

Modulhandbuch

für den Bachelorstudiengang

**Medienwirtschaft und
Journalismus**

Stand 20.05.2023

Inhaltsverzeichnis

Grundlagen der Ökonomie	3
Journalistische Grundlagen 1	4
Psychologie	5
Einführung in die Informatik	6
Gestaltung: Grundlagen/Technik	7
Wissenschaftliches Arbeiten 1	8
Mathematik	9
Rechnungswesen und Controlling	10
Journalistische Grundlagen 2	11
Soziologie	12
Medientechnik	13
Typographie/Layout	14
English for the Media	15
Medienwirtschaft und Marketing	16
Journalismuswerkstatt	18
Medien und Kommunikation 1	20
Internettechnologien 1	22
Visuelle Kommunikation 1	23
Statistik	25
Praxissemester	26
Investition und Finanzierung	28
Medien und Kommunikation 2	29
Internettechnologie 2	30
Visuelle Kommunikation 2	31
Recht	32
Medienprojekt 1	33
Organisation und Führung	35
Schwerpunkt 1	36
Public Relations und Unternehmenskommunikation	38
User Centered Design.....	40
Seminar Medienforschung	41
Medienprojekt 2	43
Strategisches Medienmanagement.....	44
Schwerpunkt 2	46
Medienrecht	48
Studienabschlussvorbereitung	49
Bachelorarbeit	51

Grundlagen der Ökonomie

Modulname			Modulcode		
Grundlagen der Ökonomie					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Christian Sachs			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
alle Studiengänge, die wirtschaftswissenschaftliche Kompetenzen vermitteln					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
keine, englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), zweistündige Klausur (K2)					
Lehrinhalte					
Das Modul vermittelt wirtschaftliche Grundbegriffe, Grundlagen zu Märkten, zum Marktmechanismus und Marktversagen und zur Rolle des Staates in einer Marktwirtschaft. Es werden betriebswirtschaftliche Entscheidungsprozesse einschließlich ihrer Zielgrößen behandelt. Zudem werden Kenntnisse über Entscheidungen zur Rechtsformwahl und zum Aufbau von Unternehmungen sowie Grundkenntnisse der verschiedenen Funktionsbereiche von Unternehmungen vermittelt.					
Qualifikationsziele					
Im Modul „Grundlagen der Ökonomie“ erlernen die Studierenden den fachlich kompetenten Umgang mit wirtschaftlichen Begriffen und Zielsetzungen, sie verstehen die Funktionsweise der Marktwirtschaft innerhalb der planetaren Grenzen, konstitutive Unternehmensentscheidungen und die Inhalte und Zusammenhänge der betrieblichen Funktionsbereiche, um für die vertiefenden betriebswirtschaftlichen Fragestellungen der im Studium folgenden Module vorbereitet zu sein. Die Studierenden können die allgemeine ökonomische Denkweise des Optimierens bei begrenzten Ressourcen in verschiedenen volks- und betriebswirtschaftlichen Modellen anwenden und dabei die Dimensionen der Nachhaltigkeit beachten.					
Lehr- und Lernmethoden					
Seminaristische Vorlesung mit Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Prof. Dr. Christian Sachs, Prof. Dr. Dirk Fischer, Prof. Dr. Rebecca Hartje	Grundlagen der Ökonomie				4

Journalistische Grundlagen 1

Modulname			Modulcode		
Journalistische Grundlagen 1					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Eva Nowak			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Arbeitsmappe (AM)					
Lehrinhalte					
Journalistische Qualitätskriterien strukturieren das gesamte Modul und verbinden dadurch Wissensvermittlung mit Reflexion. Anhand von Nachrichtentexten werden Informationsauswahl, Aufbau und Produktion vermittelt und geübt. Anschließend werden diese Kenntnisse auf verschiedene Medien übertragen und eingeübt. Zur Auseinandersetzung mit Berufsrollen, ethischen Berufsstandards und journalistischen Arbeitsweisen werden wissenschaftliche Texte ausgewertet und relevante Theorien und Modelle diskutiert.					
Qualifikationsziele					
Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, Berufsrollen, Arbeitsroutinen und Qualitätskriterien der journalistischen Arbeit auf wissenschaftlicher Grundlage zu verstehen und diese Erkenntnisse anhand von nachrichtlichen journalistischen Produkten anzuwenden. Die Studierenden sollen Grundlagen der Mediennutzung verstehen und darauf aufbauend Arbeitsroutinen im Nachrichtenjournalismus mediengerecht für verschiedene Plattformen anwenden können. Ethische Fragen sollen die Studierenden im Spannungsverhältnis von Journalismus, Politik und Gesellschaft analysieren und bewerten können.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Dipl.-Journ. Katrin Busch, Prof. Dr. Andrea Czepek, Dipl. Med.-Wirtin Alice Düwel, Prof. Dr. Eva Nowak	Journalistische Grundlagen 1 (Vorlesung)				2
	Journalistische Grundlagen 1 (Übung)				2

Psychologie

Modulname			Modulcode		
Psychologie					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Beate Illg			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), zweistündige Klausur (K2) oder Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Im Modul Psychologie werden zum einen Grundkenntnisse der Allgemeinen Psychologie vermittelt, wie z.B. Wahrnehmung und Aufmerksamkeit, Gedächtnis, Lernen etc. Die Studierenden lernen die wichtigsten Theorien und wissenschaftlichen Experimente kennen. Zum anderen werden spezielle Kenntnisse der Medienpsychologie gelehrt. Dabei geht es sowohl um Theorien zur Erklärung von Medienwirkungen als auch um konkrete Anwendungsbeispiele der Medienwirkungsforschung. Das Lehrformat ist die Vorlesung mit seminaristischem Charakter; auch individuelle Textarbeit gehört dazu. Darüber hinaus arbeiten die Studierenden zum Teil in Kleingruppen und stellen ihre Ergebnisse in Kurzreferaten vor.					
Qualifikationsziele					
Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul Psychologie sollen die Studierenden verschiedene Theorien und Modelle des Fachs verstanden haben und in ausgewählten Fällen auch anwenden können. Sie verstehen die Grundlagen der Psychologie und können diese auf konkrete Phänomene transferieren. Darüber hinaus sollen sie eine Auswahl relevanter medienpsychologischer Theorien und Modelle verstanden haben und diese anwenden können, z.B. um Medienwirkungen zu erklären.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen, Textarbeit, ggfs. Referate					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Prof. Dr. Beate Illg	Psychologie				4

Einführung in die Informatik

Modulname			Modulcode		
Einführung in die Informatik					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Knut Barghorn			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
Keine formalen Zulassungsvoraussetzungen					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), zweistündige Klausur (K2) oder 30-minütige mündliche Prüfung					
Lehrinhalte					
Behandelt werden neben der Bedeutung der Informatik für die Medienproduktion und –darstellung Grundlagen der Informatik. Eingegangen wird auf Zahlensysteme und die Arithmetik im binären Zahlensystem, Grundlagen der Kodierung, der Aussagenlogik, der Booleschen Algebra, Komponenten des Computers und deren Aufgaben, Prozesse und deren Bearbeitung, Algorithmen und deren Darstellung sowie der Erstellung von Entity Relationship- und ausgewählter UML-Diagramme.					
Qualifikationsziele					
Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer verstehen die Bedeutung der Informatik in der Gesellschaft und insbesondere die Bedeutung für den Medienbereich. Sie beherrschen die Grundlagen der Informatik für den Medienbereich.					
Lehr- und Lernmethoden					
Vorlesung mit integrierten Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Prof. Dr. Knut Barghorn, Prof. Dr. Michael Klafft, Dipl.-Ing Andreas Baumgart	Einführung in die Informatik				4

Gestaltung: Grundlagen/Technik

Modulname			Modulcode		
Gestaltung: Grundlagen Technik					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dipl.-Des. Götz Greiner			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Die Gestaltungsgrundlagen und das gestalterische Grundvokabular werden anhand eigenständig erarbeiteter Kompositionen (Kurzprojekte) sowie durch die Diskussion verschiedener gestalteter Produkte erlernt. In die digitalen Eingabe-, Bearbeitungs- und Ausgabetechniken (Apple Macs, Scanner, Photoshop, Indesign, PDF Erstellung, Drucker etc.) wird eingeführt.					
Qualifikationsziele					
Die Grundzüge des Abstrahierens und Gestaltens mittels formaler ästhetischer Prinzipien sowie die Qualitätskriterien der gestalterischen Arbeit werden kennengelernt und sollen verstanden werden. Die Beurteilungskompetenz für Drucksachen geringer Komplexität wird erlangt. Der Unterschied zwischen vektor- und pixelbasierter Arbeit soll verstanden werden und sinnvoll genutzt werden können. Konzeptionelles und kreatives Arbeiten wird erprobt worden sein. Die Basis für die Befähigung zur späteren projektorientierten gestalterischen Arbeit wird geschaffen. Der Kurs ist Voraussetzung für das eigenständige Arbeiten mit den technischen Geräten im Mac-Labor.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in		Titel der Lehrveranstaltung			SWS
Prof. Dipl.-Des. Götz Greiner, Dipl.-Des. Frieda Mertins		Gestaltung: Grundlagen/Technik			4

Wissenschaftliches Arbeiten 1

Modulname			Modulcode		
Wissenschaftliches Arbeiten 1					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Dr. Melanie Hellwig			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	1	1
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine formalen Voraussetzungen					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Studienleistung benotet (SLb), Arbeitsmappe (AM)					
Lehrinhalte					
Es werden einführende Kenntnisse zur Literaturrecherche und Literaturverarbeitung, sowie wissenschaftlichem Schreiben, Zitierweisen und wissenschaftlicher Sprache vermittelt. Die Studierenden lernen verschiedene Typen von wissenschaftlichem Arbeiten und deren jeweiligen Aufbau kennen. Dies wird begleitet durch Übungsaufgaben, die selbstständig digital bearbeitet werden. Die Studierenden üben angeleitet Zeit- und Selbstmanagement.					
Qualifikationsziele					
Ziele sind systematische Herangehensweisen an wissenschaftliches Arbeiten kennenzulernen und zu üben, ebenso wie Kenntnisse zur Infrastruktur der wissenschaftlichen Informationsbeschaffung, der Grundansprüche an wissenschaftliches Arbeiten, des Entstehungsprozesses einer wissenschaftlichen Arbeit und der Kriterien zur Beurteilung wissenschaftlicher Arbeiten.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
30 Stunden, davon 18 Stunden Kontaktstudium und 12 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in		Titel der Lehrveranstaltung			SWS
Dr. Melanie Hellwig		Wissenschaftliches Arbeiten 1			1

Mathematik

Modulname			Modulcode		
Mathematik					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Rebecca Hartje			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	4	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
Kompetenzen in den Grundlagen der Mathematik wie Addition, Subtraktion, Multiplikation und Division, Termumformung, Bruchrechnung, Potenz- und Wurzelrechnung, Logarithmen, Äquivalenzumformungen, Lösen quadratischer Gleichungen sowie grundlegendes Wissen über Funktionen werden erwartet. Eine Teilnahme an MatheToGo sowie dem Mathe-Brückenkurs wird daher dringend empfohlen.					
Weitere Lehrsprache(n)					
keine					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsvorleistung unbenotet (PVL) TaR, Studienleistung benotet (SLb): zweistündige Klausur (K2)					
Lehrinhalte					
Die Lehrinhalte der Vorlesung sind - mathematische Notation, - Grundlagen der Aussagenlogik, - Grundlagen der Mengenlehre, - Bestimmen von Definitions- und Lösungsmengen in Systemen von Gleichungen/Ungleichungen, - Einführung in Folgen und Reihen, - einführende Aufgabenstellungen zur Differential- und Integralrechnung, - Grundlagen der Finanzmathematik					
Qualifikationsziele					
Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage • Definitionen und Regeln aus den behandelten Teilgebieten der Mathematik zu erinnern • Aussagen in mathematischer Notation zu formulieren • einfache Fragestellungen aus den Fachgebieten Statistik, Informatik, Wirtschaft, Medien und Journalismus mathematisch zu modellieren • mathematische Aufgaben aus den behandelten Bereichen zu lösen					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
120 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 48 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in		Titel der Lehrveranstaltung			SWS
Prof. Dr. Rebecca Hartje		Mathematik			4

Rechnungswesen und Controlling

Modulname			Modulcode		
Rechnungswesen und Controlling					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Christian Sachs			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
keine, englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), zweistündige Klausur (K2) oder Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Einführend werden die Grundlagen des Rechnungswesens wie insbes. Aufgaben und Teilgebiete des Rechnungswesens vorgestellt. Zum Externen Rechnungswesens werden die Technik der Buchführung, laufende Buchungen im Geschäftsjahr und der Abschluss der Buchführung (Bilanzierung) behandelt. Zum Internen Rechnungswesen werden nach den Grundlagen der Kostenrechnung deren drei Teilsysteme, nämlich die Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung, vorgestellt und besprochen. Die Grundlagen des Controllings und ausgewählte Instrumente des Controllings wie z.B. die Deckungsbeitragsrechnung bilden den Abschluss.					
Qualifikationsziele					
Die Studierenden können ausgewählte Techniken und Rechnungen des externen Rechnungswesens (Buchführung und Bilanzierung) und des internen Rechnungswesens (Kosten- und Leistungsrechnung) nachvollziehen und selbst anwenden. Die Studierenden erfassen dabei den Abbildungs- und Modellcharakter und die Informationsaufgaben des Rechnungswesens sowie den Informationsgehalt der verschiedenen Rechengrößen und Rechenwerke. Schließlich verstehen die Studierenden das Konzept des Controllings und seine Verknüpfung zum Rechnungswesen.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Prof. Dr. Christian Sachs	Rechnungswesen und Controlling				4

Journalistische Grundlagen 2

Modulname			Modulcode		
Journalistische Grundlagen 2					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Andrea Czepek			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden Kenntnisse aus dem Modul „Journalistische Grundlagen 1“					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Arbeitsmappe (AM)					
Lehrinhalte					
Die Studierenden analysieren verschiedene journalistische Darstellungsformen auf wissenschaftlicher Grundlage und wenden diese Erkenntnisse an, indem sie eigenständig Texte produzieren. Sie erarbeiten auf wissenschaftlicher Basis Recherche- und Interviewtechniken, den Umgang mit Quellen, Grundlagen redaktioneller Abläufe und der Redaktionsorganisation und wenden diese Erkenntnisse in Übungen an.					
Qualifikationsziele					
Die Studierenden sollen ihre journalistischen Kenntnisse und Kompetenzen vertiefen und erweitern, insbesondere in den Bereichen Informationsbeschaffung, -verarbeitung und -vermittlung. Sie sollen verschiedene Formen der Redaktionsorganisation auf wissenschaftlicher Grundlage analysieren können sowie Informationen systematisch recherchieren, selektieren und aufbereiten können. Die Studierenden sollen fakten- und meinungsbetonte Darstellungsformen analysieren und bewerten können und diese Erkenntnisse in Übungen anwenden können, um ihre sprachlichen und stilistischen Fähigkeiten weiterzuentwickeln.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Prof. Dr. Andrea Czepek, Prof. Dr. Eva Nowak Dipl.-Medienwirtin Alice Düwel	Journalistische Grundlagen 2 (Vorlesung)				2
	Journalistische Grundlagen 2 (Übung)				2

Soziologie

Modulname			Modulcode		
Soziologie					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Andreas Schelske			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
In den Lehrinhalten vermittelt das Modul Soziologie grundlegende Kenntnisse über soziologische Theorien der Gesellschaft und der Medien. Neben der Einführung in soziologische Grundbegriffe werden empirische Studien zur Gesellschafts- und Medienentwicklung eingeführt. Dabei richten sich die Lehrinhalte auf bedeutsame Entwicklungen in der Sozialstruktur der Bundesrepublik Deutschland im europäischen und internationalen Vergleich aus. Im Zusammenhang von Gesellschaft und Medien werden folgende Inhalte dargestellt und diskutiert: Identität, Macht, Globalisierung, Gleichheit, Netzwerkforschung, Social Media sowie die Soziologie der Gruppe und Gemeinschaft.					
Qualifikationsziele					
Das Modul Soziologie vermittelt grundlegende Theorien und empirische Forschungsergebnisse, um Studierende in die Lage zu versetzen, den Wandel und die Wechselbeziehung von Individuen, Gesellschaft und Medien zu verstehen, zu analysieren und zu bewerten. Die Erreichung dieser Qualifikationsziele soll es Studierenden ermöglichen, die Identifikation und Analyse sozialer Strukturen durchzuführen, um im Management der Medienwirtschaft und im Journalismus eine verantwortungsvolle Rolle einnehmen zu können. Nach Abschluss des Moduls können Studierende die Fundamente der Medien-, Informations- und Netzwerkgesellschaft in Theorie und Praxis darlegen und bewerten, um in diesem soziologischen Verständnis in darauf aufbauenden Modulen ganzheitliche Planungs-, Kontroll- und Methodenkompetenzen zu entwickeln.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Prof. Dr. Andreas Schelske	Soziologie				4

Medientechnik

Modulname			Modulcode		
Medientechnik					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Knut Barghorn			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
Keine formalen Zulassungsvoraussetzungen					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), zweistündige Klausur (K2) oder 30-minütige mündliche Prüfung (M)					
Lehrinhalte					
Es werden die technischen Grundlagen der Medienproduktion besprochen. Technische Hintergründe, die für die Produktion von analogen Produkten wie Printerzeugnissen (z.B. unterschiedliche Druckverfahren) und digitalen Medien und deren Komponenten (z.B. Fotos, Grafiken, Audio und Video, VR-Inhalte), relevant sind, werden vorgestellt. Hierzu gehören insbesondere verschiedene Grafik-, Foto-, Video-, und Audiodateiformate. Unterschiedliche Datenkompressionsverfahren werden diskutiert und auf die Möglichkeiten der Einsetzbarkeit überprüft. Speicher- und Übertragungsmedien werden vorgestellt.					
Qualifikationsziele					
Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer kennen verschiedene Technologien zur analogen und digitalen Medienerstellung, -darstellung und -speicherung. Sie können die Möglichkeiten des Einsatzes der Techniken beurteilen und den verbundenen Aufwand abschätzen.					
Lehr- und Lernmethoden					
Vorlesung mit integrierten Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Prof. Dr. Knut Barghorn, Prof. Dipl.-Des. Götz Greiner	Medientechnik				4

Typographie/Layout

Modulname			Modulcode		
Typographie/Layout					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dipl.-Des. Götz Greiner			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden Kenntnisse aus dem Modul „Gestaltung: Grundlagen/Technik“					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Aufbauend auf den Grundkenntnissen aus „Gestaltung: Grundlagen/Technik“ und unter Anwendung des neu erworbenen Wissens werden die Fähigkeiten durch die exemplarische Gestaltung und Umsetzung eigenständig konzipierter Printprodukte gefestigt. Die gemeinsame Analyse aktueller professioneller Printmedien, wie z.B. Anzeigenkampagnen, Buchtypografie, Buchcover, CD-Booklets, Plakat- oder Werbekarten-Serien reflektiert das eigene Können.					
Qualifikationsziele					
Die Grundregeln der Gestaltung mittels Typografie und Layout sollen erlernt und angewandt werden. Die Schriftenentstehung, die Klassifizierung von Schriften und Schriftsysteme werden kennengelernt. Layout- und Typografieprinzipien sollen anhand von Beispielen identifiziert werden können. Mit einschlägigen analogen und digitalen Werkzeugen soll auf effiziente Weise umgegangen werden können. Erworbene typografische Kenntnisse können auf andere visuelle Medien (Printbereich, Web, Fernsehen etc.) übertragen werden.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Prof. Dipl.-Des. Götz Greiner, Dipl.-Des. Frieda Mertins	Typographie/Layout				4

English for the Media

Modulname			Modulcode		
English for the Media					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Jennifer Hinrichs, BA (USA)			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
Englisch					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), zweistündige Klausur (K2)					
Lehrinhalte					
This module teaches English for soft- and social business skills and spoken and written English for typical business situations, including E-mails, presentations, meetings, negotiations as well as English specific to the media branch including newspapers and magazines: headlines, working with texts, interviews; new media/old media: controversial issues, language and social media; advertising: effectiveness and types, slogans; marketing: discussing trends and language of marketing.					
Qualifikationsziele					
Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage, sicheres und effektives Englisch im internationalen Geschäftsleben mit Schwerpunkt Medienbereich anzuwenden und die passende Ausdrucksweise in Wort und Schrift je nach Situation auszuwählen und diplomatisch umzusetzen. Weiterhin können die Studierenden die korrekten Ausdrücke für professionelle Situationen wie Konferenzen, Meetings, E-Mail, Interviews, und Präsentationen ermitteln. Über die in der Schule vermittelten Englischkenntnisse hinaus entwickeln die Studierenden ihre englischen Sprachfähigkeiten, so wie sie im heutigen Geschäftsleben, besonders im Medienbereich, gebraucht werden.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Jennifer Hinrichs, BA (USA)	English for the Media (Vorlesung)				2
	English for the Media (Übung)				2

Medienwirtschaft und Marketing

Modulname			Modulcode		
Medienwirtschaft und Marketing			NN		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Christian Horneber			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungs- punkte	SWS
3. Semester	In jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
Keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden Kenntnisse aus dem Modul „Grundlagen der Ökonomie“					
Weitere Lehrsprache(n)					
Englisch					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Das Modul „Medienwirtschaft und Marketing“ besteht inhaltlich aus zwei übergeordneten Themenblöcken und kann in englischer Sprache angeboten werden. Zum einen werden im ersten Themenblock „Medienwirtschaft“ unter anderem folgende Inhalte vermittelt: ▪ Einführung in das Thema „Medienwirtschaft“ ▪ Grundlegende Begriffe und Konzepte ▪ Besonderheiten von Medienmärkten und Mediengütern ▪ Medienunternehmen als ökonomische Einheiten ▪ Zwei- und mehrseitige Geschäftsmodelle, Netzwerkeffekte und Wertschöpfungsketten in Medienunternehmen ▪ Medienkonvergenz und ihre Auswirkung auf die Wertschöpfungsprozesse in Medienunternehmen Zum anderen werden im zweiten Themenblock „Marketing“ unter anderem folgende Inhalte vermittelt: ▪ Einführung in das Marketing: Grundbegriffe und historische Entwicklung ▪ Ausgewählte Marketingansätze und Elemente des Marketing-Mix mit Bezug zur Medienbranche ▪ Befriedigung von Konsumbedürfnissen durch Mediengüter ▪ Ausgewählte, spezifische Aspekte von Medienunternehmen als Bestandteil und Partner:innen der Marketingindustrie wie etwa Nachfrage- und Marktforschung für Medien- und Informationsprodukte, Distribution von Medien- und Informationsprodukten, Branding: Medien-Brands und Brands als Medien und Werbung für Medienprodukte					

Qualifikationsziele		
Nach der erfolgreichen Teilnahme am Modul „Medienwirtschaft und Marketing“ verstehen die Studierenden grundlegende Begriffe der beiden Fachgebiete, die einzelnen Elemente und Segmente der Medienbranche und ihrer grundlegenden Wertschöpfungsketten, die wesentlichen Produkte und Dienstleistungen von Medienunternehmen sowie die Elemente des Marketing-Mixes und ausgewählte Marketingansätze. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, die Veränderungen in der Medienbranche, ihrer Märkte und ihrer Wertschöpfungsprozesse aus unternehmerischer Sicht zu analysieren. Weiterhin können die Studierenden die Elemente und Segmente wie etwa Print, Musik, Film, Radio, TV, Streaming, Gaming, Internet/Mobile, Multimedia und die damit verbundenen Werbemärkte voneinander differenzieren und deren übergreifende Anteile einschätzen. Übergeordnetes Qualifikationsziel des Moduls „Medienwirtschaft und Marketing“ ist die Erweiterung der Fachkenntnisse. Schlüsselqualifikationen sind die Fähigkeit, Fragestellungen theoretisch fundiert anzugehen, diese zu strukturieren und Lösungsansätze zu entwickeln sowie Teamfähigkeit und Präsentationsstärke.		
Lehr- und Lernmethoden		
Seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen – hierbei können auch bspw. Fallstudien und Marktanalysen in Einzel- und Gruppenarbeiten eingebunden werden.		
Studentische Arbeitsbelastung		
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium		
Zugehörige Lehrveranstaltungen		
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dr. Christian Horneber Prof. Dr. Michael Klafft	Medienwirtschaft und Marketing – Seminaristische Vorlesung	4
	Medienwirtschaft und Marketing – Individuelle Betreuung in kleinen Gruppen bei der Durchführung von praktischen Übungen, Fallstudien und Marktanalysen sowie der Vorbereitung der Prüfungsleistung	

Journalismuswerkstatt

Modulname			Modulcode		
Journalismuswerkstatt					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Andrea Czepek			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Wahlpflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden Kenntnisse aus den Modulen „Journalistische Grundlagen 1“ und „Journalistische Grundlagen 2“					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse und Erfahrungen in journalistischer Arbeit im Hinblick auf mehrmediales Arbeiten und digitale Arbeitsprozesse. Sie lernen verschiedene Medien und ihr Umfeld kennen und reflektieren die Erkenntnisse in Bezug auf Mediensystem, Rezeption und Produktion. In medienpraktischen Übungen recherchieren und erstellen sie journalistische Produkte, üben dokumentarische Erzählformen und lernen dabei die Arbeit im redaktionellen Team kennen. Die Studierenden können aus einer der angebotenen Veranstaltungen auswählen, z.B. mit Schwerpunkt Onlinejournalismus, Videojournalismus, Audiojournalismus, Magazinjournalismus oder mehrmediales Arbeiten. Dabei werden auch Entwicklungen des Journalismus für mobile und soziale Medien einbezogen. Die in den Lehrveranstaltungen dieses Moduls erstellten Inhalte werden von den Studierenden in einer gemeinsamen Lehrredaktion mit dem Ziel der Veröffentlichung aufbereitet.					
Qualifikationsziele					
Die Studierenden können Besonderheiten von Onlinejournalismus, Videojournalismus, Audiojournalismus oder Magazinjournalismus und deren Konvergenz analysieren, reflektieren und bewerten. Sie können Konzepte für Medienprodukte entwickeln und diese medial umsetzen. Die Studierenden lernen, sich redaktionell zu organisieren und in redaktionellen Strukturen zu kommunizieren und zu agieren. Sie reflektieren den Veröffentlichungsprozess und können die im Zusammenhang mit der Veröffentlichung stehenden Fragen der Ethik und journalistischen Qualität einschätzen.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					

Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dr. Andrea Czepek, Prof. Dr. Eva Nowak, Dipl.-Pol. Carola Schede, Dipl.-Medienwirtin Alice Düwel Dipl.-Journ. Katrin Busch	Journalismuswerkstatt	4

Medien und Kommunikation 1

Modulname			Modulcode		
Medien und Kommunikation 1					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Beate Illg, Prof. Dr. Andreas Schelske			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden Kenntnisse aus den Modulen „Psychologie“ und „Soziologie“					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), zweistündige Klausur (K2) oder Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Der Schwerpunkt des Moduls Medien und Kommunikation 1 liegt in der Vermittlung von kommunikations- und medienwissenschaftlichen Theorien und Modellen sowie damit korrespondierenden empirischen Forschungsergebnissen. Das thematische Spektrum umfasst alle Ebenen der Kommunikationswissenschaft: Kommunikatorforschung, Medieninhaltsforschung, Rezeptions- und Wirkungsforschung in Bereichen des Journalismus, Marketings und der Unternehmenskommunikation. Mögliche Themen sind die Analyse der deutschen und internationalen Medienentwicklungen in historischer, gegenwärtiger und zukünftiger Perspektive, beispielsweise in Bezug auf Printmedien, Fernsehen, Radio, Film, Multimedia, Internet, Smart Medien, Mobilfunk, Apps, Social Media, Crossmedia, Location Based Services, Virtual Reality, Augmented Reality, Semantik Web und automatisierter Kommunikation mit sogenannter künstlicher Intelligenz. Das Lehrformat ist die Vorlesung mit seminaristischem Charakter; auch individuelle Textarbeit gehört dazu. Darüber hinaus arbeiten die Studierenden zum Teil in Kleingruppen und stellen ihre Ergebnisse in Kurzreferaten vor.					
Qualifikationsziele					

Das Modul Medien und Kommunikation 1 soll den Studierenden die Kompetenz vermitteln, kommunikations- und medienwissenschaftliche Theorien und Modelle zu verstehen. In diesem Verständnis sollen die Studierenden demonstrieren können, wie sie diese Kenntnisse auf konkrete Fallbeispiele sowie kommunikations- und medienwissenschaftliche Fragestellungen anwenden können. Nach der Teilnahme an diesem Modul sollen die Studierenden die Fähigkeit haben, ihr kommunikations- bzw. medienwissenschaftliches Wissen auf berufspraktische Themen und Aufgabestellungen anzuwenden. Des Weiteren sollen sie die Fachkenntnisse und Qualifikationen erworben haben, ihre gesellschaftliche Rolle in Medien- und Kommunikationsberufen zu analysieren. Auf dieser Basis können die Studierenden aktuelle Medienentwicklungen, wie z.B. Regelungen des Rundfunkstaatsvertrags o.ä., analysieren und bewerten.

Lehr- und Lernmethoden

seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen, Textarbeit, ggfs. Referate

Studentische Arbeitsbelastung

150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dr. Andrea Czepek, Prof. Dr. Beate Illg, Prof. Dr. Andreas Schelske	Medien und Kommunikation 1	4

Internettechnologie 1

Modulname			Modulcode		
Internettechnologie 1					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Knut Barghorn			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
Keine formalen Zulassungsbeschränkungen					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), zweistündige Klausur (K2) oder dreißigminütige mündliche Prüfung (M)					
Lehrinhalte					
Behandelt werden die technischen Grundlagen des Internets wie Adressen im Netzwerk (z.B. IP-Adressen, Domains und Ports), sowie wichtige Protokolle (IP, TCP). Es werden Grundlagen zur Erstellung von Webseiten gelegt. Insbesondere werden HTML, CSS und ECMA-Skript behandelt. Die Veranstaltung wird mit integrierten Übungen angereichert, so dass die theoretisch erlernten Inhalte auch praktisch angewendet werden können. Dabei wird die Arbeit mit Softwareverwaltungstools eingeübt.					
Qualifikationsziele					
Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer verstehen die Bedeutung des Internets und der Internetdienste für den Medienbereich. Sie kennen die technischen Grundlagen des Internets. Insbesondere sind sie vertraut mit der Bedeutung und Funktionalität von Netzwerkadressen und Protokollen. Sie sind dazu befähigt, einfache Internetauftritte eigenständig zu realisieren.					
Lehr- und Lernmethoden					
Vorlesung mit integrierten Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Prof. Dr. Knut Barghorn Prof. Dr. Michael Klafft Dipl.-Ing. Andreas Baumgart	Internettechnologie 1				4

Visuelle Kommunikation 1

Modulname			Modulcode		
Visuelle Kommunikation 1					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Dipl.-Des. Götz Greiner			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden Kenntnisse aus den Modulen „Gestaltung: Grundlagen/Technik“ und „Typographie/Layout“					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Konzeptionelle, ästhetische und technische Möglichkeiten der Fotografie innerhalb der Visuellen Kommunikation werden vermittelt. Die Technik der Fotografie, Lichtsetzung und Studioarbeit wird kennengelernt und erprobt. Im praktischen Projekt werden Herangehensweisen und Methoden der Entwicklung, Gestaltung und Herstellung von Fotos und Fotoserien kennengelernt und angewandt. Die Fähigkeiten zur digitalen Bildbearbeitung und -manipulation sollen erweitert werden. Photoshop wird als kreative Basis für das professionelle Arbeiten mit Bildmaterial jeglicher Herkunft und Zielsetzung zugrunde gelegt.					
Qualifikationsziele					
Im Medienbereich müssen Bilder gelesen, interpretiert und hergestellt oder nach bestimmten Kriterien beauftragt, beurteilt und ausgewählt werden können („visual literacy“). Dabei spielen die transportierte Idee/der kommunizierte Inhalt eine ebenso wichtige Rolle wie Fragen der Ästhetik, der Ethik und der Zielgruppenorientierung. Prinzipien der Bildgestaltung und Bildsprache werden kennengelernt und angewandt. Die Ausdrucksmöglichkeiten werden erweitert durch das Entwickeln von Bildserien und Bild-Text-Kombinationen. Qualitätskriterien der konzeptionellen und gestalterischen Arbeit sollen verstanden und angewandt werden können. Die Technik der Fotografie sowie der Lichtsetzung sollen konzeptionell und gestalterisch passend angewandt werden können. Erworbene Kenntnisse sollen auf andere visuelle Medien (Print, Web, Fernsehen etc.) übertragen werden können.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					

Zugehörige Lehrveranstaltungen		
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dipl.-Des. Götz Greiner	Visuelle Kommunikation 1	4

Statistik

Modulname			Modulcode		
Statistik					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Rebecca Hartje			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	4	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Test am Rechner (TaR) oder zweistündige Klausur (K2)					
Lehrinhalte					
Gelehrt werden die grundlegenden Begriffe und Instrumente der deskriptiven Statistik für die Wirtschaftswissenschaften, insbesondere Häufigkeitsverteilungen, statistische Maßzahlen für eine Variable und statistische Grafiken und Auswertungsmethoden für zweidimensionale Daten. Dazu wird in die schließende Statistik eingeführt, wobei der Fokus auf Methoden für das Testen von Hypothesen liegt. Außerdem wird die Umsetzung aller gelehrt Methoden am PC behandelt.					
Qualifikationsziele					
Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage, die erworbenen Kompetenzen auf gegebene Daten und Fragestellungen anzuwenden, die Ergebnisse im Kontext der inhaltlichen Fragestellung zutreffend zu interpretieren und daraus Handlungsempfehlungen für Entscheidungsträger abzuleiten. Insbesondere sind die Studierenden in der Lage, Häufigkeitsverteilungen aufzustellen und auszuwerten. Sie können statistische Maßzahlen für eine Variable und Verfahren für die Untersuchung von Zusammenhängen zweier Merkmale geeignet auswählen, korrekt berechnen und das Ergebnis interpretieren. Sie können wissenschaftliche Fragestellungen auf statistische Hypothesen übertragen und diese testen sowie einfache statistische Grafiken selbst erstellen. Darüber hinaus soll der Kurs die Studierenden in die Lage versetzen, sämtliche gelehrt Methoden am PC anzuwenden und sich in weitere Verfahren der Statistik selbstständig einarbeiten zu können.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
120 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 48 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Prof. Dr. Rebecca Hartje	Statistik				4

Projektmanagement 1

Modulname			Modulcode		
Projektmanagement 1			PM1		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Eva Nowak			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	1	1
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
erwartet werden die Studieninhalte aus den ersten zwei Fachsemestern					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
unbenotete Studienleistung (SLu), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Die Studierenden lernen Grundlagen des Projektmanagements kennen und wenden diese Kenntnisse auf medienbezogene Projekte an. Dabei arbeiten die Studierenden in Projektteams. Schwerpunkte sind Projektphasen, Auftragsklärung, Projektziele sowie Einführung in die Ablaufplanung.					
Qualifikationsziele					
Nach dem Modul „Projektmanagement 1“ sollen die Studierenden Vorteile des Einsatzes von Projektmanagement verstehen und potentielle Schwierigkeiten benennen können. Sie sollen Projektziele sinnvoll formulieren und die grundlegenden Techniken der Ablaufplanung auf ein medienspezifisches Projekt anwenden können. Um diese Ziele zu erreichen, ist eine kontinuierliche, projektbezogene Teamarbeit zentral. Dafür können die Lehrenden eine Anwesenheitspflicht aussprechen, die zu Vorlesungsbeginn spezifiziert und begründet wird.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
30 Stunden, davon 18 Stunden Kontaktstudium und 12 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Prof. Dr. Eva Nowak	Projektmanagement 1				1

Praxissemester

Modulname			Modulcode		
Praxissemester					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Eva Nowak			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
2., 4. u. 5. Semester	in jedem Semester	3 Sem.	Pflichtfach	30	2
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
Erwartet werden die Studieninhalte aus den jeweilig vorangehenden Fachsemestern. Für das Berufspraktikum müssen mind. 60 Leistungspunkte aus dem Studiengang MWJ erfolgreich bestanden sein.					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Benotete Prüfungsleistung (PLb) in Form einer Hausarbeit (HA), unbenotete Studienleistungen (SLu) mit Kursarbeit (KA): Praxissemestervorbereitung, Zwischenbericht, Praxisbericht, Praxissemesternachbereitung					
Lehrinhalte					
LV Praxissemestervorbereitung: Berufliche Orientierung und Bewerbung: Vor Beginn des Praxissemesters, in der Regel im zweiten Studiensemester, besuchen die Studierenden eine vorbereitende Lehrveranstaltung im Umfang von 1 SWS. Sie dient der beruflichen Orientierung, unterstützt die Studierenden bei der Bewerbungsvorbereitung für das Praxissemester und bereitet auf die berufliche Praxis vor. Berufspraktikum (20 Wochen): Anwendung der Studieninhalte in der Berufspraxis: 20-wöchiges Berufspraktikum in einem Medienbetrieb oder einer medienbezogenen Abteilung eines Unternehmens oder einer Organisation. Reflexion der berufspraktischen Erfahrung im Abschlussbericht (in der Regel im 4. Fachsemester). Tätigkeiten: Die Studierenden werden im Berufspraktikum berufsbezogen eingesetzt und übernehmen studienzielrelevante Aufgaben. Nach Möglichkeit sollen sie ein zu den Studienzielen passendes Projekt bearbeiten. Der Aufgabenbereich kann medienwirtschaftliche, journalistische, marketing- oder öffentlichkeitsarbeitsbezogene Tätigkeiten umfassen. Betreuung: Während des Praxissemesters werden die Studierenden einem/einer verantwortlich Lehrenden als Betreuer*in zugeteilt, der oder die die Studierenden während ihres Praxissemesters von Hochschuleite aus begleitet und berät. Gleichzeitig wird im Praxisbetrieb ein*e Betreuer*in als Ansprechpartner*in für die Hochschule bestimmt. Der/die Betreuer*in an der Hochschule berät die von ihm/ihr betreuten Studierenden bei der Erstellung des Praxisberichts, der wissenschaftlichen Hausarbeit und bei Problemen und Fragen in Bezug auf das Praxissemester. Im Zwischenbericht (6. Praktikumswoche) reflektieren die Studierenden ihre Erfahrungen zu Beginn des Berufspraktikums und klären ihre Ziele für die übrige Dauer des Berufspraktikums. Im Abschlussbericht (unbenotete Studienleistung) verbinden die Studierenden Studium und Praxis. Das soll dazu beitragen, die Erfahrungen und Ergebnisse für den Lehrbetrieb nutzbar zu machen und die Reflexion der eigenen Erfahrung und Perspektiven fördern. Der Praxisbericht sollte enthalten: • eine Beschreibung der Stelle, bei der das Praktikum absolviert wurde • eine Beschreibung der während des Praktikums wahrgenommenen Aufgaben und der erzielten Ergebnisse • eine Reflexion der eigenen Erfahrungen und beruflichen Perspektive Prüfungsleistung für das Praxissemester ist eine wissenschaftliche bzw. gestalterische Hausarbeit. Darin bearbeiten die Studierenden exemplarisch eine Fragestellung, die einen Bezug zum eigenen Praktikum hat. Das kann eine konkrete Fragestellung aus dem Praktikumsbetrieb sein, aber auch eine übergeordnete Fragestellung ohne Einbeziehung der Praktikumsstelle.					

<i>LV Praxissemesternachbereitung:</i> Die Studierenden reflektieren ihre Erfahrungen während des Berufspraktikums und arbeiten diese in der Lehrveranstaltung auf (1 SWS). Die Anforderungen für das Praxissemester werden in einer <i>Richtlinie</i> spezifiziert.		
Qualifikationsziele		
Im Praxissemester sollen die Studierenden Studieninhalte in der Berufspraxis anwenden und vertiefen. Sie sollen berufliches Handeln sowie berufliche und branchenbezogene Strukturen verstehen sowie berufsbezogene Probleme und Fragestellungen erkennen und auf Grundlage der Studieninhalte analysieren und bewerten können. Zum anderen sollen sie ihre eigenen berufsbezogenen Interessen, Erfahrungen und Fähigkeiten erkennen und reflektieren.		
Lehr- und Lernmethoden		
Das Modul Praxissemester verbindet das Berufspraktikum mit wissenschaftlich-analytischer Arbeit und Methoden, die persönliche Entwicklung fördern sollen. Um Reflexion und persönliche Entwicklung zu fördern, werden in der Praxissemestervor- und -nachbereitung didaktisch vor allem Workshops, Projektarbeit und Präsentationen eingesetzt, meist in Teamarbeit. Dafür können die Lehrenden eine Anwesenheitspflicht aussprechen, die zu Vorlesungsbeginn spezifiziert und begründet wird.		
Studentische Arbeitsbelastung		
900 Stunden, davon 36 Stunden Kontaktstudium und 864 Stunden Selbststudium		
Zugehörige Lehrveranstaltungen		
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Dipl.-Medienwirtin Alice Düwel	Praxissemestervorbereitung	1
alle Lehrenden im Studiengang „Medienwirtschaft und Journalismus“	Berufspraktikum	20 Wochen
Dipl.-Medienwirtin Alice Düwel	Praxissemesternachbereitung	1

Investition und Finanzierung

Modulname			Modulcode		
Investition und Finanzierung					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Dirk Fischer			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), zweistündige Klausur (K2)					
Lehrinhalte					
In der Veranstaltung werden zunächst die wichtigsten statischen und dynamischen Verfahren der Investitionsrechnung vermittelt (u.a. Kosten- und Gewinnvergleichsrechnung, Rentabilitätsberechnung, Kapitalwertmethode, Annuitätenmethode, Amortisationszeitberechnung, Interner Zinssatz, Vollständiger Finanzplan). Anschließend werden die Nutzwertanalyse, die Berechnung optimaler Nutzungsdauern sowie Verfahren zur Investitionsrechnung unter Unsicherheit behandelt. Der Teil „Finanzierung“ umfasst die Finanzplanung, die Bestimmung des optimalen Finanzvolumens (insbesondere Leverage Effekt und Kapitalbudget) sowie die verschiedenen Möglichkeiten der Außen- und Innenfinanzierung.					
Qualifikationsziele					
Das Modul „Investition und Finanzierung“ versetzt die Studierenden in die Lage, die wichtigsten Verfahren der Investitionsrechnung zielgerichtet anzuwenden sowie Kapitalbedarfs- und Finanzplanungen durchzuführen. Neben der Vermittlung von Fachkompetenz steht die Entwicklung von Methodenkompetenz im Vordergrund. Hierbei werden die Subziele Analytische Denk- und Arbeitsweise, Markt- und Kundenorientierung sowie Kosten und Erfolgsorientierung abgedeckt.					
Lehr- und Lernmethoden					
Seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Prof. Dr. Dirk Fischer	Investition und Finanzierung				4

Medien und Kommunikation 2

Modulname			Modulcode		
Medien und Kommunikation 2					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Beate Illg, Prof. Dr. Andreas Schelske			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden Kenntnisse aus den Modulen „Psychologie“, „Soziologie“ und „Medien und Kommunikation 1“					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), zweistündige Klausur (K2) oder Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Das Modul bietet eine Einführung in grundlegende Methoden der empirischen Kommunikations- und Medienforschung, wie z.B. Befragung, Inhaltsanalyse, Experiment und Beobachtung. Neben der Vermittlung methodologischen und methodischen Wissens werden den Studierenden einschlägige empirische Studien- und Forschungsergebnisse vorgestellt, wie z.B. Media Analyse, GfK-Fernsehforschung, Typologien etc. Der Schwerpunkt dieses Moduls liegt einerseits in der theoretischen Darstellung empirischer Methoden (Vorlesung) und andererseits in der praktischen Durchführung eigener empirischer Untersuchungen in Einzel- oder Gruppenarbeit (Übung). Die Arbeit an eigenen empirischen Projekten umfasst alle relevanten Phasen, wie Planung, Rekrutierung bzw. Materialsammlung, Durchführung, Auswertung und Präsentation der Ergebnisse.					
Qualifikationsziele					
Das Modul „Medien und Kommunikation 2“ soll den Studierenden die Kompetenz vermitteln, empirische Studien zu planen und durchzuführen sowie medien- bzw. kommunikationswissenschaftliche Studien kritisch zu bewerten. Die Studierenden sollen die Fähigkeit erwerben, Methoden der empirischen Medien- und Kommunikationsforschung für wissenschaftliche Fragestellungen auszuwählen und praktisch anzuwenden. Mit Blick auf die Bachelor-Arbeit und die Berufspraxis sollen sie nach Absolvierung dieses Moduls die Kompetenz haben, sowohl eigene Forschungsstrategien und Forschungsprojekte zu entwickeln als auch kommunikations- und medienwissenschaftliche Studien, wie z.B. Umfragen oder Inhaltsanalysen, kritisch zu beurteilen.					
Lehr- und Lernmethoden					
Seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Prof. Dr. Andreas Czepek, Prof. Dr. Beate Illg, Prof. Dr. Andreas Schelske	Medien und Kommunikation 2 (Vorlesung)				2
	Medien und Kommunikation 2 (empirische Übung)				2

Internettechnologie 2

Modulname			Modulcode		
Internettechnologie 2					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Knut Barghorn			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine formalen Zulassungsvoraussetzungen					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Es werden die Grundlagen zur Erstellung von Webseiten kurz wiederholt bevor weiterlegenden Technologien erläutert werden. Es werden client- und serverseitige Technologien vorgestellt. Kenntnisse in ausgesuchten Technologien und Sprachen (z.B. php, SQL) werden vertieft vermittelt. Datenbanken und deren Einbindung in Webauftritte werden theoretisch behandelt und praktisch eingeübt. Die Veranstaltung wird in einen theoretischen und einen Übungsblock unterteilt, so dass die erlernten Inhalte auch praktisch angewendet und eingeübt werden können.					
Qualifikationsziele					
Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind in der Lage einfache, dynamische Webseiten eigenständig zu realisieren. Sie kennen verschiedene Technologien und können die Möglichkeiten des Einsatzes und den verbundenen Aufwand einschätzen.					
Lehr- und Lernmethoden					
Vorlesung mit integrierten Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in		Titel der Lehrveranstaltung			SWS
Prof. Dr. Knut Barghorn,		Internettechnologie 2 Vorlesung			2
Prof. Dr. Michael Klafft,					
Dipl.-Ing. Andreas Baumgart		Internettechnologie 2 Übung			2

Visuelle Kommunikation 2

Modulname			Modulcode		
Visuelle Kommunikation 2					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Dr. Dipl.-Des. Götz Greiner			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden Kenntnisse aus den Modulen „Gestaltung: Grundlagen/Technik“, „Typographie/Layout“ und „Visuelle Kommunikation 1“					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Erworbenes Wissen aus den vorhergehenden Veranstaltungen zu Konzeption, Gestaltung und Produktion für verschiedene Medien wird am Beispiel der Entwicklung eines Corporate Designs und Ableitung auf diverse Akzidenzen, Medienprodukte und einer Kampagne angewandt. Themenbasiertes freies Arbeiten und die Entwicklung und Umsetzung eigenständiger Ideen im Bereich der Visuellen Kommunikation erfordert konzeptionelles Denken und Mitdenken. Vektorbasiertes Arbeiten u. a. mit Illustrator wird anhand der Ausarbeitung eigener gestalterischer Entwürfe vertieft und angewandt. Dabei werden fortgeschrittene Techniken der Erzeugung, Bearbeitung, Archivierung und Ausgabe von Bildern, Grafiken und Layouts kennengelernt und angewandt. Theoretische Grundlagen zu oben genannten Lehrinhalten werden vermittelt.					
Qualifikationsziele					
Die gestalterische, visuelle, ethische und technische Kompetenz wird erweitert. Über die konzeptionelle sowie die gestalterische und technisch ausführende Arbeit hinweg sollen Qualitätskriterien verstanden und berücksichtigt werden können. Konzeptionelles, kreatives und selbstkritisches Denken und Arbeiten sowie Kommunikations- und Teamfähigkeit wird durch Experimentieren, Planung und Entwurf am eigenen Projekt gefördert und weiterentwickelt. Erfordernisse der Druckvorstufe sollen berücksichtigt werden können.					
Lehr- und Lernmethoden					
Seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in		Titel der Lehrveranstaltung			SWS
Prof. Dipl.-Des. Götz Greiner		Visuelle Kommunikation 2			4

Recht

Modulname			Modulcode		
Recht					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Dr. Melanie Hellwig			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
Erwartet werden die Qualifikationsziele und Studieninhalte aus den ersten vier Fachsemestern					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), zweistündige Klausur (K2)					
Lehrinhalte					
Nach einer Einführung in die Grundzüge des deutschen Rechtssystems wird eine Einführung in das Wirtschaftsrecht gegeben. Sie vermittelt Grundkenntnisse des Bürgerlichen Rechts (BGB) wie das Zustandekommen wirksamer Verträge, die Rechts- und Geschäftsfähigkeit und die wirksame Vertretung sowie Anforderungen an Verträge und Lösungsmöglichkeiten. Einen weiteren Schwerpunkt bilden die Regeln des Handelsrechts (HGB), der Schadenersatz, das Geltendmachen von Ansprüchen sowie das Schuldrecht. angewandt.					
Qualifikationsziele					
Nach Abschluss des Moduls „Recht“ sollen die Studierenden Grundlagen der juristischen Rahmenbedingungen für Tätigkeiten im Berufsfeld der Medienwirtschaft kennen. Auf Grundlage dieser Kenntnisse sollen die Studierenden berufsfeldbezogene juristische Einschätzungen verstehen können und auf wesentliche Fragestellungen übertragen können.					
Lehr- und Lernmethoden					
Seminaristische Vorlesung					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Lehrauftrag N.N.	Recht				4

Medienprojekt 1

Modulname			Modulcode		
Medienprojekt 1			MP1		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Eva Nowak			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
5. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Wahlpflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
erwartet werden die Studieninhalte aus den ersten vier Fachsemestern					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Medienprojekt 1: Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA) Projektmanagement 2: unbenotete Studienleistungen (SLu) mit Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Die Studierenden arbeiten in fächerübergreifenden Medienprojekten mit und übernehmen dabei verschiedene Aufgaben im Team. Dabei kann es sich um laufende, immer wieder zu überarbeitende Projekte handeln (z.B. Nachrichtenmagazin, Ausstellungsprojekt) oder um zeitlich begrenzte Projekte (z.B. PR-Konzept, Multimediareportage). Gemeinsam sind allen Projekten folgende Inhalte: • Methoden des Projektmanagements kennenlernen und anwenden • Medienprojekte konzipieren, planen und umsetzen • systematische Analyse und Reflexion von Aufgabe, Prozess und Umsetzung Bestandteil des „Medienprojekts 1“ ist die begleitende Lehrveranstaltung „Projektmanagement 2“ mit den inhaltlichen Schwerpunkten Kontextanalyse, Ablauf-, Ressourcenplanung, Risiko- und Stakeholdermanagement. Diese Kenntnisse wenden die Studierenden auf ihr jeweiliges „Medienprojekt 1“ an.					
Qualifikationsziele					
Das Modul „Medienprojekt 1“ soll die Studierenden in die Lage versetzen, auf Basis der Kenntnisse aus den Modulen der ersten vier Semester systematisches Projektmanagement als Methode anzuwenden. Sie sollen Medienkonzepte im Team entwickeln, planen und bewerten können. Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, interdisziplinär Studieninhalte für die Projektaufgabe fruchtbar zu machen und anhand der Aufgabenstellung weiterzuentwickeln. In allen modulspezifischen Lehrveranstaltungen ist eine kontinuierliche projektbezogene Teamarbeit zentral, um die Qualifikationsziele zu erreichen. Dafür können die Lehrenden eine Anwesenheitspflicht aussprechen, die zu Vorlesungsbeginn spezifiziert und begründet wird.					
Lehr- und Lernmethoden					
Projekt, seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
medienspezifisch Lehrende	Medienprojekt 1				2
Prof. Dr. Eva Nowak	Projektmanagement 2				2

Organisation und Führung

Modulname			Modulcode		
Organisation und Führung			NN		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Dirk Fischer			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), zweistündige Klausur (K2)					
Lehrinhalte					
In der Veranstaltung wird mit der Aufbauorganisation (Organisationseinheiten, Leitungsorganisation, Primärorganisation) und der Ablauf-/Prozessorganisation zunächst die formale Organisationsstruktur behandelt. Anschließend wird die informelle Seite (Unternehmenskultur) thematisiert und deren Bedeutung für den organisatorischen Wandel verdeutlicht. Den Abschluss bildet die Beschäftigung mit den Grundlagen der personellen Dimension von Führung (u.a. Motivationstheorien, Führungsstile, Führungskonzepte) sowie mit Instrumenten und Methoden der Personalführung.					
Qualifikationsziele					
Fachkompetenz: Die Erarbeitung einer breiten konzeptionellen Grundlage in diesem Modul versetzt die Studierenden in die Lage, verschiedene grundlegende Organisationsformen und deren Anwendungsbedingungen zu analysieren, sie mit ihren jeweiligen Vor- und Nachteilen kritisch zu reflektieren und an der Gestaltung mitzuwirken (jeweils unter Berücksichtigung möglicher Besonderheiten von Medienunternehmen). Die Studierenden erlangen außerdem die Kompetenz, unterschiedliche Führungsstile, -konzepte und -instrumente hinsichtlich ihrer situativen Angemessenheit zu beurteilen, um sich als Führende und als Geführte adäquat und zielorientiert verhalten zu können. Personale Kompetenz: Die Studierenden sollen dafür sensibilisiert werden, dass Organisationsstrukturen und Führungsmaßnahmen einerseits sozialpsychologische Auswirkungen haben können und andererseits in ihrer Wirkung nicht unabhängig von der Unternehmenskultur sind.					
Lehr- und Lernmethoden					
Seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in		Titel der Lehrveranstaltung			SWS
Prof. Dr. Dirk Fischer		Organisation und Führung			4

Schwerpunkt 1

Modulname			Modulcode		
Schwerpunkt 1					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Andrea Czepek			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6. Semester	In jedem Semester	1 Sem.	Wahlpflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden die Qualifikationsziele und Studieninhalte aus den ersten fünf Fachsemestern					
Weitere Lehrsprache(n)					
Für einige Wahlpflichtangebote werden englische Sprachkenntnisse vorausgesetzt. Dies wird ggf. vor Vorlesungsbeginn bekannt gegeben.					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Angeboten werden zwei Schwerpunkte, einer im Bereich Journalismus und einer im Bereich Medienwirtschaft. Im Schwerpunkt Medienwirtschaft werden Lehrveranstaltungen zu aktuellen und übergreifenden Themen der Medienwirtschaft sowie des Medienmanagements angeboten, wie etwa Innovationsmanagement, Entrepreneurship, Change-Management, strategische Analyse von Märkten, Identifikation neuer Geschäftsideen etc. Im Schwerpunkt Journalismus werden Lehrveranstaltungen zu aktuellen und übergreifenden Themen des Journalismus angeboten, wie ressortspezifische Fragestellungen, Fachjournalismus, Datenjournalismus, investigativer Journalismus, Recherche, unternehmerischer Journalismus, journalistische Ethik etc. Sowohl im Schwerpunkt Medienwirtschaft als auch im Schwerpunkt Journalismus können Lehrveranstaltungen in englischer Sprache angeboten werden.					
Qualifikationsziele					
Studierende können medienwirtschaftliche bzw. journalistische Inhalte exemplarisch auf wissenschaftlicher Basis vertiefen, reflektieren und anwenden.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in		Titel der Lehrveranstaltung			SWS

Prof. Dr. Andrea Czepek, Prof. Dr. Eva Nowak, Dipl.-Medienwirtin Alice Düwel Dipl.-Pol. Carola Schede	Schwerpunkt Journalismus 1	4
Prof. Dr. Dirk Fischer, Prof. Dr. Christian Horneber	Schwerpunkt Medienwirtschaft 1	4

Public Relations und Unternehmenskommunikation

Modulname			Modulcode		
Public Relations und Unternehmenskommunikation					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Andreas Schelske			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden die Qualifikationsziele und Studieninhalte aus den Modulen „Psychologie“, „Soziologie“, „Medien und Kommunikation 1“ und „Medien und Kommunikation 2“					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Das Modul vermittelt grundlegende Kenntnisse im Arbeitsfeld der PR und der Unternehmenskommunikation. Dazu gehören die Instrumente der PR in der Vermittlerrolle zwischen Teilöffentlichkeiten und den Unternehmen, Organisationen bzw. Institutionen der Gesellschaft. Wissenschaftliche Theorien wie auch Praktikertheorien werden in Hinsicht auf die Anwendbarkeit in Kontexten der internen und externen Organisationskommunikation, der Public Relations und der Marktkommunikation bewertet. Des Weiteren sollen theoretische Betrachtungen klassifiziert werden, die die PR im Spannungsfeld von Kommunikations- und Wirtschaftswissenschaften sowie der Soziologie verorten.					
Qualifikationsziele					
Im Modul „Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit“ erwerben Studierende die Kompetenz, die professionelle Öffentlichkeitsarbeit sowie Unternehmenskommunikation auf der Basis der bisherigen Module der Säule „Medien und Kommunikation“ für ihre berufliche und wissenschaftliche Qualifizierung theoretisch und praktisch zu entwickeln. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, für Unternehmen und Organisationen deren Kommunikationskontexte zu analysieren und darauf aufbauend eine komplette PR-Strategie zu entwickeln.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Prof. Dr. Andreas Schelske	Public Relations und Unternehmenskommunikation (Vorlesung)				2

	Public Relations und Unternehmenskommunikation (empirische Übung)	2
--	--	---

User Centered Design

Modulname			Modulcode		
User Centered Design					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Knut Barghorn, Prof. Dipl.-Des. Götz Greiner			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
Keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden Kenntnisse aus den vorhergehenden Modulen der Säulen Informatik und Gestaltung					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Das Modul baut auf die in den Bereichen Informatik und Gestaltung vermittelten Kenntnisse auf. Der Schwerpunkt liegt auf der nutzerzentrierten und zielgruppengerechten Entwicklung und Gestaltung interaktiver medienbezogener Anwendungen. Die Studierenden erarbeiten die besonderen Merkmale und Anforderungen einer solchen Anwendung. Dabei spielen aktuelle technische Entwicklungen und daraus resultierende Erwartungen für den Gestaltungsprozess ebenso eine Rolle wie technische Besonderheiten der digitalen Formate. Im praktischen Projekt werden Herangehensweisen und Methoden der nutzerzentrierten und zielgruppengerechten Entwicklung und Gestaltung kennengelernt und eingeübt. Usability Kriterien und deren Bewertungsmöglichkeiten werden vorgestellt und in Übungen am eigenen Projekt erprobt. Die Veranstaltung wird interdisziplinär durch einen Lehrenden der Säule Gestaltung und einen Lehrenden der Säule Informatik durchgeführt.					
Qualifikationsziele					
Die erreichten Kenntnisse aus den Säulen Gestaltung und Informatik werden zusammengeführt und ausgebaut. Gestalterische und programmiertechnische Methoden und Techniken für die Optimierung der Interaktion des Benutzers mit dem Produkt im Hinblick auf zu unterstützende Geschäftsprozesse sollen verstanden und angewandt werden können. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, interaktive Produkte aus technischen als auch aus gestalterischen Gesichtspunkten zu beurteilen, nutzerzentriert zu entwickeln und gestalterisch zielgruppengerecht umzusetzen. Die Bedienbarkeit und Nutzertauglichkeit interaktiver medienbezogener Produkte kann beurteilt werden und wird am eigenen Projekt durch die Anwendung geeigneter Methoden sichergestellt.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Prof. Dr. Knut Barghorn, Prof. Dipl.-Des. Götz Greiner	User Centered Design (Vorlesung)				2
	User Centered Design (Übung)				2

Seminar Medienforschung

Modulname			Modulcode		
Seminar Medienforschung					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Beate Illg, Prof. Dr. Andreas Schelske			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Wahlpflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden Kenntnisse aus den Modulen „Psychologie“, „Soziologie“, „Medien und Kommunikation 1“ und „Medien und Kommunikation 2“					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Das Seminar Medienforschung bietet eine praxisorientierte Vertiefung von qualitativen und quantitativen Forschungsmethoden, wie z.B. Befragung, Inhaltsanalyse, Beobachtung oder internetspezifische und computerunterstützte Auswertungsverfahren. Die Studierenden führen ein kommunikations- bzw. medienwissenschaftliches Forschungsprojekt durch und wenden ihr bereits im Studium erworbenes Wissen (s.o.) praktisch an. Dieses Projekt kann z.B. in der Kommunikatorforschung, Rezeptionsforschung, Medienforschung oder Medienwirkungsforschung verankert sein. Zum Lehrinhalt gehören beispielsweise die Planung des Forschungsprozesses, die Auswertung mittels Softwareprogrammen, wie z.B. MAXQDA, SPSS o.a., sowie die Darstellung und Analyse nach wissenschaftlichen Forschungskriterien. Abschließend werden die Ergebnisse präsentiert.					
Qualifikationsziele					
Im Seminar Medienforschung sollen die Studierenden die Kompetenz erwerben, eine wissenschaftliche Studie im Bereich der Kommunikations- und Medienforschung zu planen, durchzuführen und gegebenenfalls mittels Auswertungs- und Statistikprogrammen auszuwerten. In dieser praktischen Umsetzung sollen sie die beruflich relevante Fähigkeit erwerben, Methoden-, Planungs- und Kontrollkompetenzen in der empirischen Forschung praktisch anzuwenden sowie die Ergebnisse in entsprechender Form zu präsentieren..					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in		Titel der Lehrveranstaltung			SWS
Prof. Dr. Beate Illg, Prof. Dr. Andreas Schelske		Seminar Medienforschung			4

sowie alle medienspezifisch Lehrenden in MWJ		
---	--	--

Medienprojekt 2

Modulname			Modulcode		
Medienprojekt 2					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Eva Nowak			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
6. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Wahlpflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
erwartet werden die Qualifikationsziele und Studieninhalte aus den ersten fünf Fachsemestern					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Medienprojekt 2: Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA) Projektmanagement 3: unbenotete Studienleistungen (SLu) mit Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Die Studierenden arbeiten in fächerübergreifenden Medienprojekten mit und übernehmen dabei verschiedene Aufgaben im Team. Dabei kann es sich um laufende, immer wieder zu überarbeitende Angebote handeln (z.B. Nachrichtenmagazin, Ausstellungsprojekt) oder um zeitlich begrenzte Projekte (z.B. PR-Konzept, Multimediareportage). Gemeinsam sind allen Projekten folgende Inhalte: • Medienprojekte konzipieren, planen und umsetzen • Methoden des Projektmanagements kennenlernen und anwenden • systematische Analyse und Reflexion von Aufgabe, Prozess und Umsetzung Bestandteil des „Medienprojekts 2“ ist die begleitende Lehrveranstaltung „Projektmanagement 3“ mit den inhaltlichen Schwerpunkten Kommunikation und Führung im Team sowie Überwachung und Steuerung. Diese Kenntnisse wenden die Studierenden auf ihr jeweiliges „Medienprojekt 2“ an.					
Qualifikationsziele					
Das Modul „Medienprojekt 2“ soll die Studierenden in die Lage versetzen, auf Basis der Kenntnisse aus den Modulen der ersten fünf Semester systematisches Projektmanagement als Methode anzuwenden. Sie sollen Medienkonzepte im Team entwickeln, planen und bewerten können. Die Studierenden sollen nach Abschluss des Moduls in der Lage sein, interdisziplinär Studieninhalte für die Projektaufgabe fruchtbar zu machen und anhand der Aufgabenstellung weiterzuentwickeln. In allen modulspezifischen Lehrveranstaltungen ist eine kontinuierliche projektbezogene Teamarbeit zentral, um die Qualifikationsziele zu erreichen. Dafür können die Lehrenden eine Anwesenheitspflicht aussprechen, die zu Vorlesungsbeginn spezifiziert und begründet wird.					
Lehr- und Lernmethoden					
Projekt, seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
medienspezifisch Lehrende	Medienprojekt 2				2
Prof. Dr. Eva Nowak	Projektmanagement 3				2

Strategisches Medienmanagement

Modulname			Modulcode		
Strategisches Medienmanagement					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Dirk Fischer			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden die Erreichung der Qualifikationsziele und die Beherrschung der Studieninhalte aus den ersten sechs Fachsemestern					
Weitere Lehrsprache(n)					
Englisch					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Die Veranstaltung greift die Inhalte der Module „Medienwirtschaft und Marketing“ und „Organisation und Führung“ auf und erweitert sie um strategische Aspekte der Unternehmensführung. Die Veranstaltung führt zuerst in die grundlegenden Konzepte zur strategische Analyse und Entwicklung von Unternehmensstrategien ein. Darauf aufbauend werden die Möglichkeiten des strategischen Managements in der Medienbranche und ihren Teilbereichen betrachtet. Nach einem Überblick über die wichtigsten Instrumente werden diese auf die Teilbereiche der Medienbranche angewendet.					
Qualifikationsziele					
Die Studierenden lernen in diesem Modul strategische Aspekte der Steuerung von Medienunternehmen kennen und wenden Methoden und Instrumente des strategischen im Medioumfeld an. Erweiterung der Fachkenntnisse: Vertieftes Verständnis der Besonderheiten der strategischen Steuerung von Medienunternehmen und Kenntnisse der Konzepte und Instrumente des strategischen Managements und ihrer Relevanz für Medienunternehmen. Anwendung von Methoden: Zielgerichtete Auswahl, Bewertung und Präsentation von Inhalten einer Fallstudie, Anwendung ausgewählter Managementtechniken und Entwicklung von Geschäftskonzepten und Handlungsempfehlungen. Persönliche Fähigkeiten: Stärkung des Selbstvertrauens und Verbesserung der Präsentationstechniken.					
Lehr- und Lernmethoden					
Seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen, Fallstudien und studentischen Referaten					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in		Titel der Lehrveranstaltung			SWS

Prof. Dr. Dirk Fischer, Prof. Dr. Christian Horneber	Strategisches Medienmanagement – seminaristische Vorlesung	4
	Strategisches Medienmanagement – Praktische Übungen, Fallstudien, Referate	

Schwerpunkt 2

Modulname			Modulcode		
Schwerpunkt 2					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Andrea Czepek			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7. Semester	In jedem Semester	1 Sem.	Wahlpflichtfach	5	2
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden die Qualifikationsziele und Studieninhalte aus den ersten sechs Fachsemestern					
Weitere Lehrsprache(n)					
Für einige Wahlpflichtangebote werden englische Sprachkenntnisse vorausgesetzt. Dies wird ggf. vor Vorlesungsbeginn bekannt gegeben.					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Angeboten werden zwei Schwerpunkte, einer im Bereich Journalismus und einer im Bereich Medienwirtschaft. Im Schwerpunkt Medienwirtschaft werden Lehrveranstaltungen zu aktuellen und übergreifenden Themen der Medienwirtschaft sowie des Medienmanagements angeboten, wie etwa Innovationsmanagement, Entrepreneurship, Change-Management, strategische Analyse von Märkten, Identifikation neuer Geschäftsideen etc. Im Schwerpunkt Journalismus werden Lehrveranstaltungen zu aktuellen und übergreifenden Themen des Journalismus angeboten, wie ressortspezifische Fragestellungen, Fachjournalismus, Datenjournalismus, investigativer Journalismus, Recherche, unternehmerischer Journalismus, journalistische Ethik etc. Sowohl im Schwerpunkt Medienwirtschaft als auch im Schwerpunkt Journalismus können Lehrveranstaltungen in englischer Sprache angeboten werden. Der Schwerpunkt 2 ist unabhängig von der Belegung des Schwerpunkts 1 frei wählbar.					
Qualifikationsziele					
Studierende können medienwirtschaftliche bzw. journalistische Inhalte exemplarisch auf wissenschaftlicher Basis vertiefen, reflektieren und anwenden.					
Lehr- und Lernmethoden					
Seminaristische Vorlesung mit Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 36 Stunden Kontaktstudium und 114 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in		Titel der Lehrveranstaltung			SWS
Prof. Dr. Christian Horneber Prof. Dr. Dirk Fischer, Prof. Dr. Christian Sachs,		Schwerpunkt Medienwirtschaft 2			2

Prof. Dr. Andreas Schelske		
Prof. Dr. Andrea Czepek, Prof. Dr. Eva Nowak, Dipl.-Medienwirtin Alice Düwel Dipl.-Pol. Carola Schede	Schwerpunkt Journalismus 2	2

Medienrecht

Modulname			Modulcode		
Medienrecht					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Dr. Melanie Hellwig			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	5	4
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
Erwartet werden die Qualifikationsziele und Studieninhalte aus dem Modul Recht.					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kurarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Behandelt werden die wesentlichen gesetzlichen Regelungen für die Arbeit im Bereich der Medien. Die Veranstaltung ist vier Blöcke geteilt: Presserecht: Meinungs- und Pressefreiheit (Grundrechte), Recht der Presse und der Journalisten (Nieders. PresseG), Allgemeines Persönlichkeitsrecht (APR), Recht am eigenen Bild Urheberrecht: Art und Umfang urheberrechtlich geschützter Werke, Grenzen und Erlöschen des des Urheberschutzes, Besonderheiten im Online-Bereich (insb. Social Media) Wettbewerbs- und Markenrecht: Art und Umfang des deutschen Wettbewerbsrechts, Grenzen des Wettbewerbsrechts, Besonderheiten im Online-Bereich (insb. Social Media); Art und Umfang des deutschen Markenrechts; Entstehung und Umfang des Markenschutzes; Reichweite und Grenzen Online-Recht: Anwendung der bisherigen Rechtskenntnisse auf den Online-Bereich, reale Probleme in der Praxis, u.a. Zuständigkeit deutscher Gerichte, Anwendbarkeit deutschen Rechts, Probleme insbesondere im Medien- und Urheberrechtsbereich					
Qualifikationsziele					
Nach Abschluss des Moduls „Medienrecht“ sollen die Studierenden rechtliche Rahmenbedingungen der Medienarbeit verstehen und auf relevante Fragestellungen aus dem Berufsfeld Medienmanagement, Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit anwenden können.					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Lehrbeauftragter N.N.	Medienrecht				4

Studienabschlussvorbereitung

Modulname			Modulcode		
Studienabschlussvorbereitung			NN		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Dr. Melanie Hellwig			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	3	2
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden die Qualifikationsziele und Studieninhalte aus dem Modul „Wissenschaftliches Arbeiten 1“					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Studienleistung unbenotet (SLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
<u>Wissenschaftliches Arbeiten 2:</u> Inhaltlich werden die Themenfindung und der Aufbau einer Bachelorarbeit besprochen. Außerdem findet eine Auffrischung von wissenschaftlichen Grundlagen, wie Textarten, verschiedene Methoden, Aufbau von unterschiedlichen Gliederungen und Zitierweisen statt. <u>Coaching:</u> Im Coaching-Teil geht es um Selbst-Organisation und Zeitmanagement am Ende des Studiums und im Übergang zur Berufstätigkeit, dies wird vermittelt mit Übungen zu verschiedenen Themen, wie z.B. Selbst- und Fremdwahrnehmung, Werthaltungen, Kulturverständnis sowie Übungen und Anleitung zur Selbstreflexion. <u>Studiensonderpunkt:</u> Die Studierenden können einen Studiensonderpunkt für gemeinnützige Tätigkeiten bekommen, die einen Hochschulbezug haben. Dazu gehören insbesondere die Mitwirkung in Gremien und Tätigkeiten in der akademischen Selbstverwaltung, Tätigkeiten als Tutor/in, in der Internationalisierung sowie Beiträge zum kulturellen Leben der Hochschule, soweit es einen Zusammenhang mit dem Studiengang MWJ gibt. Diese Tätigkeiten werden von einem/r Prüfungsberechtigten gegenüber dem Prüfungsamt bestätigt. Sollte eine Tätigkeit weniger als 30 Stunden dauern, kann eine Teilbescheinigung ausgefüllt werden. Die Tätigkeiten dürfen nicht im Rahmen eines Hilfskraftvertrags erfolgen und müssen unentgeltlich verrichtet werden.					
Qualifikationsziele					
<u>Wissenschaftliches Arbeiten 2:</u> Die Studierenden können ein eigenes wissenschaftliches oder praktisches Projekt in Form der Bachelorarbeit planen, aufbauen und strukturieren und sie kennen die unterschiedlichen Herangehensweisen an verschiedene Arten von Abschlussarbeiten, wobei der Fokus auf empirischen, hermeneutischen und praktischen Arbeiten liegt. Sie frischen ihre Kenntnisse über wissenschaftliche Literatur und Sprache auf und können im Gespräch eine eigene wissenschaftliche Arbeit von der Idee bis zur Struktur darstellen sowie in kurzen Worten schriftlich erläutern. <u>Coaching:</u> Im Rahmen eines Tagesworkshops erweitern die Studierenden ihre Fähigkeit zur Selbstreflexion und erwerben Kenntnisse, die im Bereich des Coachings verortet sind. Die Studierenden können z.B. eigene Werthaltungen analysieren und benennen. Dies unterstützt sie in der persönlichen Lebensplanung ebenso wie in konflikthafter Situationen. Darüber hinaus kennen sie Methoden zur Selbstorganisation.					

Studiensonderpunkt: Im Umfang von 30 Stunden sollen die Studierenden sich bürgerschaftlich engagieren und ein Verantwortungsbewusstsein entwickeln.

Lehr- und Lernmethoden

seminaristische Vorlesung mit Übungen, Workshop

Studentische Arbeitsbelastung

90 Stunden, davon 36 Stunden Kontaktstudium und 54 Stunden Selbststudium

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Dr. Melanie Hellwig	Wissenschaftliches Arbeiten 2	1
Prof. Dr. Beate Illg	Coaching	1
alle Lehrenden in MWJ	Studiensonderpunkt	1

Bachelorarbeit

Modulname			Modulcode		
Bachelorarbeit			NN		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Andrea Czepek			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
7. Semester	In jedem Semester	9 Wochen	Pflichtfach	12	-
Studiengänge					
Medienwirtschaft und Journalismus					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
mind. 160 ECTS aus den ersten drei Semestern erfolgreich bestanden, Qualifikationsziele und Studieninhalte aus dem ersten bis zum siebten Fachsemester werden erwartet					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Bachelorarbeit mit Kolloquium, Bearbeitungszeit: 9 Wochen					
Lehrinhalte					
Die Bachelorarbeit bildet den berufsqualifizierenden Abschluss des Studiums. Sie wird im 7. Studiensemester während einer Zeitdauer von 9 Wochen erstellt. In dieser Zeit finden keine Vorlesungen statt. Bei der Bachelorarbeit kann es sich um eine wissenschaftliche oder auch um eine konzeptionell-praxisbezogene Arbeit handeln. Das Thema (Projekt, Konzept) soll auf wissenschaftlicher Basis analysiert werden. Die Arbeit kann in Kooperation mit einem Unternehmen erfolgen. Praxisarbeiten müssen einen theoretisch-analytischen Teil enthalten, in dem das Projekt/Konzept/Werk auf wissenschaftlicher Grundlage entwickelt, analysiert und reflektiert wird. Die Betreuung wird primär von der Erstprüferin/vom Erstprüfer übernommen. Dazu gehören die Unterstützung bei Fragen wissenschaftlichen Arbeitens, ggf. Absprache mit der unternehmensseitigen Betreuung, Betreuung während der Erstellung der Arbeit, die individuelle Bewertung sowie die Vorbereitung und Durchführung des Kolloquiums.					
Qualifikationsziele					
Die Bachelorarbeit soll die Studierenden in die Lage versetzen, eine anspruchsvolle Aufgabe unter fachlicher Anleitung selbstständig zu lösen. Dabei sollen die Studierenden Studieninhalte mit wissenschaftlichen Methoden anwenden und analysieren und diese abhängig von der Aufgabenstellung eigenständig weiterentwickeln können.					
Lehr- und Lernmethoden					
eigenständige Bearbeitung eines Themas nach Absprache, Betreuung durch Lehrende/n					
Studentische Arbeitsbelastung					
360 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in		Titel der Lehrveranstaltung			SWS
alle Lehrenden im Studiengang MWJ		Bachelorarbeit			-

