

Modulhandbuch

Media Management

Bachelor of Science Stand: 22.07.26

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-RPO

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

Pflichtmodule

Die Module sind entsprechend der Studierreihenfolge sortiert.

Module und Lehrveranstaltungen	CP	SWS	empfohl. Semester	Lehrformen	Leistungsart	Prüfungsformen	W
Wirtschaft und Recht	12	8	1.		PL: K		
Betriebswirtschaft		2	1.	V + SU			
Medienmanagement		2	1.	V + SU			
Medienökonomie		2	1.	V + SU			
Recht		2	1.	V			
Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)	6	4	1.		PL: K		
Grundlagen, Theorien und Methoden der IKT		4	1.	V + SU			
Media Technology I	6	4	1.		PL: K		
Motion Image und Sound: Recording Technology		2	1.	V + SU			
Web Technology		2	1.	V + SU			
Design I - Konzeption, Gestaltung, Methodik	6	4	1.		PL: POR u. PT		
Konzeption, Gestaltung, Methodik		4	1.	V + SU			
Umsetzungskompetenzen Medien und Wirtschaft	6	4	2.		SL: KT u. PT o. H u. KT [MET]		
Umsetzungskompetenzen Medien		2	2.	Ü			
Umsetzungskompetenzen Wirtschaft		2	2.	Ü			
Empirische Medienforschung	6	4	2.		PL: K		
Theorien und Methoden der empirischen Medienforschung		2	2.	V			
Fallstudien zur empirischen Datenerhebung und -auswertung		2	2.	Ü			
English for Media Business Studies	3	2	2.		PL: POR		
English for Media Business Studies		2	2.	Ü			
Media Technology II	6	4	2.		PL: K		
Interactive Media Technology		2	2.	V + SU			
Motion Image and Sound: Production Technology		2	2.	V + SU			
Design II - Methoden, Perspektiven, Gestaltungskompetenzen	6	4	2.		PL: PR u. PT SL: PT [MET]		
Methoden und Perspektiven		2	2.	V + SU			
Gestaltungskompetenzen		2	2.	P			
Medienmarketing	9	6	2. - 3.		PL: K		
Strategisches Marketing		2	2.	V + SU			
Marketingkommunikation		2	3.	V + SU			
Operatives Marketing		2	3.	V + SU			
Finanz- und Rechnungswesen	6	4	3.		PL: K		
Steuern und Jahresabschluss		2	3.	V + Ü			
Kostenrechnung		2	3.	V + Ü			
Interdisziplinäre und interkulturelle Kompetenzen	6	4	3.		PL: POR SL: PT [MET]		
Interdisziplinäre Kompetenzen		2	3.	SU			
Intercultural Communication in English		2	3.	Ü			
Organisation und Personal (siehe Fußnote 1)	6	4	3., 7.		PL: K		
Organisation		2	3., 7.	V + SU			
Personalmanagement		2	3., 7.	V + SU			

In dem Studiengang müssen die Studierenden am Ende des 2. Semesters einen der folgenden Studienschwerpunkte wählen: Interaktive Medien & User Interfaces oder International Media Management 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 Studiengangs vereinbaren.

Module und Lehrveranstaltungen	CP	SWS	empfohl. Semester	Lehrformen	Leistungsart	Prüfungs- formen	VV
Projektstudium I (siehe Fußnote 2)	15	11	4.		PL: A u. PT o. H u. PT		Ja
Projekt I		10	4.	Proj			
Projektmanagement und Präsentation I		1	4.	SU			
Unternehmensführung	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			
Berufspraktische Tätigkeit (siehe Fußnote 3)	30	1	5.		SL: A u. PR [MET]		Ja
Praktikum (29 CP)		0	5.	P			
Begleitseminar		1	5.	SU			
Digital Business	9	6	6.		PL: K		
Social Media Business		2	6.	V + SU			
Electronic und Mobile Business		2	6.	V + Ü			
Digitale Wirtschaft		2	6.	V + SU			
Projektstudium II (siehe Fußnote 2)	15	11	6.		PL: A u. PT o. H u. PT		Ja
Projekt II		10	6.	Proj			
Projektmanagement und Präsentation II		1	6.	SU			
Aktuelle Themen Medienwirtschaft (siehe Fußnote 4)	6	4	7.		PL: H u. PR		
Aktuelle Themen Medienwirtschaft		4	7.	S			
Medientheorie	3	2	7.		PL: PR		
Medientheorie		2	7.	V + SU			
Bachelor-Thesis	15	1	7.		PL: TH PL: FG		Ja
Bachelor-Arbeit (12 CP)		0	7.	BA			
Begleitseminar		1	7.	S			

Allgemeine Abkürzungen:

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

Lehrformen:

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

Prüfungsformen:

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

¹Für den Studiengang Media Management wird dieses Modul im 7. Semester, für den Studiengang International Media Management im 3. Semester angeboten.

²Es besteht Anwesenheitspflicht in mindestens 75% der Lehrveranstaltungen.

³Es besteht Anwesenheitspflicht im Einführungs- und Abschlusskolloquium des Begleitseminars.

⁴Es 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	emphl. Semester	Lehrformen	Leistungsart	Prüfungsformen	vv
Interaktive Medien & User Interfaces I (IM/UI)	12	6	3.		PL: K u. POR		
Technologie und Produktion (IM/UI)		3	3.	V + P			
Konzeption und Design (IM/UI)		3	3.	V + P			
Interaktive Medien & User Interfaces II (IM/UI)	6	4	4.		PL: A		
Innovative Medientechnologien (IM/UI)		2	4.	V + SU			
User Experience Design (IM/UI)		2	4.	V + Ü			
Aktuelle Themen Mediendesign und -technik (siehe Fußnote 1)	6	4	6.		PL: A u. PR o. H u. PR		
Aktuelle Themen Mediendesign und -technik		4	6.	S			

Allgemeine Abkürzungen:

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

Lehrformen:

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

Prüfungsformen:

A: Ausarbeitung, **F:** Fremdsprachenprüfung, **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 International Media Management 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 Studiengangs vereinbaren.

¹Es 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%.

Curriculum

Media Management (B.Sc.), PO 2024

Studienschwerpunkt International Media Management

Die Module sind entsprechend der Studierreihenfolge sortiert.

Module und Lehrveranstaltungen	CP	SWS	empfohl. Semester	Lehrformen	Leistungsart	Prüfungs- formen	vV
Introduction to International Media Management	8	4	3.		PL: KT SL: POR [MET]		
Fundamentals of International Media Management		2	3.	V + Ü			
Characteristics, Traits, and Practices of Successful International Media Managers		2	3.	SU			
English for International Media Management (siehe Fußnote 1)	4	3	3.		PL: POR o. F		
English for International Media Management		3	3.	Ü			
Essential Skills in International Media Management	6	4	4.		SL: POR [MET]		
Essential Skills in International Media Management		4	4.	Ü			
Current Topics of International Media Management (siehe Fußnote 2)	6	4	6.		PL: A u. PR o. H u. PR		
Current Topics of International Media Management		4	6.	S			

Allgemeine Abkürzungen:

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

Lehrformen:

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

Prüfungsformen:

A: Ausarbeitung, **F:** Fremdsprachenprüfung, **FG:** Fachgespräch, **H:** Hausarbeit, **K:** Klausur, **KT:** Kurztests, **POR:** Portfolioprfungen, **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 International Media Management 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 Studiengangs vereinbaren.

¹Es besteht Anwesenheitspflicht in mindestens 75% der Lehrveranstaltungen.

²Es 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%.

Curriculum

Media Management (B.Sc.), PO 2024

Studienschwerpunkt Motion Image & Sound

Die Module sind entsprechend der Studierreihenfolge sortiert.

Module und Lehrveranstaltungen	CP	SWS	emfohl. Semester	Lehrformen	Leistungsart	Prüfungs- formen	vv
Motion Image & Sound I (MIS)	12	6	3.		PL: A u. POR		
Technologie und Produktion (MIS)		3	3.	V + P			
Storytelling und Design (MIS)		3	3.	V + P			
Motion Image & Sound II (MIS)	6	4	4.		PL: K u. POR		
Visual Content Design - Stile, Methoden, Formate (MIS)		2	4.	V + Ü			
Multimedia (MIS)		2	4.	SU			
Aktuelle Themen Mediendesign und -technik (siehe Fußnote 1)	6	4	6.		PL: A u. PR o. H u. PR		
Aktuelle Themen Mediendesign und -technik		4	6.	S			

Allgemeine Abkürzungen:

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

Lehrformen:

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

Prüfungsformen:

A: Ausarbeitung, **F:** Fremdsprachenprüfung, **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 International Media Management 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 Studiengangs vereinbaren.

¹Es 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%.

Inhaltsverzeichnis

Pflichtmodule	12
Wirtschaft und Recht	12
Betriebswirtschaft	14
Medienmanagement	15
Medienökonomie	16
Recht	17
Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)	18
Grundlagen, Theorien und Methoden der IKT	20
Media Technology I	21
Motion Image und Sound: Recording Technology	23
Web Technology	24
Design I - Konzeption, Gestaltung, Methodik	25
Konzeption, Gestaltung, Methodik	27
Umsetzungskompetenzen Medien und Wirtschaft	28
Umsetzungskompetenzen Medien	30
Umsetzungskompetenzen Wirtschaft	31
Empirische Medienforschung	32
Theorien und Methoden der empirischen Medienforschung	34
Fallstudien zur empirischen Datenerhebung und -auswertung	35
English for Media Business Studies	36
English for Media Business Studies	39
Media Technology II	40
Interactive Media Technology	42
Motion Image and Sound: Production Technology	43
Design II - Methoden, Perspektiven, Gestaltungskompetenzen	44
Methoden und Perspektiven	46
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	65
Projekt I	67
Projektmanagement und Präsentation I	68
Unternehmensführung	69
Investition und Finanzierung	71
Start-ups und KMU-Management	72
Strategisches Management	73
Berufspraktische Tätigkeit	74
Praktikum (29 CP)	76
Begleitseminar	77
Digital Business	78
Social Media Business	80
Electronic und Mobile Business	81
Digitale Wirtschaft	83
Projektstudium II	85
Projekt II	87
Projektmanagement und Präsentation II	88
Aktuelle Themen Medienwirtschaft	89
Aktuelle Themen Medienwirtschaft	91

Medientheorie	92
Medientheorie	94
Bachelor-Thesis	95
Bachelor-Arbeit (12 CP)	97
Begleitseminar	98
Studienschwerpunkt: Interaktive Medien & User Interfaces	100
Interaktive Medien & User Interfaces I (IM/UI)	100
Technologie und Produktion (IM/UI)	102
Konzeption und Design (IM/UI)	103
Interaktive Medien & User Interfaces II (IM/UI)	104
Innovative Medientechnologien (IM/UI)	106
User Experience Design (IM/UI)	107
Aktuelle Themen Mediendesign und -technik	108
Aktuelle Themen Mediendesign und -technik	110
Studienschwerpunkt: International Media Management	112
Introduction to International Media Management	112
Fundamentals of International Media Management	114
Characteristics, Traits, and Practices of Successful International Media Managers	115
English for International Media Management	116
English for International Media Management	118
Essential Skills in International Media Management	119
Essential Skills in International Media Management	121
Current Topics of International Media Management	123
Current Topics of International Media Management	125
Studienschwerpunkt: Motion Image & Sound	127
Motion Image & Sound I (MIS)	127
Technologie und Produktion (MIS)	129
Storytelling und Design (MIS)	130
Motion Image & Sound II (MIS)	132
Visual Content Design - Stile, Methoden, Formate (MIS)	134
Multimedia (MIS)	136
Aktuelle Themen Mediendesign und -technik	137
Aktuelle Themen Mediendesign und -technik	139

Modul

Wirtschaft und Recht

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

- 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:

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

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

LV-Nummer

1101

Kürzel**SWS**

2

Fachsemester

1.

Lehrformen

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

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

LV-Nummer 1102	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 1.
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

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

LV-Nummer	Kürzel	SWS	Fachsemester
1103		2	1.

Lehrformen	Häufigkeit	Sprache(n)
Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	jedes Semester	Deutsch

Verwendbarkeit der LV

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

LV-Nummer 1104	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 1.
Lehrformen Vorlesung	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) 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.
- Wörten, R. / Kokemoor, A. / Lohrer, S. (2021): Handelsrecht mit Gesellschaftsrecht, 14. Auflage, Carl Heymanns Verlag, München.
- Wörten, R. / Metzler-Müller, K. (2019): BGB AT: mit Einführung in das Recht, 15. Auflage, Vahlen Verlag, München.

Anmerkungen

Modul

Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)

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

Modulverwendbarkeit

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

- 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:

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

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:

- 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	Kürzel	SWS	Fachsemester
1201		4	1.
Lehrformen	Häufigkeit	Sprache(n)	
Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	jedes Semester	Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

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

Modulnummer 1300	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch
Fachsemester 1.(empfohlen)		Prüfungsart Modulprüfung	

Modulverwendbarkeit

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

- 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:

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

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

Gesamtwoorkload 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 und Sound: Recording Technology

LV-Nummer	Kürzel	SWS	Fachsemester
1301		2	1.

Lehrformen	Häufigkeit	Sprache(n)
Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	jedes Semester	Deutsch

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024
- 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	Kürzel	SWS	Fachsemester
1302		2	1.

Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch
---	-------------------------------------	------------------------------

Verwendbarkeit der LV

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

Modulnummer 1400	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht
----------------------------	---------------	--

Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch
--------------------------------	----------------------------	-------------------------------------	------------------------------

Fachsemester 1.(empfohlen)	Prüfungsart Kombinierte Modulprüfung
--------------------------------------	--

Modulverwendbarkeit

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

- 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 Urteilstkraft 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:

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

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Portfolioprüfungen
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

LV-Nummer 1401	Kürzel	SWS 4	Fachsemester 1.
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

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

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

Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Julia Hamprecht, Prof. Dr. Johannes Luderschmidt

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage

- 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:

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

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

Gesamtworkload 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

LV-Nummer 1501	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 2.
Lehrformen Übung	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

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

LV-Nummer 1502	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 2.
Lehrformen Übung	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Julia Hamprecht

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=PLLXmgYx8DeQyk_2Mx7POobehJFJkvq-Bu&index=6
- 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-LLqj7iSZfJUS4ZANp30rgSyKkMt>.
- Sele Training (2018). Top 25 Excel 2016 Tipps und Tricks. Abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=EdnAeqxdzM>.
- Computerbild (2015). Microsoft Excel 2016 (Schnellstart-Anleitung als PDF). Abrufbar unter <https://www.computerbild.de/download/Microsoft-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

Modulnummer 1600	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

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Julia Hamprecht

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage

- 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:

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

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

LV-Nummer 1601	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 2.
Lehrformen Vorlesung	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Julia Hamprecht

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

LV-Nummer 1602	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 2.
Lehrformen Übung	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Julia Hamprecht

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

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, Dozent:innen 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

- ... 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:

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

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

LV-Nummer

1701

Kürzel**SWS**

2

Fachsemester

2.

Lehrformen

Übung

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Englisch

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Simone Marx, M.A. Heather Watson

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

Modulnummer 1800	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch
Fachsemester 2.(empfohlen)		Prüfungsart Modulprüfung	

Modulverwendbarkeit

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

- 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:

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

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

LV-Nummer	Kürzel	SWS	Fachsemester
1801		2	2.
Lehrformen	Häufigkeit	Sprache(n)	
Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	jedes Semester	Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024
- 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**SWS**

2

Fachsemester

2.

Lehrformen

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Deutsch

Verwendbarkeit der LV

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

- Studiotchnik 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

Modulnummer 1900	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht
----------------------------	---------------	--

Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch
--------------------------------	----------------------------	-------------------------------------	------------------------------

Fachsemester 2.(empfohlen)	Prüfungsart Kombinierte Modulprüfung
--------------------------------------	--

Modulverwendbarkeit

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

- 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:

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

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	SWS 2	Fachsemester 2.
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024
- 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	SWS 2	Fachsemester 2.
Lehrformen Praktikum	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

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

Modulnummer 2100	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	
Leistungspunkte 9 CP	Dauer 2 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch
Fachsemester 2., 3.(empfohlen)		Prüfungsart Modulprüfung	

Modulverwendbarkeit

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

- 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:

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

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

LV-Nummer 2101	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 2.
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

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

LV-Nummer 2102	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 3.
--------------------------	---------------	-----------------	---------------------------

Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch
---	-------------------------------------	------------------------------

Verwendbarkeit der LV

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

LV-Nummer 2103	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 3.
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

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

Modulnummer 2200	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht
----------------------------	---------------	--

Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch
--------------------------------	----------------------------	-------------------------------------	------------------------------

Fachsemester 3.(empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung
--------------------------------------	------------------------------------

Modulverwendbarkeit

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

- 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:

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

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

LV-Nummer 2201	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 3.
Lehrformen Vorlesung, Übung	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

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

LV-Nummer 2202	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 3.
Lehrformen Vorlesung, Übung	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

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

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, Dozent:innen 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

- 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:

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

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**SWS**

2

Fachsemester

3.

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Deutsch

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Christopher Dahm, Prof. Daniela Ewald, Prof. Dr. Christoph Kochhan

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

SWS
2

Fachsemester
3.

Lehrformen
Übung

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Simone Marx, M.A. Heather Watson

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

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
- Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Für den Studiengang Media Management wird dieses Modul im 7. Semester, für den Studiengang 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

- 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:

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

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:

- 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

LV-Nummer 2401	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 3., 7.
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024
- 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 eigen erstellte Erklärvideos 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

LV-Nummer	Kürzel	SWS	Fachsemester
2402		2	3., 7.

Lehrformen	Häufigkeit	Sprache(n)
Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	jedes Semester	Deutsch

Verwendbarkeit der LV

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

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Julia Hamprecht

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

Modulnummer 2500	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	
Leistungspunkte 15 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch
Fachsemester 4.(empfohlen)		Prüfungsart Kombinierte Modulprüfung	

Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Es besteht Anwesenheitspflicht in mindestens 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 Introduction to International Media Management und English for International Media Management oder Motion Image & Sound I (MIS)

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage

- Entscheidungen im Rahmen des Projekts fachlich und methodisch zu begründen. / justify decisions within the project in technical and methodological terms.
- anwendungsbezogene Problemstellungen und Fragestellungen innerhalb eines Projekts im Team zu bearbeiten. / work on application-related problems and issues within a project in a team.
- Methoden und Tools des Projektmanagements zu erläutern und Projekte zu planen, zu gestalten sowie zu evaluieren. / explain project management methods and tools and plan, design and evaluate projects.
- in Teams in Präsenz und auf Distanz kooperativ und verantwortlich zu arbeiten. / work cooperatively and responsibly in teams in presence and at a distance.
- Personen- und fachbezogene Kommunikationsprozesse angemessen zu initiieren und zu steuern und dabei unterschiedliche Sichtweisen und Perspektiven zu berücksichtigen. / initiate and manage personal and professional communication processes appropriately, taking into account different points of view and perspectives
- Erfahrungen mit den Akteuren und Akteurinnen in der Praxis wie auch im Team als eigenen Bildungsprozesses zu sehen und zu reflektieren. / see and reflect on experiences with the actors in practice and in the team as their own educational process.
- zu reflektieren, dass sie mit Hilfe eines Projektes einen Beitrag zur Lösung berufs- bzw. gesellschaftsrelevanter Herausforderungen leisten können. / reflect on the fact that they can make a contribution to solving professional and socially relevant challenges with the help of a project.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Praxisanwendung, Medienproduktionen, Design und Technik, Management, Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Methoden,

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

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	SWS 10	Fachsemester 4.
Lehrformen Projekt	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch und Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Dozent:innen 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

/

Regular project meetings and milestone control; guidance, support, and feedback from supervising professors.

- Definition of project goals
- Project planning
- Project implementation
- Presentations (interim presentation, final presentation)
- Project documentation and project reflection

Didaktische Methoden und Medienformen

projektabhängig

/

project-dependent

Literatur

projektabhängig

/

project-dependent

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Projektmanagement und Präsentation I
Project Management and Presentations I

LV-Nummer
2502

Kürzel

SWS
1

Fachsemester
4.

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Deutsch und Englisch

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Dozent:innen des Studiengangs

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

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

/

- Project management methods and tools
- Strategic planning and creative processes
- Success factors of projects
- Presentation of project results

Didaktische Methoden und Medienformen

projektabhängig

/

project-dependent

Literatur

projektabhängig

/

project-dependent

Anmerkungen

Modul

Unternehmensführung

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

- 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, Management, Methoden, Wissenschaftliches Arbeiten, Verantwortungsvolles Handeln

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

LV-Nummer 2601	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 4.
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) 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 Mits Studierenden 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

LV-Nummer 2602	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 4.
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) 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/document/197408>

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Strategisches Management
Strategic Management

LV-Nummer 2603	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 4.
Lehrformen Vorlesung	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) 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

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

- 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:

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

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**SWS**

0

Fachsemester

5.

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

LV-Nummer

2702

Kürzel**SWS**

1

Fachsemester

5.

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

- 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

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

- 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:

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

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	Kürzel	SWS	Fachsemester
2901		2	6.
Lehrformen	Häufigkeit	Sprache(n)	
Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	jedes Semester	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) Tafelanschriften 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

LV-Nummer 2902	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 6.
Lehrformen Vorlesung, Übung	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

- 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., Mülder, 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

LV-Nummer 2903	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 6.
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) 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-model)
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/marktstudien/>

- DIALOG CONSULT-/VATM: Marktanalyse Gigabit-Anschlüsse, aktuellste Version abrufbar unter: <https://www.vatm.de/marktstudien/>
- 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

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 mindestens 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 Essential Skills in International Media Management oder Motion Image & Sound II (MIS)

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage

- 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:

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

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	SWS 10	Fachsemester 6.
--------------------------	---------------	------------------	---------------------------

Lehrformen Projekt	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch
------------------------------	-------------------------------------	------------------------------

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Dozent:innen 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

SWS
1

Fachsemester
6.

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Deutsch

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Dozent:innen 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 Medienwirtschaft

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

- 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:

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

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

Gesamtwoorkload 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

LV-Nummer 3201	Kürzel	SWS 4	Fachsemester 7.
Lehrformen Seminar	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) 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

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

- 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:

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

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 3301	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 7.
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

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

- 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:

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

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**SWS**

0

Fachsemester

7.

Lehrformen

Bachelor-Arbeit

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Deutsch

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Dozent:innen 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

SWS
1

Fachsemester
7.

Lehrformen
Seminar

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Deutsch

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Dozent:innen 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

Studienschwerpunkt

Interaktive Medien & User Interfaces

Modul

Interaktive Medien & User Interfaces I (IM/UI)

Modulnummer 4100	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht
----------------------------	---------------	--

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, Prof. Dr. Johannes Luderschmidt

Verpflichtende Voraussetzungen
keine

Empfohlene Voraussetzungen
keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage

- 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:

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

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	SWS 3	Fachsemester 3.
--------------------------	---------------	-----------------	---------------------------

Lehrformen Vorlesung, Praktikum	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

- 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**SWS**

3

Fachsemester

3.

Lehrformen

Vorlesung, Praktikum

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Deutsch

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

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)

Modulnummer 4200	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht
----------------------------	---------------	--

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

- 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:

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

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 4201	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 4.
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	SWS 2	Fachsemester 4.
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 Pflöbarkeit, 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

Aktuelle Themen Mediendesign und -technik

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

- 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:

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

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
Current affairs in media design and technology

LV-Nummer
2801

Kürzel

SWS
4

Fachsemester
6.

Lehrformen
Seminar

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
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

Studienschwerpunkt

International Media Management

Modul

Introduction to International Media Management

Modulnummer 6100	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht
----------------------------	---------------	--

Leistungspunkte 8 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch
--------------------------------	----------------------------	-------------------------------------	-------------------------------

Fachsemester 3.(empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung
--------------------------------------	------------------------------------

Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage

- die Besonderheiten des Managements in globalen Märkten zu benennen. / name the specifics of management in global markets.
- die Motive für einen internationalen Markteintritt, die Auswahl von Zielmärkten, die Arten der Marktbearbeitung und die Wahl der richtigen Markteintrittszeitpunkte zu beschreiben. / describe the motivations to enter international markets, the selection of target markets, the types of market cultivation, and the determination of optimal market entry timing.
- die Merkmale, Eigenschaften und Praktiken erfolgreicher internationaler Medienmanager und Medienmanagerinnen zu analysieren. / analyze the characteristics, traits, and practices of successful international media managers.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

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

Leistungsart: Prüfungsleistung
Leistungsart: Studienleistung

Prüfungsform: Kurztests
Prüfungsform: Portfolioprüfungen

Modulbewertung: Benotet
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

240, davon 42 Präsenz (4 SWS) 198 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Fundamentals of International Media Management (Ü, 3. Sem., 1 SWS und V, 3. Sem., 1 SWS)
- Characteristics, Traits, and Practices of Successful International Media Managers (SU, 3. Sem., 2 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Fundamentals of International Media Management
Fundamentals of International Media Management

LV-Nummer 6101	Kürzel	SWS 2	Fachsemester 3.
Lehrformen Vorlesung, Übung	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Grundlagen und Theorien des internationalen Managements
- Funktionsbereiche des internationalen Medienmanagements
- Internationalisierungsstrategien von Medienunternehmen

/

- Basics and theories of international management
- Functional areas of International media management
- Internationalization strategies of media companies

Didaktische Methoden und Medienformen

- Vermittlung von Grundlagen sowie methodischem Wissen in Form von Vorlesungen (Präsenz- und Onlinevorlesungen).
- Reflexion des Kompetenzerwerbs durch die Bearbeitung von Fallbeispielen und Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit (Präsenz- und Onlineübungen) und der anschließenden Präsentation.
- Die empfohlene Literatur bietet die Möglichkeit, einzelne Aspekte nachzulesen und/oder zu vertiefen.

/

- Teaching of fundamentals as well as methodological knowledge in the form of lectures (face-to-face and online lectures).
- Reflection on the acquisition of competences by working on case studies and exercises in individual and group work (face-to-face and online exercises) followed by a presentation.
- The recommended literature offers the opportunity to read upon and/or deepen individual aspects.

Literatur

- Luthans, F. & Doh, J. (2020): International Management: Culture, Strategy, and Behavior, 11th ed., McGraw Hill.
- Mahoney, M. & Tang, T. (2020): The Rowman & Littlefield Handbook of Media Management and Business, Rowman & Littlefield.
- Wirtz, B. (2020): Media Management, 2nd ed., Springer.
- Wunder, T. (2016): Essentials of Strategic Management - Effective Formulation and Execution of Strategy, Schäffer- Poeschel.

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Characteristics, Traits, and Practices of Successful International Media Managers
Characteristics, Traits, and Practices of Successful International Media Managers

LV-Nummer
6102

Kürzel

SWS
2

Fachsemester
3.

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Merkmale, Eigenschaften und Praktiken erfolgreicher internationaler Medienmanager und Medienmanagerinnen
- /
- Characteristics, traits, and practices of successful international media managers

Didaktische Methoden und Medienformen

- Die Studierenden führen Interviews mit internationalen Medienmanagern und Medienmanagerinnen. Die gewonnen Erkenntnissen werden anschließend in der Gruppe analysiert und diskutiert.
- /

- The students conduct interviews with international media managers. The insights gained are then analyzed and discussed in the group.

Literatur

Relevante Literatur wird von den Studierenden selbstständig identifiziert.

/

Relevant literature is independently identified by the students.

Anmerkungen

Modul

English for International Media Management

Modulnummer 6200	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	
Leistungspunkte 4 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch
Fachsemester 3.(empfohlen)		Prüfungsart Modulprüfung	

Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Es besteht Anwesenheitspflicht in mindestens 75% der Lehrveranstaltungen.

Modulverantwortliche(r)

Louise Klein, Simone Marx, M.B.S. Anna-Janina Wittan

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

- Englischkenntnisse auf mindestens gutem B2-Niveau gemäß Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GEFR) / English language skills at a minimum of good B2 level according to the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR)
- Modul "English for Media Business Studies" / module "English for Media Business Studies"

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage

- im Themengebiet Internationales Medienmanagement klare und detaillierte mündliche Beschreibungen, Erörterungen und Darstellungen zu geben, Ideen auszuführen und durch untergeordnete Punkte und relevante Beispiele abzustützen. / give clear and detailed oral descriptions, arguments and explanations in the subject area of international media management, expanding and supporting ideas with subsidiary points and relevant examples.
- sich so spontan und fließend zu verständigen, dass ein normales Gespräch mit kompetenten Sprechenden der englischen Sprache ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. / interact with a degree of fluency and spontaneity that makes regular interaction with competent users of English quite possible without imposing strain on either party.
- klare, detaillierte Texte mit Bezug auf den Themenbereich International Media Management zu verfassen und dabei Informationen und Argumente aus verschiedenen Quellen zusammenzuführen, darzustellen, zu erörtern und gegeneinander abzuwägen. / produce clear, detailed texts related to international media management, synthesising, presenting, discussing and evaluating information and arguments from a number of sources.
- detaillierte Informationen, Ideen und Argumente Anderer zu verstehen, festzuhalten, zuverlässig zu übermitteln, weiterzuentwickeln, zu hinterfragen, aus verschiedenen Perspektiven zu betrachten und eine Lösung oder nächste Schritte vorzuschlagen. / understand, record, reliably communicate, develop, challenge, consider from different perspectives and propose a solution or next steps to detailed information, ideas and arguments from others.
- sehr selbstständig zu lesen, Lesestil und -tempo verschiedenen Texten und Zwecken anzupassen und geeignete Quellen selektiv zu benutzen. / read with a large degree of independence, adapting style and speed of reading to different texts and purposes, and using appropriate sources selectively.
- wirksam und flüssig ein Interviewgespräch zu führen, von vorbereiteten Fragen spontan abzuweichen, auf interessante Antworten näher einzugehen und nachzufragen, und dabei auch um Erläuterung oder um Klärung zu bitten, um sicherzustellen, dass man komplexe, abstrakte Ideen versteht. / carry out an effective, fluent interview, departing spontaneously from prepared questions, following up and probing interesting replies, as well as asking for explanation or clarification to ensure they understand complex, abstract ideas.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Sprachen, Konfliktfähigkeit, Kommunikation, Selbstreflexion

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Portfolioprüfungen
o. Fremdsprachenprüfung

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

120, davon 31.5 Präsenz (3 SWS) 88.5 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- English for International Media Management (Ü, 3. Sem., 3 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

English for International Media Management
English for International Media Management

LV-Nummer 6201	Kürzel	SWS 3	Fachsemester 3.
Lehrformen Übung	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Louise Klein, Simone Marx, M.B.S. Anna-Janina Wittan

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Führungskräfte: Eigenschaften, Kompetenzen, Stile
- Interviews und Befragungen
- Globalisierung und Internationalisierungsprozesse
- Strategische Unternehmensplanung (z. B. PESTLE-Analyse)
- Quellenarbeit und Zitierstile
- Lesestrategien

/

- Managers: characteristics, skills, styles
- Interviews and surveys
- Globalization and internationalization processes
- Corporate strategic planning (e.g. PESTLE analysis)
- Working with sources and citation styles
- Reading strategies

Didaktische Methoden und Medienformen

(Elektronische) Tafelanschriften, Textmaterial, Arbeitsblätter und Präsentationen. Der weitergehende und integrierte Einsatz von Lehrvideos, elektronischen Lernplattformen, multimedialen Inhalten und sonstigen lehr- und lernunterstützenden Softwarelösungen erfolgt situativ, zum jeweiligen Stand der Technik und abhängig von Verfügbarkeiten und didaktischen Bedarfen.

/

(Electronic) whiteboard notes, texts, worksheets and presentations. The further integrated use of instructional videos, learning management systems, multimedia content and other teaching and learning support software solutions will be based on the situation, the current state of the art, availability and didactic requirements.

Literatur

Wird semesterweise bekannt gegeben / Will be communicated each semester

Anmerkungen

Angebot des LehrLernZentrums (LLZ)/Sprachenzentrums / Offered by the Center for Teaching and Learning (LehrLernZentrum - LLZ)/Language Center (Sprachenzentrum)

Modul

Essential Skills in International Media Management

Modulnummer 6400	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch
Fachsemester 4.(empfohlen)		Prüfungsart Modulprüfung	

Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage

- ausgewählte essenzielle Fertigkeiten von internationaler Medienmanagern und Medienmanagerinnen in der Praxis zu nutzen. / apply selected essential skills of international media managers in practice.
- fachspezifische Methoden aus dem Management anzuwenden, um adäquate Entscheidungen im Managementkontext umzusetzen. / apply subject-specific methods of management in order to implement adequate decisions in a management context.
- sich in der jeweiligen Terminologie der Fachdomänen kompetent auszudrücken. / express themselves competently in the relevant terminology of the subjects.
- zielgerichtet und lösungsorientiert auf Distanz zusammenzuarbeiten. / work together remotely in a goal-oriented and solution-oriented manner.
- für ihre persönliche Weiterentwicklung individuelle Ziele zu formulieren und deren Erreichen selbstkritisch zu reflektieren. / formulate individual goals for their personal development and to reflect on their achievement in a self-critical manner.
- Arbeitsprozesse effektiv und effizient zu gestalten und sich selbstständig zu organisieren. / organize work processes effectively and efficiently and to organize themselves independently.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Management, Digitalisierung, Praxisanwendung, Methoden, Kommunikation, Teamfähigkeit, Selbstreflexion, Zeit- und Selbstmanagement

Leistungsart: Studienleistung

Prüfungsform: Portfolioprüfungen

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:

- Essential Skills in International Media Management (Ü, 4. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Essential Skills in International Media Management
Essential Skills in International Media Management

LV-Nummer 6401	Kürzel	SWS 4	Fachsemester 4.
Lehrformen Übung	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Karrierewege und Fähigkeiten von erfolgreichen Führungskräften.
- Entwicklung einer persönlichen Marke online
- Aufbau eines internationalen Netzwerkes von Kontakten
- Planung und Organisation von Teamarbeit über Distanzen hinweg

/

- Career paths and skills of accomplished leaders.
- Creating of a personal brand online
- Building an international network of contacts
- Planning and organization of teamwork across distances

Didaktische Methoden und Medienformen

- Die Wissensvermittlung erfolgt überwiegend im betreuten Selbststudium auf Basis zur Verfügung gestellter Lernmaterialien unter Anleitung und Unterstützung der/des Lehrenden. So bearbeiten die Studierenden selbstständig und individuell Aufgaben eines zur Verfügung gestellten Aufgabenkatalogs mit ergänzenden Präsenz- und/oder Onlineterminen zur Klärung von Verständnis- und Organisationsfragen.
- Die Studierenden identifizieren und reflektieren zunächst Schlüsselqualifikationen, die ausgewählte Persönlichkeiten in der Medienbranche einflussreich gemacht haben. Anhand publizierter Biografien und weiterer Quellen untersuchen sie die Karrierewege und Fähigkeiten erfolgreicher Führungspersönlichkeiten im Hinblick auf Führungs-, Management- und Kommunikationsfähigkeiten. Abschließend erstellen die Studierenden einen praktischen Plan zur Umsetzung der identifizierten zentralen Fähigkeiten in ihrer persönlichen internationalen Medienmanagement-Rolle.
- Weiterhin definieren und entwickeln die Studierenden ihre persönliche Marke und präsentieren sie über digitale Plattformen. Sie lesen relevante Fachliteratur, um die Grundlagen des Personal Brandings zu verstehen, und fassen zentrale Konzepte zusammen. Anschließend definieren sie ihre persönliche Marke durch eine Selbstanalyse und die Entwicklung eines individuellen Brand Statements. Die Optimierung der Online-Präsenz erfolgt durch die Erstellung professioneller Profile auf LinkedIn und einer weiteren Plattform. Abschließend reflektieren die Studierenden ihre Erfahrungen und formulieren Strategien zur nachhaltigen Entwicklung ihrer Personal Brand.
- Zudem bauen die Studierenden ein internationales Netzwerk von Kontakten auf. Zunächst werden die Ziele des Netzwerkes klar definiert, indem die gewünschten Ergebnisse präzise herausgearbeitet werden. Im nächsten Schritt werden die Merkmale der relevanten Zielpersonen festgelegt, um eine gezielte Ansprache geeigneter Kontakte zu ermöglichen. Eine Outreach-Strategie wird entwickelt, die unterschiedliche Kommunikationsansätze und Vorlagen umfasst, um professionell und effektiv mit den anvisierten Kontakten in Verbindung zu treten. Die Umsetzung der Strategie zielt abschließend darauf ab, mindestens zehn Fachleute zu erreichen und die gewonnenen Erfahrungen detailliert zu reflektieren.
- Schließlich führen die Studierenden mit einem cloudbasierten Software-Tool für die Aufgabenkoordination in Teams mehrere praktische Aufgaben im Kontext der Organisation einer Geburtstagsfeier schrittweise durch.

/

- The knowledge transfer takes place mainly in supervised self-study on the basis of learning materials provided under the guidance and support of the lecturer. In this way, the students work independently and individually on tasks from a catalogue of tasks provided with supplementary face-to-face and/or online appointments to clarify questions of understanding and organization.
- The students first identify and reflect on key qualifications that have made selected personalities influential in the media industry. Using published biographies and additional sources, they examine the career paths and skills of successful leaders with respect to leadership, management, and communication abilities. Finally, the students create a practical plan for implementing the identified key skills in their personal international media management role.
- Additionally, the students define and develop their personal brand and present it through digital platforms. They read relevant literature to understand the fundamentals of personal branding and summarize key concepts. Then, they define their personal brand through self-analysis and the development of an individual brand statement. The optimization of their online presence takes place through the creation of professional profiles on LinkedIn and another platform. Finally, the students reflect on their experiences and formulate strategies for the sustainable development of their personal brand.
- Furthermore, the students build an international network of contacts. First, the goals of networking are clearly defined by precisely outlining the desired outcomes. The next step is to determine the characteristics of the relevant target individuals to allow for a targeted approach to suitable contacts. An outreach strategy is developed, which includes various communication approaches and templates to professionally and effectively connect with the targeted contacts. The implementation of the strategy ultimately aims to reach at least ten professionals and reflect in detail on the gained experiences.
- Finally, the students gradually carry out several practical tasks related to the organization of a birthday party using a cloud-based software tool for task coordination in teams.

Literatur

Relevante Literatur wird semesterweise bekanntgegeben.

/

Relevant literature will be announced semester by semester.

Anmerkungen

Modul

Current Topics of International Media Management

Modulnummer 6300	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht
----------------------------	---------------	--

Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch
--------------------------------	----------------------------	-------------------------------------	-------------------------------

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. Claus-Peter Ernst

Verpflichtende Voraussetzungen
keine

Empfohlene Voraussetzungen
keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage

- eine Forschungsarbeit unter Anleitung zu strukturieren. / to structure a research article under guidance.
- eine Literaturrecherche selbstständig durchzuführen. / perform a literature search independently.
- eine aktuelle Themenstellung aus dem Bereich des internationalen Medienmanagements nach wissenschaftlichen Methoden und Prinzipien zu analysieren. / analyse a current topic from the field of international media management according to scientific methods and principles.
- Handlungsempfehlungen für die Praxis zu benennen. / name recommendations for practical application.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Wissenschaftliches Arbeiten, Kommunikation, Zeit- und Selbstmanagement, Selbstreflexion

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:

- Current Topics of International Media Management (S, 6. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Current Topics of International Media Management
Current Topics of International Media Management

LV-Nummer 6301	Kürzel	SWS 4	Fachsemester 6.
Lehrformen Seminar	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Identifizierung und Nutzung wissenschaftlicher Literatur
- Planung und Strukturierung eines wissenschaftlichen Textes
- Einhaltung formaler Anforderungen für wissenschaftliche Arbeiten
- Korrektes Zitieren von verwendeten Quellen
- Verfassen eines wissenschaftlichen Textes: Inhalte sind aktuelle Themen des internationalen Medienmanagements. Die Themen werden für jede Lehrveranstaltung unter Beachtung aktueller Trend- und Schwerpunktthemen in der Medienpraxis festgelegt und eignen sich für eine individuelle Bearbeitung durch die Studierenden. Neben einer Relevanz für die aktuelle Medienpraxis können die Themen auch Bezüge zur angewandte Forschung aufweisen.

/

- Identifying and using scientific literature
- Planning and structuring a scientific text
- Following formal requirements for scientific works
- Quoting used sources correctly
- Writing a scientific text: Contents are current topics from the fields of international media management. The topics are determined for each course in consideration of current trends and focal points in media practice and are suitable for individual work by the students. In addition to their relevance to current media practice, the topics may also have references to applied research.

Didaktische Methoden und Medienformen

- Erarbeitung von Grundlagen sowie methodischem Wissen unter aktiver Beteiligung der Studierenden in Seminarform (Präsenz- und Onlineseminar).
- Bearbeitung eines individuellen Themas, welches in mehreren strukturierten Gesprächen mit der Dozentin oder dem Dozenten sowie den weiteren Studierenden fokussiert und auf eine konkrete Aufgabenstellung hin präzisiert wird.
- Analyse und Aufbereitung des Themas durch die Studierenden mit anschließender gemeinsamer Diskussion in der Gruppe.

/

- Development of fundamentals as well as methodological knowledge with active participation of the students in seminar form (face-to-face and online seminar).
- Working on an individual topic, which is analysed in several structured discussions with the lecturer and the other students and specified in more detail with regard to a concrete task.
- Analysis and preparation of the topic by the students, followed by group discussion.

Literatur

Relevante Literatur wird von den Studierenden selbstständig identifiziert.

/

Relevant literature is independently identified by the students.

Anmerkungen

Studienschwerpunkt

Motion Image & Sound

Modul

Motion Image & Sound I (MIS)

Modulnummer 5100	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	
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

- 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:

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

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	SWS 3	Fachsemester 3.
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	SWS 3	Fachsemester 3.
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)

Modulnummer 5200	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	
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

- 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:

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

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	SWS 2	Fachsemester 4.
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	SWS 2	Fachsemester 4.
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 aktuelle Themen der Multimediatechnologie. Das betrifft neue Übertragungs- und Gerätetechnologien, darauf aufbauend neuartige Softwareentwicklungen für innovative Geschäftsanwendungen.

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

Modul

Aktuelle Themen Mediendesign und -technik

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

- 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:

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

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
Current affairs in media design and technology

LV-Nummer 2801	Kürzel	SWS 4	Fachsemester 6.
Lehrformen Seminar	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) 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