

Modulhandbuch

für den Studiengang

**Medienwirtschaft und
Journalismus**

Inhaltsverzeichnis

Grundlagen der Ökonomie.....	1
Journalistische Grundlagen 1.....	2
Psychologie.....	3
Einführung in die Informatik.....	4
Gestaltung: Grundlagen/Technik.....	5
Wissenschaftliches Arbeiten 1.....	6
Mathematik.....	7
Rechnungswesen und Controlling.....	8
Journalistische Grundlagen 2.....	9
Soziologie.....	10
Internettechnologien 1.....	11
Typographie/Layout.....	12
English for the Media.....	13
Medienwirtschaft und Marketing.....	14
Spezieller Journalismus.....	16
Medien und Kommunikation 1.....	17
Internettechnologien 2.....	19
Visuelle Kommunikation 1.....	20
Statistik.....	22
Praxissemester.....	23
Investition und Finanzierung.....	25
Medien und Kommunikation 2.....	26
Medientechnik.....	28
Visuelle Kommunikation 2.....	29
Recht.....	30
Medienprojekt 1.....	31
Organisation und Führung.....	33
Schwerpunkt 1.....	34
Public Relations und Unternehmenskommunikation.....	35
Multimedia.....	37
Seminar Medienforschung.....	39
Medienprojekt 2.....	41
Strategisches Medienmanagement.....	43
Schwerpunkt 2.....	45
Medienrecht.....	47
Studienabschlussvorbereitung.....	48
Bachelorarbeit.....	50

Grundlagen der Ökonomie

Modulname			Modulcode		
Grundlagen der Ökonomie			NN		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Sabine Baumann			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)					
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 zur Rolle des Staates in einer Marktwirtschaft. Darüber hinaus lernen die Teilnehmer die Zielgrößen betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprozesse kennen. 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 sollen die Studierenden grundlegende Funktionsweisen der Marktwirtschaft und der Inhalte und Zusammenhänge der betrieblichen Funktionsbereiche kennen lernen und anwenden, um für vertiefende betriebswirtschaftliche Fragestellungen vorbereitet zu sein.					
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. Sabine Baumann, N.N. MIT 80		Grundlagen der Ökonomie			4

Journalistische Grundlagen 1

Modulname			Modulcode		
Journalistische Grundlagen 1			NN		
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), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, Berufsrollen, Arbeitsroutinen und Qualitätskriterien der journalistischen Arbeit auf wissenschaftlicher Grundlage zu bewerten 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.					
Qualifikationsziele					
Journalistische Qualitätskriterien strukturieren das gesamte Modul und verbinden dadurch Wissensvermittlung mit Reflexion. Anhand von Nachrichtentexten für Printmedien werden Informationsauswahl, Aufbau und Produktion vermittelt und geübt. Anschließend werden diese Kenntnisse auf andere Medien, insbesondere Hörfunk und Onlinemedien, übertragen und eingeübt. Zur Auseinandersetzung mit Berufsrollen, ethischen Berufsstandards und journalistischen Arbeitsweisen werden wissenschaftliche Texte ausgewertet und relevante Theorien und Modelle diskutiert.					
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. Eva Nowak, Prof. Dr. Andrea Czepek, Dr. Pia Schreiber		Journalistische Grundlagen 1 (Vorlesung)			2
		Journalistische Grundlagen 1 (Übung)			2

Psychologie

Modulname			Modulcode		
Psychologie			NN		
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)					
Lehrinhalte					
<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>					
Qualifikationsziele					
<p>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.</p>					
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		Psychologie			4

Einführung in die Informatik

Modulname			Modulcode		
Einführung in die Informatik			NN		
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					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), zweistündige Klausur (K2)					
Lehrinhalte					
Behandelt werden neben der Bedeutung der Informatik für die Medienproduktion und -darstellung Grundlagen der Informatik, Zahlensysteme und insbesondere 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 die Grundlagen der Geschäftsprozessmodellierung.					
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					
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. Dr. Michael Klafft		Einführung in die Informatik			4

Gestaltung: Grundlagen/Technik

Modulname			Modulcode		
Gestaltung: Grundlagen/Technik			NN		
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. Petra Wüstling		Gestaltung: Grundlagen/Technik			4

Wissenschaftliches Arbeiten 1

Modulname			Modulcode		
Wissenschaftliches Arbeiten 1			NN		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
MA 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					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Studienleistung unbenotet (SLu), 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.					
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
MA Melanie Hellwig		Wissenschaftliches Arbeiten 1			1

Mathematik

Modulname			Modulcode		
Mathematik			NN		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Ute Karabek			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					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
keine					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Studienleistung benotet (SLb), zweistündige Klausur (K2)					
Lehrinhalte					
Die Lehrinhalte der Vorlesung sind Grundlagen der Aussagenlogik, der Mengenlehre, der Relationen und der Kombinatorik sowie Gleichungen/Ungleichungen, Systeme von Gleichungen/Ungleichungen, Vektorrechnung und Eigenschaften und Konstruktion von Funktionen zu reproduzieren und zu gebrauchen und einführende Aufgabenstellungen zur Differential- und Integralrechnung zuzuordnen und zu gebrauchen.					
Qualifikationsziele					
Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage, die Bedeutung der Mathematik in der Gesellschaft zu verstehen und die mathematischen Grundlagen der Fachgebiete Statistik, Informatik und Wirtschaft für den Medienbereich zu reproduzieren und zu gebrauchen.					
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. Ute Karabek		Mathematik			4

Rechnungswesen und Controlling

Modulname			Modulcode		
Rechnungswesen und Controlling			NN		
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)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), zweistündige Klausur (K2)					
Lehrinhalte					
<p>Einführend werden die Grundlagen des Rechnungswesens wie insbes. Aufgaben und Teilgebiete des Rechnungswesens vorgestellt. Die Inhalte zum Externen Rechnungswesens werden in die Technik der Buchführung, laufende Buchungen im Geschäftsjahr und Abschluss der Buchführung (Bilanzierung) gegliedert. Der Veranstaltungsteil zum Internen Rechnungswesen beginnt mit den Grundlagen der Kostenrechnung. Anschließend werden die drei Teilsysteme der Kostenrechnung, nämlich die Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung, behandelt. Die Grundlagen des Controllings und ausgewählte Instrumente des Controllings wie z.B. die Deckungsbeitrags- oder die Prozesskostenrechnung bilden den Abschluss.</p>					
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden können ausgewählte Techniken des externen Rechnungswesens (Buchführung und Bilanzierung) und des internen Rechnungswesens (Kosten- und Leistungsrechnung) nachvollziehen und in Grundzügen anwenden. Die Studierenden erfassen dabei den Abbildungs- und Modellcharakter und die Informationsaufgaben des Rechnungswesens und verstehen den Informationsgehalt der verschiedenen Rechengrößen und Rechenwerke. Schließlich kennen die Studierenden ausgewählte Elemente eines Controllingsystems und seine Verknüpfung zum Rechnungswesen.</p>					
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			NN		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Eva Nowak			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), Kursarbeit (KA)					
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. Eva Nowak, Prof. Dr. Andrea Czepek, Dr. Pia Schreiber	Journalistische Grundlagen 2 (Vorlesung)				2
	Journalistische Grundlagen 2 (Übung)				2

Soziologie

Modulname			Modulcode		
Soziologie			NN		
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), zweistündige Klausur (K2)					
Lehrinhalte					
<p>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 sowie die Soziologie der Gruppe und Gemeinschaft.</p>					
Qualifikationsziele					
<p>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.</p>					
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	

Internettechnologien 1

Modulname			Modulcode		
Internettechnologien 1			NN		
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					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), zweistündige Klausur (K2)					
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 vielen integrierten Übungsanteilen angereichert, so dass die theoretisch erlernten Inhalte auch praktisch angewendet werden können.					
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					
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. Dr. Michael Klafft, Dipl.-Phys. Thomas Severiens, Dipl.-Ing. Andreas Baumgart		Internettechnologien 1			4

Typographie/Layout

Modulname			Modulcode		
Typographie/Layout			NN		
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					
<p>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 von aktuellen Erscheinungsbildern professioneller Printmedien, wie z.B. Anzeigenkampagnen, Buchtypografie, Buchcover, CD-Booklets oder Plakate reflektiert das eigene Können.</p>					
Qualifikationsziele					
<p>Die Grundregeln der Gestaltung mittels Typografie und Layout sollen erlernt und angewandt werden. Die Schriftenstehung, 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 Kenntnisse können auf andere visuelle Medien (Printbereich, Web, Fernsehen etc.) übertragen werden.</p>					
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. Petra Wüstling		Typographie/Layout			4

English for the Media

Modulname			Modulcode		
English for the Media			NN		
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					
<p>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.</p>					
Qualifikationsziele					
<p>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 umsetzen. 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.</p>					
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. Sabine Baumann			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 dem Modul „Grundlagen der Ökonomie“					
Weitere Lehrsprache(n)					
Englisch					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
<p>Ziel der Veranstaltung ist es, die durch die Konvergenz mit der Telekommunikations- und Informationstechnologie angestoßenen Veränderungsprozesse von Medienunternehmen sowie der Märkte, auf denen sie sich bewegen, darzustellen sowie die volkswirtschaftlichen Wirkungen der Wettbewerbsprozesse abzuschätzen. Hierfür werden grundlegende Begriffe und Konzepte der Medienwirtschaft und des Medienmarketings eingeführt und Besonderheiten der Medienbranche und ihrer Produkte und Dienstleistungen vorgestellt. Anschließend werden die Wertschöpfungsprozesse in Medienunternehmen betrachtet, um die Einflussfaktoren in den betrieblichen Funktionsbereichen zu verstehen und Möglichkeiten der operativen Gestaltung zu entwickeln. Dabei werden die Elemente des Marketing-Mixes mit Bezug zur Medienbranche eingeführt. Außerdem wird die Medienbranche mit ihren Teilbereichen (Print, Musik, Film, Radio, Fernsehen, Spiele, Internet/Mobile, Multimedia), den crossmedialen Verknüpfungen und den zugehörigen Marktentwicklungen vorgestellt. Zudem werden die Studierenden mit der Durchführung einer Marktanalyse als Grundlage von Marketingmaßnahmen vertraut gemacht. Anschließend führen die Studierenden dann in Kleingruppen eine Analyse für einen deutschen Medienteilmarkt durch und präsentieren die Ergebnisse.</p>					
Qualifikationsziele					
<p>Erweiterung der Fachkenntnisse: Das Modul soll Studierende in die Lage versetzen, die Veränderungen in der Medienbranche, ihrer Märkte und ihrer Wertschöpfungsprozesse aus unternehmerischer Sicht erfassen und analysieren zu können. Sie verstehen die grundlegenden Begriffe der Fachgebiete, kennen die einzelnen Elemente und Segmente der Medienbranche, die wesentlichen Produkte und Dienstleistungen von Medienunternehmen sowie die Elemente des Marketing-Mixes. Außerdem können sie die Elemente und Segmente (Print, Musik, Film, Radio, Fernsehen, Spiele, Internet/Mobile, Multimedia) voneinander abgrenzen und deren übergreifende Anteile erkennen und einschätzen.</p> <p>Schlüsselqualifikationen: Fähigkeit, grundlegende Managementtechniken und ihre Besonderheiten im Mediumfeld anzuwenden und strukturierte Fragestellungen theoretisch fundiert anzugehen, diese zu strukturieren und Lösungsansätze zu entwickeln; Teamfähigkeit und Präsentationsstärke.</p>					
Lehr- und Lernmethoden					

seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen, Fallstudien und Marktanalysen in Einzel- und Gruppenarbeiten		
Studentische Arbeitsbelastung		
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium		
Zugehörige Lehrveranstaltungen		
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dr. Sabine Baumann, Prof. Dr. Michael Klafft, N.N. MIT 80	Medienwirtschaft und Marketing – Seminaristische Vorlesung	4
	Medienwirtschaft und Marketing – Praktische Übungen, Fallstudien, Marktanalysen	

Spezieller Journalismus

Modulname			Modulcode		
Spezieller Journalismus			NN		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Dr. Pia Schreiber			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 ein bestimmtes Medium oder mehrmediales Arbeiten. Sie lernen das jeweilige Medium und sein Umfeld kennen und reflektieren die Erkenntnisse in Bezug auf Mediensystem, Rezeption und Produktion. In medienpraktischen Übungen produzieren sie medien-spezifische journalistische Produkte und lernen dabei die Arbeit im redaktionellen Team kennen. Die Studierenden können aus einer der angebotenen Veranstaltungen auswählen, z.B. mit Schwerpunkt Onlinejournalismus, Fernsehjournalismus, Hörfunkjournalismus, Magazinjournalismus oder mehrmediales Arbeiten.					
Qualifikationsziele					
Die Studierenden können Besonderheiten von Onlinejournalismus, Fernsehjournalismus, Hörfunkjournalismus oder Magazinjournalismus 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.					
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
Dr. Pia Schreiber, Prof. Dr. Andrea Czepek, Prof. Dr. Eva Nowak, Dipl.-Pol. Carola Schede, Dipl.-Medienwirtin Alice Düwel		Spezieller Journalismus			4

Medien und Kommunikation 1

Modulname			Modulcode		
Medien und Kommunikation 1			NN		
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					
<p>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.</p>					
Qualifikationsziele					
<p>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.</p>					
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	Medien und Kommunikation 1	4

Internettechnologien 2

Modulname			Modulcode		
Internettechnologien 2			NN		
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					
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 weiterlegende 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					
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. Dr. Michael Klafft, Dipl.-Phys. Thomas Severiens, Dipl.-Ing. Andreas Baumgart	Internettechnologien 2 (seminaristische Vorlesung)				2
	Internettechnologien 2 (praktische Übungen)				2

Visuelle Kommunikation 1

Modulname			Modulcode		
Visuelle Kommunikation 1			NN		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dipl.-Des. Götz Greiner			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
3. Semester	in jedem Semester	1 Sem.	Pflichtfach	6	5
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) – Lehrveranstaltung „Visuelle Kommunikation 1“, Studienleistung unbenotet (SLu) – Lehrveranstaltung „Projektmanagement 1“, beide: Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
<p>Kenntnisse zu den ästhetischen und konzeptionellen Möglichkeiten der Fotografie innerhalb der Visuellen Kommunikation erwerben. Die Technik der Fotografie, Lichtsetzung und Studioarbeit wird kennengelernt und erprobt. Die Fähigkeiten zur digitalen Bildbearbeitung und Bildmanipulation sollen erweitert werden. Photoshop wird als kreative Basis für das professionelle Arbeiten mit Bildmaterial jeglicher Herkunft und Zielsetzung zugrunde gelegt.</p> <p>Kenntnisse über die Grundlagen des Projektmanagements werden erworben. Das Wissen, wie man Ziele des Projekts beschreibt und das eigene Projekt geplant werden kann (Projektstrukturplanung, Ablaufplanung, Ressourcenplanung), wird vermittelt. Die Studierenden werden einen ersten Eindruck von den Herausforderungen während der Projektdurchführung erhalten.</p>					
Qualifikationsziele					
<p>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 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.</p> <p>Die Studierenden werden einen Einblick in die Planung und Durchführung von Medienprojekten erhalten haben.</p>					
Lehr- und Lernmethoden					
seminaristische Vorlesung mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
180 Stunden, davon 90 Stunden Kontaktstudium und 90 Stunden Selbststudium					

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

Statistik

Modulname			Modulcode		
Statistik			NN		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Ulrike Schleier			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), zweistündige Klausur (K2)					
Lehrinhalte					
Gelehrt werden die grundlegenden Begriffe und Instrumente der deskriptiven Statistik für die Wirtschaftswissenschaften, insbesondere Häufigkeitsverteilungen, statistische Maßzahlen für eine Variable, Konzentrationsanalyse, Auswertungsmethoden für zweidimensionale Daten, statistische Grafiken.					
Qualifikationsziele					
Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage, die erworbenen Kompetenzen auf gegebene Daten und Fragestellungen anzuwenden. Insbesondere sind die Studierenden in der Lage, Häufigkeitsverteilungen aufzustellen und auszuwerten. Sie können statistische Maßzahlen für eine Variable, Kennzahlen zur Messung der Marktkonzentration und Verfahren für die Untersuchung von Zusammenhängen zweier Merkmale geeignet auswählen, korrekt berechnen und das Ergebnis im Kontext der inhaltlichen Fragestellung zutreffend interpretieren. Sie kennen die grundlegenden Kriterien zur Beurteilung statistischer Graphiken und können einfache statistische Graphiken selbst erstellen. Darüber hinaus soll der Kurs die Studierenden in die Lage versetzen, sich in weitere Verfahren der beschreibenden 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. Ulrike Schleier, Dr. Kerstin Abel	Statistik				4

Praxissemester

Modulname			Modulcode		
Praxissemester			NN		
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					
mind. 60 Leistungspunkte aus dem Studiengang MWJ erfolgreich bestanden, erwartet werden die Studieninhalte aus den ersten drei Fachsemestern					
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					
<p><i>LV Vorbereitung Praxissemester:</i> 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. Inhaltlich werden das Berufsfeld Medien behandelt, die Stellensuche und Bewerbung sowie der Transfer erlernten Wissens in die Berufspraxis.</p> <p><i>Berufspraktikum (20 Wochen):</i> 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 Praxisbericht (in der Regel im 4. Fachsemester).</p> <p><i>Tätigkeiten:</i> Die Studierenden sollen im Berufspraktikum berufsbezogen eingesetzt werden und studienzielrelevante Aufgaben übernehmen. Nach Möglichkeit sollen sie ein zu den Studienzielen passendes Projekt bearbeiten. Der Aufgabenbereich kann medienwirtschaftliche, journalistische, marketing- oder öffentlichkeitsarbeitsbezogene Tätigkeiten umfassen.</p> <p><i>Betreuung:</i> Während des Praxissemesters werden die Studierenden einem/einer verantwortlich Lehrenden als Betreuer(in) zugeteilt, der oder die die Studierenden während ihres Praxissemesters von Hochschuleseite aus begleitet und berät. Gleichzeitig wird im Praxisbetrieb ein/e Betreuer/in als Ansprechpartner/in für die Hochschule bestimmt. Der/die Betreuerin an der Hochschule berät die von ihm/ihr betreuten Studierenden bei der Erstellung des Praxisberichts, der wissenschaftlichen bzw. künstlerisch-gestalterischen Hausarbeit und bei Problemen und Fragen in Bezug auf das Praxissemester.</p> <p><i>Zwischenbericht:</i> Reflexion der Erfahrungen zu Beginn des Berufspraktikums, Klärung der Ziele für die übrige Dauer des Berufspraktikums (in der Regel in der 6. Praktikumswoche)</p> <p><i>LV Nachbereitung Praxissemester:</i> Reflexion und Aufarbeitung der Erfahrungen während des Berufspraktikums, Umfang 1 SWS mit Praxissemestervortrag</p> <p><i>Prüfungsleistung</i> für das Praxissemester ist eine wissenschaftliche bzw. gestalterische Hausarbeit. Darin bearbeiten die Studierenden exemplarisch eine Fragestellung, die einen Bezug zum eigenen Praktikum</p>					

hat. Das kann eine konkrete Fragestellung aus dem Praktikumsbetrieb sein, aber auch eine übergeordnete Fragestellung ohne Einbeziehung der Praktikumsstelle.

Im *Praxisbericht* (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 Die Anforderungen für das Praxissemester werden in einer Richtlinie spezifiziert.

Qualifikationsziele

Im Praxissemester sollen die Studierenden Studieninhalte in der Berufspraxis anwenden und vertiefen. Sie sollen berufliches Handeln sowie berufliche und branchenbezogene Strukturen verstehen. Darüber hinaus sollen die Studierenden berufsbezogene Probleme und Fragestellungen erkennen und auf Grundlage der Studieninhalte analysieren und bewerten können.

Lehr- und Lernmethoden

Berufspraktikum, seminaristische Vorlesungen mit praktischen Übungen, wissenschaftliche Analyse

Studentische Arbeitsbelastung

900 Stunden, davon 36 Stunden Kontaktstudium und 864 Stunden Selbststudium

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
alle Lehrenden im Studiengang „Medienwirtschaft und Journalismus“	Praxissemestervorbereitung	1
	Berufspraktikum	-
	Praxissemesternachbereitung	1

Investition und Finanzierung

Modulname			Modulcode		
Investition und Finanzierung			NN		
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					
<p>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.</p> <p>Der Teil „Finanzierung“ umfasst die Finanzplanung, die Bestimmung des optimalen Finanzvolumens (insbesondere Leverage Effekt und Kapitalbudget) sowie die verschiedenen Möglichkeiten der Außen- und Innenfinanzierung.</p>					
Qualifikationsziele					
<p>Das Modul „Investition und Finanzierung“ versetzt die Studierenden in die Lage, die wichtigsten Verfahren der Investitionsrechnung zielgerichtet anzuwenden, Kapitalbedarfs- und Finanzplanungen durchzuführen, darüber hinaus die Anforderungen an ein System zur Investitions- und Finanzplanung zu ermitteln und bei der Gestaltung mitzuwirken. Neben der Vermittlung von Fachkompetenz steht die Entwicklung von Methodenkompetenz im Vordergrund. Hierbei sollen wiederum die Subziele Analytische Denk- und Arbeitsweise, Markt- und Kundenorientierung sowie Kosten und Erfolgsorientierung abgedeckt werden.</p>					
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			NN		
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. Beate Illg, Prof. Dr. Andreas Schelske	Medien und Kommunikation 2 (Vorlesung)	2
	Medien und Kommunikation 2 (empirische Übung)	2

Medientechnik

Modulname			Modulcode		
Medientechnik			NN		
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					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), zweistündige Klausur (K2)					
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. Die Funktion von Speicher- und Übertragungsmedien wird 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					
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		Medientechnik			4

Visuelle Kommunikation 2

Modulname			Modulcode		
Visuelle Kommunikation 2			NN		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. 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 angewandt. Themenbasiertes freies Arbeiten und die Entwicklung und Umsetzung eigenständiger Ideen im Bereich der Visuellen Kommunikation erfordert konzeptionelles Denken und Mitdenken. Vektorbasiertes Arbeiten 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. Die Betrachtung der theoretischen Grundlagen wird fortgeführt.					
Qualifikationsziele					
Die gestalterische, visuelle, ethische und technische Kompetenz wird erweitert. Über die konzeptionelle sowie die gestalterische und technisch ausführende Arbeit hinweg sollen Qualitätskriterien berücksichtigt werden können. Konzeptionelles, kreatives und selbstkritisches Denken und Arbeiten sowie Kommunikations- und Teamfähigkeit wird 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			NN		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Eva Nowak			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 die 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.					
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 mit praktischen Übungen					
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			NN		
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					
keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden die Studieninhalte aus den ersten vier Fachsemestern					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
<p>Die Studierenden arbeiten in fächerübergreifenden Medienprojekten mit und übernehmen im Rahmen der Projekte verschiedene Aufgaben. Sie simulieren so eine reale Teamsituation. Dabei kann es sich um laufende, immer wieder neu zu überarbeitende Angebote handeln (z.B. Fernsehsendung, Ausstellungsprojekt) oder um zeitlich begrenzte Projekte (z.B. PR-Konzept, Multimediareportage). Die Lehrinhalte variieren je nach Projektinhalt. Gemeinsam sind allen Projekten folgende Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medienprojekte konzipieren, planen und umsetzen • Methoden des Projektmanagements kennenlernen und anwenden • Erarbeiten und Halten von Präsentationen • systematische Analyse und Reflexion von Aufgabe, Prozess und Umsetzung <p>Bestandteil des „Medienprojekts 1“ ist die begleitende Lehrveranstaltung „Projektmanagement 2“ mit den inhaltlichen Schwerpunkten Auftrags- und Zielklärung mit Hilfe der Kontextanalyse, Planung des eigenen Medienprojekts (Vertiefung der Inhalte aus VK1): Meilensteinplanung, Projektstrukturplanung, Aufwandschätzung, Ablauf- und Terminplanung, Ressourcenplanung, Kostenplanung) und Einführung in das Risikomanagement.</p>					
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.					
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
alle medienspezifisch Lehrenden in MWJ	Medienprojekt 1	2
Dipl.-Ing. Ulrich Kobusch	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					
<p>In der Veranstaltung wird mit der Aufbauorganisation (Organisationseinheiten, Leitungsorganisation), der Ablauf-/Prozessorganisation und der Unternehmensverfassung 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.</p>					
Qualifikationsziele					
<p>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.</p> <p>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.</p>					
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			NN		
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 wird im 6. Fachsemester eine Lehrveranstaltung zum Thema Marketing angeboten. Diese Lehrveranstaltung kann in englischer Sprache angeboten werden. Im Schwerpunkt Journalismus werden Lehrveranstaltungen zu aktuellen und übergreifenden Themen des Journalismus angeboten, wie ressortspezifische Fragestellungen, Datenjournalismus, investigativer Journalismus, unternehmerischer Journalismus, Special Interest, journalistische Ethik etc.					
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, Dr. Pia Schreiber		Schwerpunkt Journalismus 1			4
Prof. Dr. Sabine Baumann, N.N. MIT 80		Schwerpunkt Medienwirtschaft 1 (Marketing)			4

Public Relations und Unternehmenskommunikation

Modulname			Modulcode		
Public Relations und Unternehmenskommunikation			NN		
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
--	--	---

Multimedia

Modulname			Modulcode		
Multimedia			NN		
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					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
<p>Das Modul Multimedia vereint die im Bereich Informatik und im Bereich Gestaltung vermittelten Kenntnisse. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Integration von verschiedenen digitalen Medien und der Entwicklung entsprechender Konzepte und multimedialer Anwendungen. Vermittelt werden aktuelle technische Entwicklungen und daraus resultierende Erwartungen für den Gestaltungsprozess ebenso wie technische Besonderheiten der digitalen Formate. Im praktischen Projekt werden theoretische und praktische Kenntnisse der Gestaltung sowie der technischen Realisierung in ECMAScript vertieft. Usability Kriterien und deren Bewertungsmöglichkeiten werden kennengelernt und in Übungen erprobt. Die Veranstaltung wird interdisziplinär durch einen Lehrenden der Säule Gestaltung und einen Lehrenden der Säule Informatik durchgeführt.</p>					
Qualifikationsziele					
<p>Die erreichten Kenntnisse aus den Säulen Gestaltung und Informatik werden im Kurs Multimedia 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, multimediale Produkte sowohl aus gestalterischen als auch aus technischen Gesichtspunkten zu beurteilen, zu entwickeln und umzusetzen. Die Bedienbarkeit und Gebrauchstauglichkeit multimedialer Produkte kann beurteilt werden und wird am eigenen Projekt durch die Anwendung geeigneter Methoden sichergestellt.</p>					
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	Multimedia (Vorlesung)	2
	Multimedia (Übung)	2

Seminar Medienforschung

Modulname			Modulcode		
Seminar Medienforschung			NN		
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.					
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.					
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 medien-spezifisch Lehrenden in MWJ		
--	--	--

Medienprojekt 2

Modulname			Modulcode		
Medienprojekt 2			NN		
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					
keine formalen Voraussetzungen, erwartet werden die Qualifikationsziele und Studieninhalte aus den ersten fünf Fachsemestern					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
<p>Die Studierenden arbeiten in fächerübergreifenden Medienprojekten mit und übernehmen im Rahmen der Projekte verschiedene Aufgaben. Sie simulieren so eine reale Teamsituation. Dabei kann es sich um laufende, immer wieder neu zu überarbeitende Angebote handeln (z.B. Fernsehsendung, Ausstellungsprojekt) oder um zeitlich begrenzte Projekte (z.B. PR-Konzept, Multimediareportage). Die Lehrinhalte variieren je nach Projektinhalt. Gemeinsam sind allen Projekten folgende Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medienprojekte konzipieren, planen und umsetzen • Methoden des Projektmanagements kennenlernen und anwenden • Erarbeiten und Halten von Präsentationen • systematische Analyse und Reflexion von Aufgabe, Prozess und Umsetzung <p>Bestandteil des „Medienprojekts 2“ ist die begleitende Lehrveranstaltung „Projektmanagement 3“ mit den inhaltlichen Schwerpunkten Kommunikation im Team (unter Berücksichtigung virtueller Teams), Überwachung und Steuerung während der Projektdurchführung, Vertiefung des Themas Risikomanagement, Fortschrittsgradermittlung und Trendanalysen, Führung von Teams sowie Einführung in das Thema Zeitmanagement.</p>					
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.					
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
alle medienspezifisch Lehrenden in MWJ	Medienprojekt 2	2
Dipl.-Ing. Ulrich Kobusch	Projektmanagement 3	2

Strategisches Medienmanagement

Modulname			Modulcode		
Strategisches Medienmanagement			NN		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Sabine Baumann			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 Strategieentwicklung und -umsetzung ein. Darauf aufbauend werden die Möglichkeiten der strategischen Planung in der Medienbranche und ihren Teilbereichen betrachtet. Nach einem Überblick über verfügbare Instrumente werden diese auf die Teilbereiche der Medienbranche angewendet. Der abschließende Teil der Veranstaltung widmet sich dem strategischen Management von Medienunternehmen im internationalen Kontext.					
Qualifikationsziele					
Die Studierenden lernen in diesem Modul strategische Aspekte der Steuerung von Medienunternehmen kennen und wenden Methoden der strategischen Planung im Medioumfeld an.					
Erweiterung der Fachkenntnisse: Vertieftes Verständnis der Besonderheiten der strategischen Steuerung von Medienunternehmen und Kenntnisse der Managementtechniken 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. Sabine Baumann, N.N./MIT-80	Strategisches Medienmanagement – seminaristische Vorlesung	4
	Strategisches Medienmanagement – Praktische Übungen, Fallstudien, Referate	

Schwerpunkt 2

Modulname			Modulcode		
Schwerpunkt 2			NN		
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 verschiedenen medienwirtschaftlichen Themen angeboten, z.B. Medienmarketing, Öffentlichkeitsarbeit, Unternehmenskommunikation, Entrepreneurship. Diese Lehrveranstaltungen können in englischer Sprache angeboten werden. Im Schwerpunkt Journalismus werden Lehrveranstaltungen zu aktuellen und übergreifenden Themen des Journalismus angeboten, wie ressortspezifische Fragestellungen, Datenjournalismus, investigativer Journalismus, unternehmerischer Journalismus, Special Interest, journalistische Ethik etc. 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. Sabine Baumann, N.N. MIT 80, Prof. Dr. Dirk Fischer,		Schwerpunkt Medienwirtschaft 2			2

Prof. Dr. Christian Sachs, Prof. Dr. Andreas Schelske		
Prof. Dr. Andrea Czepek, Prof. Dr. Eva Nowak, Dr. Pia Schreiber	Schwerpunkt Journalismus 2	2

Medienrecht

Modulname			Modulcode		
Medienrecht			NN		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Eva Nowak			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 Studieninhalte aus dem Modul „Recht“					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Behandelt werden die wesentlichen gesetzlichen Regelungen für die Arbeit im Bereich der Medien. Die Veranstaltung ist vier Blöcke geteilt: <i>Presserecht</i> beinhaltet Meinungs- und Pressefreiheit (Grundrechte), Recht der Presse und der Journalisten (Nieders. PresseG), Allgemeines Persönlichkeitsrecht (APR) und Recht am eigenen Bild. <i>Urheberrecht</i> behandelt Art und Umfang urheberrechtlich geschützter Werke, Grenzen und Erlöschen des Urheberschutzes sowie Besonderheiten im Online-Bereich (insb. Social Media). <i>Wettbewerbs- und Markenrecht</i> beschäftigt sich mit 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 und Reichweite und Grenzen. <i>Online-Recht</i> beinhaltet Anwendung der bisherigen Rechtskenntnisse auf den Online-Bereich, reale Probleme in der Praxis, u.a. Zuständigkeit deutscher Gerichte und 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 mit praktischen Übungen					
Studentische Arbeitsbelastung					
150 Stunden, davon 72 Stunden Kontaktstudium und 78 Stunden Selbststudium					
Zugehörige Lehrveranstaltungen					
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung				SWS
Rechtsanwalt Dr. Martin Bahr	Medienrecht				4

Studienabschlussvorbereitung

Modulname			Modulcode		
Studienabschlussvorbereitung			NN		
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
MA 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					
<p><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.</p> <p><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.</p> <p><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.</p>					
Qualifikationsziele					
<p><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.</p> <p><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</p>					

Lebensplanung ebenso wie in konflikthaften 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
MA 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. 170 ECTS aus dem Studiengang MWJ 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					
<p>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.</p> <p>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.</p>					
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			-