien: von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus, Konstanz.

## Anmerkungen

# Modul

Bachelor-Thesis  
Bachelor's Thesis

---

**Modulnummer**  
3500

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**  
Pflicht

**Leistungspunkte**  
15 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
7. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Modulprüfung

## Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Hinweise für Curriculum

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Holger Schunk

## Verpflichtende Voraussetzungen

- Die Zulassung zum Modul Bachelor-Thesis kann beantragen, wer die Prüfungen in den Modulen Berufspraktische Tätigkeit und Projektstudium II erfolgreich abgeschlossen hat.

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- innerhalb eines vorgegebenen Zeitraums ein Problem aus einem der studiengangsbezogenen Bereiche selbstständig und mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten
- allgemeine wissenschaftliche Arbeitsweisen, Methoden und Konzepte anzuwenden
- Fragestellungen zu entwickeln und Arbeitsschritte zu planen

## Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Selbstreflexion, Zeit- und Selbstmanagement, Methoden, Management, Nachhaltigkeit, Wissenschaftliches Arbeiten, Digitalisierung, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Thesis

**Modulbewertung:** Benotet

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Fachgespräch

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

## Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

## Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

450, davon 10.5 Präsenz (1 SWS) 439.5 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

## Anmerkungen/Hinweise

## **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

### Pflichtveranstaltung/en:

- Bachelor-Arbeit (12 CP) (BA, 7. Sem., 0 SWS)
- Begleitseminar (S, 7. Sem., 1 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Bachelor-Arbeit (12 CP)

Bachelor's Thesis (12 CP)

---

**LV-Nummer**

3501

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

7. (empfohlen)

**Lehrformen**

Bachelor-Arbeit

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Dozentinnen und Dozenten des Studiengangs

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

- Problemerkfassung, -strukturierung und -darstellung
- Literaturrecherche
- Entwicklung einer wissenschaftlichen Fragestellung
- Zielformulierung und -begründung
- Problemanalyse
- Beschreibung und Begründung der anzuwendenden Methoden
- Darstellung, Interpretation und Diskussion der Ergebnisse
- Aufzeigen weiteren Forschungsbedarfs
- Wissenschaftliches Arbeiten

**Didaktische Methoden und Medienformen****Literatur****Anmerkungen**

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Begleitseminar

Bachelor's Thesis Seminar

---

**LV-Nummer**

3502

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

7. (empfohlen)

**Lehrformen**

Seminar

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Dozentinnen und Dozenten des Studiengangs

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

Je nach Thema der Bachelor-Thesis

**Didaktische Methoden und Medienformen**

Zur Vorbereitung der Bachelor-Thesis werden Studierende in der Findung und Entwicklung eines geeigneten Themas unterstützt und bei der Recherche verschiedener thematischer Aspekte begleitet. Während der Erstellung der Bachelor-Arbeit werden die Studierenden begleitet.

**Literatur****Anmerkungen**



# Modul

Interaktive Medien & User Interfaces I (IM/UI)  
Interactive Media & User Interfaces I (IM/UI)

---

**Modulnummer**  
4100

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**

**Leistungspunkte**  
12 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
3. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Kombinierte Modulprüfung

## Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Hinweise für Curriculum

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Veronika Weiß

## Verpflichtende Voraussetzungen

keine

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- im Team Aufgaben zur Konzeption, Gestaltung und Umsetzung interaktiver Medien zu planen und zu realisieren.
- Problemstellungen im Design interaktiver Medien zu erkennen, zu analysieren und zu lösen.
- wichtige Eigenschaften und Begriffe nutzerzentrierten Designs zu verstehen und zu beschreiben.
- Tools und Technologien zur Konzeption, Gestaltung und Umsetzung zu beschreiben und anzuwenden.
- Interfaces prototypisch zu entwickeln und anhand von Usability Heuristiken zu analysieren.
- im Team fachliche Fragen zu diskutieren und zielführende Lösungen zu entwickeln.
- Prozesse zur digitalen Zusammenarbeit in hybriden Teams zu erklären und auszuprobieren.

## Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Praxisanwendung, Zeit- und Selbstmanagement, Methoden, Management, Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit, Digitalisierung, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Klausur u. Portfolio-  
prüfungen

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

## Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

## Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

360, davon 63 Präsenz (6 SWS) 297 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

## Anmerkungen/Hinweise

## **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Technologie und Produktion (IM/UI) (P, 3. Sem., 2 SWS und V, 3. Sem., 1 SWS)
- Konzeption und Design (IM/UI) (P, 3. Sem., 2 SWS und V, 3. Sem., 1 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Technologie und Produktion (IM/UI)

Technology and Production (IM/UI)

---

**LV-Nummer**

4101

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

3. (empfohlen)

**Lehrformen**

Vorlesung, Praktikum

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Prof. Dr. Johannes Luderschmidt, Prof. Veronika Weiß

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

- Responsive Webdesign mithilfe von Web-Technologien (HTML, CSS, JavaScript)
- Frameworks und Tools im Bereich interaktiver Systeme (z.B. Bootstrap, jQuery)
- Digitale Teamarbeit mittels Versionsverwaltung (z.B. Git)

**Didaktische Methoden und Medienformen**

Inhaltsvermittlung in der Vorlesung, Vertiefung und Anwendung (in Gruppenarbeit) im Praktikum, Zusammenstellung der Ergebnisse in Portfolio

**Literatur**

- Marcotte, E. (2017). Responsive web design: A book apart n 4. Editions Eyrolles.
- Wolf, J. (2019). HTML5 und CSS3: Das umfassende Handbuch. Rheinwerk Verlag
- Hahn, M. (2020). Webdesign: Das Handbuch zur Webgestaltung. Rheinwerk Verlag.
- Preißel, R., & Stachmann, B. (2019). Git: Dezentrale
- Versionsverwaltung im Team Grundlagen und Workflows. dpunkt. verlag.
- Steyer, R. (2017). Cordova: Entwicklung plattformneutraler Apps. Springer-Verlag.

**Anmerkungen**

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Konzeption und Design (IM/UI)

Conception and Design (IM/UI)

---

**LV-Nummer**

4102

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

3. (empfohlen)

**Lehrformen**

Vorlesung, Praktikum

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Prof. Dr. Johannes Luderschmidt, Prof. Veronika Weiß

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

- Nutzerzentriertes Design
- Interaktionsdesign
- Informationsarchitekturen
- Navigationsprinzipien
- Wireframes und Prototypes
- User Interface Patterns
- Usability Heuristiken

**Didaktische Methoden und Medienformen**

Inhaltsvermittlung in der Vorlesung, Vertiefung und Anwendung (in Gruppenarbeit) im Praktikum, Zusammenstellung der Ergebnisse in Portfolio

**Literatur**

- Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D., & Cooper, A. (2014). About face: The essentials of interaction design (Fourth edition). John Wiley and Sons. Indianapolis, IN
- Garrett, J. J. (2011). The elements of user experience: User-centered design for the Web and beyond (2. Aufl.). New Riders. Berkeley, CA
- Jacobsen, J., & Meyer, L. (2022). Praxisbuch Usability und UX: Was alle wissen sollten, die Websites und Apps entwickeln (3. Aufl.). Rheinwerk Computing. Bonn.
- MacDonald, D. (2019). Practical UI Patterns for Design Systems: Fast-Track Interaction Design for a Seamless User Experience. Apress.
- Rosenfeld, L., Morville, P., & Arango, J. (2015). Information Architecture (4. Aufl.). O'Reilly Media. Sebastopol, CA
- Saffer, D. (2007): Designing For Interaction. Creating Smart Applications and Clever Devices. New Riders / AIGA Design Press, Berkeley
- Tidwell, J., Brewer, C., & Valencia, A. (2020). Designing Interfaces. Patterns for Effective Interaction Design (3. Aufl.). O'Reilly Media. Sebastopol, CA

**Anmerkungen**

# Modul

Interaktive Medien & User Interfaces II (IM/UI)  
Interactive Media & User Interfaces II (IM/UI)

---

**Modulnummer**  
4200

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**

**Leistungspunkte**  
6 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
4. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Modulprüfung

## Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Hinweise für Curriculum

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Ulrike Spierling

## Verpflichtende Voraussetzungen

keine

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- innovative interaktive Medientechnologien zu beschreiben, zu analysieren und zu beurteilen
- anhand aktueller Fallbeispiele bedeutende Anwendungs-Entwicklungen von interaktiven Medien (z.B. mobile- oder Web-Apps, Games, digitale Werkzeuge/Plattformen) herauszustellen und Anforderungen an deren Konzeption und Produktion zu bewerten
- iterative Gestaltungs- und Entwicklungsmodelle (Idee, Prototyping, Testing) experimentell anzuwenden und dabei interaktive Nutzungsanforderungen zu analysieren
- für ausgewählte Themen der "User Experience" interaktiver Medien eigene Gestaltungsansätze vorzustellen und kritisch zu diskutieren

## Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Methoden, Management, Wissenschaftliches Arbeiten, Teamfähigkeit, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Ausarbeitung

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

## Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

## Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

## Anmerkungen/Hinweise

## **Zugehörige Lehrveranstaltungen**

### Pflichtveranstaltung/en:

- Innovative Medientechnologien (IM/UI) (SU, 4. Sem., 1 SWS und V, 4. Sem., 1 SWS)
- User Experience Design (IM/UI) (V, 4. Sem., 1 SWS und Ü, 4. Sem., 1 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Innovative Medientechnologien (IM/UI)

Innovative Media Technologies (IM/UI)

---

**LV-Nummer**

4202

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

4. (empfohlen)

**Lehrformen**

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Prof. Dr. Stephan Böhm

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

Studierende erwerben vertiefende Kenntnisse zu ausgewählten aktuellen Schwerpunktthemen im Bereich der Medientechnologien. Der Fokus liegt hierbei auf:

- Interaktive Medien-,
- Web- und
- Mobile Media-Technologien.

Die Themen werden jedes Semester angepasst und mit Bezug auf konkrete technische Lösungen und Fallbeispiele oder auch aus der Perspektive des aktuellen Forschungsstands diskutiert. Innerhalb des Kurses sollen durch Studierende auch Praxisbezüge und Anwendungsmöglichkeiten im Dialog mit Lehrenden herausgearbeitet werden. Soweit möglich, sollen in den Kurs auch Praxisvorträge einbezogen werden.

**Didaktische Methoden und Medienformen**

In der Veranstaltung erfolgt eine zusammenhängende Darstellung des Lehrstoffs unter Vermittlung von Fakten und Methoden. Für den Unterricht wird Begleitliteratur und ein Folienskript verwendet sowie den Studierenden zur Verfügung gestellt. In der Vorlesung werden relevante Fachinhalte vorgetragen und Fragen der Studierenden beantwortet. Im begleitenden seminaristischen Unterricht werden zu den ausgewählten Schwerpunktthemen jeweils Vorgehensmodelle, Methoden und Softwarelösungen vorgestellt, mit denen entsprechende Interaktive Medien-Anwendungen technisch konzipiert und prototypisch umgesetzt werden können. Dazu werden Aufgabenblätter zur Verfügung gestellt, anhand derer sich die Studierenden einarbeiten können. Die Aufgabenblätter enthalten einen angeleiteten Teil, der in gesonderten Veranstaltungsterminen durchgesprochen wird. Studierende sollen in diesen Terminen auch ihre eigenen Lösungsansätze vorstellen und diskutieren. Ein zweiter Teil der Aufgabenblätter enthält eine Fallstudie, zu der die Studierenden eine eigene Lösung entwickeln. Beide Teile zu jedem Aufgabenblatt sind in Form einer Ausarbeitung zu dokumentieren.

**Literatur**

Schwerpunktthemen werden basierend auf aktuellen Multimedia-Trends ausgewählt. Die Literatur zur Veranstaltung hängt vom gewählten Schwerpunktthema ab und wird jeweils zur Beginn der Veranstaltung mit Bezug auf das aktuelle Semester bekannt gegeben.

**Anmerkungen**

# Zugehörige Lehrveranstaltung

User Experience Design (IM/UI)

User Experience Design (IM/UI)

---

**LV-Nummer**

4202

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

4. (empfohlen)

**Lehrformen**

Vorlesung, Übung

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Prof. Dr. Ulrike Spierling

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

Die Entwicklung von Schnittstellen für interaktive Medien wird zunehmend komplexer. Einerseits steigen die technologischen Anforderungen an die Trennung zwischen Struktur und Darstellung von Inhalten, die Pflögarkeit, Skalierbarkeit und Personalisierung der Anwendungen etc., andererseits haben Nutzende zunehmend hohe Erwartungen an die Benutzer- und Benutzerinnenfreundlichkeit und Gebrauchstauglichkeit. Der Kurs hat einen Fokus auf User Experience. Studierende erwerben praxisorientierte Techniken und Arbeitsweisen sowie Einblicke in Hintergründe, Modelle und Konzepte zur Entwicklung interaktiver Medien.

Es wird eine Auswahl aus folgenden Themenbereichen vermittelt:

- Design-Prinzipien und Kriterien von interaktiven Anwendungen (Affordance, Feedback, Mapping etc.)
- Usability vs. User Experience, Anforderungen mit Fallbeispielen
- Konzeptuelle Modelle der Interaktion mit Medien/Werkzeugen
- Iterative Methoden der Gestaltung und Analyse
- Prototyping-Methoden
- Spezialthemen der Interaktion (Storytelling, Immersion, Games, Patterns, etc.)

**Didaktische Methoden und Medienformen**

- Präsenzvorfesungen, Einbindung von Online-Lernmodulen
- Erarbeitung von Übungsaufgabenstellungen in Gruppenarbeit
- Regelmäßige Feedbackrunden zur Übung mit Zwischenpräsentationen
- Nutzung von online-Werkzeugen wie Foren, Wikis, Chat

**Literatur**

- Benyon, D. (2019): Designing User Experience: A guide to HCI, UX and interaction design. Fourth Edition. Addison-Wesley, Pearson Education Limited.
- Fullerton, T., Swain, C., Hoffman, S. (2004): Game Design Workshop: Designing, Prototyping, and Playtesting Games. CMP Books, McGraw-Hill Professional, USA.
- Garrett, J. J. (2011): The elements of user experience: User-centered design for the Web and beyond (2. Aufl.). New Riders. Berkeley, CA
- Nielsen, J. / o. J.: Jakob Nielsens Alertbox. <http://www.nngroup.com/articles/>
- Norman, D. (2010): Natural User Interfaces Are Not Natural. Interactions Vol.17, No.3, ACM, New York, pp. 6-10.
- Norman, D. (1990): The Design of Everyday Things. Doubleday

**Anmerkungen**



# Modul

Motion Image & Sound I (MIS)

Motion Image & Sound I (MIS)

---

## Modulnummer

5100

## Kürzel

## Modulverbindlichkeit

## Leistungspunkte

12 CP

## Dauer

1 Semester

## Häufigkeit

jedes Semester

## Sprache(n)

Deutsch

## Fachsemester

3. (empfohlen)

## Prüfungsart

Kombinierte Modulprüfung

## Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Hinweise für Curriculum

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Andrea Gschwendtner

## Verpflichtende Voraussetzungen

keine

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- sowohl gestalterische als auch technische Lösungsansätze zur Konzeption, Gestaltung und Umsetzung von audiovisuellen Medienproduktionen zu differenzieren, und auf unterschiedliche Aufgabenstellungen zu transferieren.
- bei unterschiedlichen Problemstellungen in der Konzeption und Produktion von Bewegtbildmedien die jeweiligen Erfordernisse in der konzeptionellen Entwurfsarbeit, in den organisatorischen Abläufen und bei der technischen Anwendung digitaler Produktionstechnik abzuleiten.
- die komplexen Interdependenzen zwischen Gestaltung und Technik zu erkennen und für unterschiedliche Produktionsvorhaben und -umgebungen einzuschätzen.
- erforderliche Schritte für die gestalterische Konzeption, die organisatorische sowie technologische Planung und Umsetzung audiovisueller Produktionen zu erklären und geeignete, professionelle Vorgehensweisen dafür in Teamarbeit zu entwickeln, zu planen und zu realisieren.
- fachbezogene Kommunikationsprozesse und professionelles Vokabular der Bewegtbildmedienbranche (d.h. im Bereich Design, Organisation, Produktion, Finanzierung und Technik) wiederzugeben und in den Arbeitsprozessen in der audiovisuellen Medienproduktion zu verwenden.
- in unterschiedlichsten Teamkonstellationen fachliche Fragen und Problemstellungen zu Gestaltung, Technik und Umsetzung von Medienproduktionen zu diskutieren, einzuschätzen, zielführende Lösungen zu entwickeln sowie komplexes fachliches Feedback zu unterschiedlichen Entwurfs- und Planungsstadien in Teamarbeit gemeinsam zu validieren und in Überarbeitungszyklen zu integrieren.

## Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Praxisanwendung, Selbstreflexion, Zeit- und Selbstmanagement, Verantwortungsvolles Handeln, Methoden, Management, Nachhaltigkeit, Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit, Digitalisierung, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Ausarbeitung u. **Modulbewertung:** Benotet  
Portfolioprüfungen

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

**Gewichtungsfaktor für Gesamtnote**

nach CP

**Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden**

360, davon 63 Präsenz (6 SWS) 297 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

**Anmerkungen/Hinweise****Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Technologie und Produktion (MIS) (P, 3. Sem., 2 SWS und V, 3. Sem., 1 SWS)
- Storytelling und Design (MIS) (V, 3. Sem., 1 SWS und P, 3. Sem., 2 SWS)

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Technologie und Produktion (MIS)

Technology and Production (MIS)

---

**LV-Nummer**

5101

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

3. (empfohlen)

**Lehrformen**

Vorlesung, Praktikum

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Prof. Christopher Dahm, Prof. Daniela Ewald, Prof. Dr. Andrea Gschwendtner

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

Technische Produktion von multimedialen Inhalten und deren Distribution in unterschiedliche Kanäle. In konkreten Übungen werden technische Planungs- und Umsetzungsmethoden erworben und angewendet. Die jeweiligen Lehrveranstaltungen beinhalten die Schwerpunkte:

- Lichttechnik für AV-Medienproduktionen im Innen- und Außenbereich
- Digitaleameratechnik für den Innen- und Außenbereich
- Audioproduktion für Bewegtbild & Podcasts
- Digitale Aufnahmegeräte und Speicherressourcen
- Technische Workflows in der Postproduktion
- Live-Bildregie und digitale Studio-Schnittstellen
- Technische und logistische Planung audiovisueller Medienproduktionen unter Berücksichtigung eines nachhaltigen Ressourceneinsatzes

**Didaktische Methoden und Medienformen**

- Vermittlung technischer Gewerke und Prozesse sowie methodischem Wissen in Form von Vorlesung (Präsenz- und Videovorlesungen)
- Vertiefung und Anwendung bei der Bearbeitung verschiedener Aufgabenstellungen im Bereich der audiovisuellen Medienproduktion, in wechselnden Teamkonstellationen. Simulation von Branchenbedingungen in der Produktionspraxis (Praktikum)
- Reflektion des Kompetenzerwerbs durch die Bearbeitung komplexer Fallbeispiele (Gruppenarbeit)
- Präsentationen technischer Planungskonzepte und deren Entwurfstadien sowie die anschließende Diskussion

**Literatur**

- Heinen, G. (2019): AV-Medientechnik. Europa-Lehrmittel Verlag.
- Schmidt, U. (2021): Professionelle Videotechnik. Springer Vieweg Verlag.
- Bühler, P.; Schlaich, P.; Sinner, D. (2018): AV-Medien. Springer Vieweg Verlag.
- Görne, T. (2007): Mikrofone in Theorie und Praxis. Elektor Verlag.
- Görne, T. (2023): Tontechnik. Carl Hanser Verlag.

**Anmerkungen**

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Storytelling und Design (MIS)

Storytelling and Design (MIS)

---

**LV-Nummer**

5102

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

3. (empfohlen)

**Lehrformen**

Vorlesung, Praktikum

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Prof. Christopher Dahm, Prof. Daniela Ewald, Prof. Dr. Andrea Gschwendtner

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

Es wird eine Auswahl aus folgenden Themenbereichen vermittelt:

- Gestaltungskomponenten von Bewegtbild und Sound auf allen Ebenen des Designs, für verschiedenste Formate, Kommunikationsbedarfe und Distributionsformen (z.B.):
  - Fiction
  - Non-Fiction
  - Live Produktion
  - Social Media Content
- Gestaltungs- und Umsetzungsmethoden bzw. Bandbreite und Varianz von Designeigenschaften und Wirkungsmechanismen (z.B.):
  - visuelle Dramaturgie, Framing, Storyboarding
  - Gestaltung von Tonaufnahme u. Sound Design (Postproduktion)
  - Dramaturgie und Storytelling (z.B., Genre, Drama, Serie)
  - Editing Bild&Ton und Filmmontage
  - Methoden der Interviewführung und der Moderation
- Prozesse der Konzeption und Umsetzung (z.B.):
  - Recherche und Analyse zu audiovisueller Gestaltung
  - Designelemente neu arrangieren, evaluieren und audiovisuelle Konzepte tragfähig verargumentieren
  - Grundlagen Produktionsorganisation und -management unter Berücksichtigung eines nachhaltigen Ressourceneinsatzes

**Didaktische Methoden und Medienformen**

- Vermittlung von Gestaltungskomponenten und -verfahren sowie methodischem Wissen in Form von Vorlesung (Präsenz- und Videovorlesungen) und Einbindung von Online-Lernmodulen
- Vertiefung und Anwendung bei der Bearbeitung von verschiedenen Aufgabenstellungen in wechselnden Teamkonstellationen. Simulation von Branchenbedingungen in der Produktionspraxis (Praktikum)
- Iterative Feedbackrunden zu Entwurfstadien in der Konzeption
- Präsentationen aller audiovisuellen Produktionen aus den Aufgabenstellungen mit Diskussion der Ergebnisse
- Reflektion des Kompetenzerwerbs aus Übungsaufgaben und Fallbeispielen für die Anwendung in der Bearbeitung der darauf folgenden Aufgabenstellungen

## Literatur

- Bellantoni, Patti (2005): *If It's Purple, Someone's Gonna Die: The Power of Color in Visual Storytelling*. London: Routledge
- Eder, J. (2007): *Dramaturgie des populären Films: Drehbuchpraxis und Filmtheorie*. 3. Aufl. Hamburg: LIT
- Eder, J. (2014): *Die Figur im Film*. 2. Aufl. Marburg: Schüren
- Flückiger, B. (2001): *Sound Design. Die virtuelle Klangwelt des Films*. Marburg: Schüren
- Häusler, A.; Henschen, J. (2017): *Storyboarding. Filmisches Entwerfen*. Marburg: Schüren
- Jovy, J. (2021): *Digital Filmen. Das umfassende Handbuch*. Bonn: Rheinwerk
- Katz, S. (2002): *Shot by Shot: Die richtige Einstellung. Zur Bildsprache des Films*. 4. Aufl. Frankfurt am Main: Zweitausendeins
- Kenworthy, C. (2011-2013): *Master Shots, Vol 1, 2 and 3*. Studio City, Calif: Michael Wiese Productions
- Lipp, Th. (2016): *Spielarten des Dokumentarischen. Einführung in Geschichte und Theorie des Nonfiktionalen Films*. Marburg: Schüren
- Marschall, Susanne (2005): *Farbe im Kino*. Marburg: Schüren
- Mercado, G. (2013): *The Filmmaker's eye. Learning and breaking the rules of cinematic composition*. London: Routledge
- Mikunda, C. (2002): *Kino spüren. Strategien der emotionalen Filmgestaltung*. Wien: WUV Universitätsverlag
- Moritz, C; Corsten, M. (Hg.) (2018): *Handbuch Qualitative Videoanalyse*. Wiesbaden: Springer Fachmedien
- Patz, D. (2010): *Film Production Management 101. Management & Coordination in a Digital Age*. 2nd Edition. Studio City CA: Michael Wiese Productions
- Pearlman, K. (2016): *Cutting Rhythms. Shaping the Film Edit*. Second Edition. New York: Focal Press
- Pepperman, R. (2005): *Setting Up Your Scenes. The Inner Workings of Great Films*. Studio City CA: Michael Wiese Productions
- Proferes, N. (2017): *Film Directing Fundamentals. See Your Film Before Shooting*. London: Focal Press
- Raffaseder, H. (2010): *Audiodesign: Akustische Kommunikation, akustische Signale und Systeme, psychoakustische Grundlagen, Klangsynthese, Audioediting und Effektbearbeitung, Sounddesign, Bild-Ton-Beziehungen*. München: Carl Hanser
- Russ-Mohl, S.; Schultz, T. (2023): *Journalismus. Das Lehr- und Handbuch*. 3. Aufl. Köln: Von Harlem
- Schütte, Oliver (2022): *Die Kunst der Drehbuchentwicklung. Über die Zukunft des Geschichtenerzählens*. Köln: Von Harlem
- Van Sijll, J. (2005): *Cinematic Storytelling. The 100 Most Powerfull Conventions Every Filmmaker Must Know*. Studio City, Calif: Michael Wiese Productions
- Vineyard, J. (2008): *Setting Up Your Shots. Great Camera Moves Every Filmmaker Should Know*. 2. Aufl. Studio City CA: Michael Wiese Productions
- Vogler, C. (2010): *Die Odyssee des Drehbuchschreibers*. 6. Aufl. Frankfurt am Main: Zweitausendeins
- Wachtel, S.; Keil, A.; Nicol, C. (2022): *Sprechen und Moderieren*. In *Radio, Fernsehen und Social Media*. Köln: Von Harlem
- Wendling, E. (2021): *Filmproduktion. Eine Einführung in die Produktionsleitung*. Bonn: Rheinwerk
- Yagapen, M. (2023): *Filmgeschäftsführung. Kostenmanagement bei Film und Fernsehen*. Köln: Von Harlem
- Zündel, J. (2022): *Fernsehserien im medienkulturellen Wandel*. Frankfurt am Main: Von Harlem

## **Anmerkungen**

# Modul

Motion Image & Sound II (MIS)  
Motion Image & Sound II (MIS)

---

**Modulnummer**  
5200

**Kürzel**

**Modulverbindlichkeit**

**Leistungspunkte**  
6 CP

**Dauer**  
1 Semester

**Häufigkeit**  
jedes Semester

**Sprache(n)**  
Deutsch

**Fachsemester**  
4. (empfohlen)

**Prüfungsart**  
Kombinierte Modulprüfung

## Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024

## Hinweise für Curriculum

## Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Andrea Gschwendtner

## Verpflichtende Voraussetzungen

keine

## Empfohlene Voraussetzungen

keine

## Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- aktuelle Themen der Multimediatechnik zu beschreiben, zu analysieren und zu beurteilen
- Fragen im Forum in der fachspezifischen (technischen) Sprache zu stellen bzw. zu bearbeiten
- anhand aktueller Fallbeispiele bedeutende Entwicklungen in Gestaltung und Einsatz von Bewegtbildkommunikation herauszustellen und die damit einhergehenden neuen und spezialisierten Kompetenzen für Konzeption und Produktion zu bewerten
- Stilanforderungen, Gestaltungsmethoden in der visuellen Gestaltung und im Storytelling für unterschiedliche Bedarfe in der Bewegtbildkommunikation zu analysieren und zu kategorisieren
- für ausgewählte, aktuelle Themen neue bildsprachliche und dramaturgische Mittel experimentell abzuleiten und zu erproben und Lösungsansätze für die audiovisuelle Gestaltung und den Einsatz von Visual Content zu entwickeln
- in konkreten Übungen eigenständige Recherchen zu aktuellen Themen und Herausforderungen (bspw. Nachhaltigkeit und Digitalisierung) in der Bewegtbildbranche auszuführen und Ergebnisse daraus zu bewerten.

## Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Kommunikation, Praxisanwendung, Selbstreflexion, Zeit- und Selbstmanagement, Verantwortungsvolles Handeln, Methoden, Nachhaltigkeit, Wissenschaftliches Arbeiten, Konfliktfähigkeit, Digitalisierung, Medienproduktionen, Design und Technik

**Leistungsart:** Prüfungsleistung

**Prüfungsform:** Klausur u. Portfolio-  
prüfungen

**Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

## Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

**Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden**

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

**Anmerkungen/Hinweise****Zugehörige Lehrveranstaltungen**Pflichtveranstaltung/en:

- Visual Content Design - Stile, Methoden, Formate (MIS) (V, 4. Sem., 1 SWS und Ü, 4. Sem., 1 SWS)
- Multimedia (MIS) (SU, 4. Sem., 2 SWS)



# Zugehörige Lehrveranstaltung

Visual Content Design - Stile, Methoden, Formate (MIS)

Visual Content Design - Style, Methods, Formats (MIS)

---

**LV-Nummer**

5201

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

4. (empfohlen)

**Lehrformen**

Vorlesung, Übung

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Prof. Dr. Andrea Gschwendtner

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

Es wird eine Auswahl aus folgenden Themenbereichen vermittelt:

- Formatspezifische Anforderungen in der Gestaltung von Bewegtbild
- Fallbeispiele zu Stilanforderungen in der Gestaltung von Visual Content für spezifische Social Media Plattformen
- Methoden der Gestaltung crossmedialer, transmedialer und dialogischer Medienproduktionen
- Anforderungen für das Storytelling z.b. in Bereichen der Markenkommunikation, Wissensvermittlung und Non-Profit Themen
- Fachliche Vertiefung zu ausgewählten Faktoren der Bewegtbildgestaltung (Visuelle Dramaturgie und Storytelling) in Verbindung mit filmwissenschaftlichen Perspektiven
- Trendentwicklungen: Stilmittel, Gestaltungsmethoden und Content-Formate

**Didaktische Methoden und Medienformen**

- Präsenzvorlesungen, Einbindung von Online-Lernmodulen
- Erarbeitung von Übungsaufgabenstellungen in Gruppenarbeit  
Auswahl möglicher Themenfelder: Themen aus Kooperationen, Recherche und Analyse von Fallbeispielen, Konzeptentwicklung zu Visuellen Dramaturgien und/oder Storytelling, Rezeption und Auswertung wissenschaftlicher Fachliteratur
- Zwischenpräsentationen von Arbeitsständen der Recherchen, Analyseergebnisse bzw. Entwurfsarbeit verbunden mit iterativen Feedbackrunden

## Literatur

- Autenrieth U.; Brantner, C. (Hg) (2022): It's All About Video. Visuelle Kommunikation im Bann bewegter Bilder. Köln: Herbert von Halem
- Berens, A.; Bolk, C. (2021): Create Content! Konzeption, Kreation, Content Management. Bonn: Rheinwerk
- Bienk, A. (2019): Filmsprache. Einführung in die interaktive Filmanalyse. 5. Aufl. Marburg: Schüren
- Brown, R. (2011): Byte-Sized Television. Create Your Own TV Series for the Internet. Studio City CA: Michael Wiese Productions
- Chandler, G. (2009): Film Editing. Great Cuts Every Filmmaker and Movie Lover Must Know. Studio City CA: Michael Wiese Productions
- Flückiger, B. (2008): Visual Effects. Filmbilder aus dem Computer. Marburg: Schüren
- Görne, Th. (2017): Sounddesign: Klang Wahrnehmung Emotion. München: Carl Hanser
- Kapp, H.-J. (2021): Motion Picture. Filmtechnik, Bildgestaltung und emotionale Wirkung. München: Carl Hanser
- Koebner, Th. (Hg.); Grob, N. (Hg.); Kaufmann, A. (Hg.) (2016): Handbuch: Standardsituationen im Film. Marburg: Schüren
- Lambden, J. (2022): Film Editing. Emotion, Performance and Story. London: Bloomsbury
- Levelle, T. (2008) Digital Video Secrets: What the Pros Know and Manuals Don't Tell You. Studio City CA: Michael Wiese Productions
- Melzener, A. (2022): Genre. Ein Leitfaden für Autoren. Köln: Von Harlem
- Mercado, G. (2022): The Filmmaker's Eye: Learning and breaking the Rules of Cinematic Composition. 2nd Edition. London: Focal Press
- Rogge, A. (2015): Videoeffekte. Attraktive Filme mit kleinem Budget. Bonn: Rheinwerk
- Rosenberg, J. (2011): The Healthy Edit. Creative Editing Techniques for Perfecting Your Movie. Burlington: Focal Press
- Ryan, M. A. (2010): Producer to Producer. A Step-By-Step Guide to Low-Budget Independent Film Producing. Studio City CA: Michael Wiese Productions
- Sammer, P. (2015): Visual Storytelling: Visuelles Erzählen in PR und Marketing. Heidelberg: O'Reilly
- Sammer, P. (2017): Storytelling: Strategien und Best Practices für PR und Marketing. Heidelberg: O'Reilly
- Sandler, M. (2018): Visual Storytelling: How to Speak to the Audience Without Saying a Word. Studio City CA: Michael Wiese Productions
- Vogler, C.; McKenna, D. (2011): Memo from the Story Department. Strategies for Structure and Character. Studio City CA: Michael Wiese Productions
- Wachtel, S. (2023): Pyramiden und Trichter. 50 Wege, jeden Inhalt zu strukturieren. Executive Modus Press

## Anmerkungen

# Zugehörige Lehrveranstaltung

Multimedia (MIS)

Multimedia (MIS)

---

**LV-Nummer**

5202

**Kürzel****Leistungspunkte**

CP

**Fachsemester**

4. (empfohlen)

**Lehrformen**

Seminaristischer Unterricht

**Häufigkeit**

jedes Semester

**Sprache(n)**

Deutsch

**Verwendbarkeit der LV**

- Media Management (B.Sc.), PO2024

**Lehrveranstaltungsverantwortliche/r**

Prof. Dr. Jutta Hahn

**Empfohlene Voraussetzungen**

keine

**Themen/Inhalte der LV**

Stets Themen zu aktuellen Entwicklungen der Multimediatechnik:

- Technische und prozessuale Realisationsmöglichkeiten der Medienkonvergenz und Medienintegration unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Distributionskanäle (Rundfunk, Internet, Telefon, Satellit, ...).
- Entwicklungen der multimedialen Vernetzung, Anwendungen und Nachhaltigkeit (Face2Face Realtime Reenactment, Künstliche Intelligenz, Blockchain, Internet of Things, ...).

**Didaktische Methoden und Medienformen**

- Vermittlung aktueller Themen, eingebettet in einen Grundlagenteil und einen weiterführenden Teil
- Erarbeitung der Lehrinhalte unter Beteiligung der Studierenden, insbesondere bei der exemplarischen Vertiefung ausgewählter Schwerpunkte
- Informationen zu den Themen, Stichworte, Quellen sowie klausurähnliche Fragen werden in StudIP zur Verfügung gestellt.
- Einsatz des Forums in StudIP, um Rückfragen der Studierenden zu Vorlesungsinhalten zu beantworten oder, je nach Komplexität der Fragestellung, in der nächsten Vorlesung zu erläutern und diskutieren.

**Literatur**

- Freyer, U. und Silverberg, M. (2022): Medientechnik; Hanser
- Fischer, W. (2016): Digitale Fernseh- und Hörfunktechnik in Theorie und Praxis; Springer Vieweg
- Thies, J., Zollhöfer, M., Stamminger, M., Theobalt, C., Nießner, M. (2018): Face2Face: Real-time Face Capture and Reenactment of RGB Videos, Communications of the ACM
- Nakamoto, S. (2008): Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System, Whitepaper bitcoin.org
- Drescher, D. (2017): Blockchain Grundlagen, mitp
- Buxmann, P. und Schmidt, H. (2019): Künstliche Intelligenz - Mit Algorithmen zum wirtschaftlichen Erfolg; Springer Gabler
- Je nach weiterem Thema stets aktuelle Quellen in StudIP.

**Anmerkungen**