

# Modulhandbuch

für den Studiengang

## **Management digitaler Medien**

MPO 2019

Stand 15.08.2019

Fachbereich Management, Information, Technologie (MIT)

## Inhaltsverzeichnis

<b>MANAGEMENT DIGITALER MEDIEN.....</b>	<b>3</b>
<b>MODELLE UND THEORIEN DIGITALER MEDIEN.....</b>	<b>5</b>
<b>ETHIK, RECHT UND QUALITÄT IN DIGITALEN MEDIEN.....</b>	<b>7</b>
<b>METHODEN DER ERFORSCHUNG UND ANALYSE DIGITALER MEDIEN.....</b>	<b>9</b>
<b>SEMINAR INTEGRATION: MANAGEMENT UND JOURNALISMUS IN DIGITALEN MEDIEN .....</b>	<b>11</b>
<b>SEMINAR INTEGRATION: MANAGEMENT &amp; TECHNIK .....</b>	<b>13</b>
<b>PROJEKT MEDIENPRAXIS .....</b>	<b>15</b>
<b>PROJEKT INTERNATIONAL.....</b>	<b>17</b>
<b>MEDIENFORSCHUNG .....</b>	<b>19</b>
<b>WAHLPFLICHTMODUL A, B, C.....</b>	<b>21</b>
<b>MASTERARBEIT MIT KOLLOQUIUM .....</b>	<b>23</b>

Management digitaler Medien
-----------------------------

Modulname			Modulcode		
Management digitaler Medien					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Sabine Baumann			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1. o. 2. Semester	1x im Jahr	1 Sem.	Pflichtfach	5	2
Studiengänge					
Management Digitaler Medien (MDM)					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
Englisch					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
<p>Nach einer Einführung der Studierenden in die Veränderungen der medialen Wertschöpfung durch die Digitalisierung werden Geschäftsmodelle konvergenter Medien und die zugehörigen Ökosysteme und Unternehmensnetzwerke vorgestellt und analysiert. Neue Möglichkeiten der Beschaffung von Inhalten oder monetären Mitteln bspw. über Crowdsourcing - Plattformen, der daten- und technologiegetriebenen Entwicklung neuer Medienprodukte und -dienstleistungen oder der Multi-Channel-Distribution von Inhalten werden ebenso betrachtet wie das Marketing in sozialen Netzwerken oder die Finanzierung digitaler Medienprodukte. Ferner werden Konzepte des Qualitätsmanagements und der Erfolgsmessung bei digitalen Medien aufgegriffen.</p> <p>Die vermittelten Theorien und Methoden werden anschließend u.a. in Form von Einzel-/ Gruppenarbeiten und anhand konkreter Praxisbeispiele/ Fallstudien angewendet und vertieft. Die Ergebnisse der Ausarbeitungen werden vorgestellt, diskutiert und im Hinblick auf die interdisziplinären Aspekte im Rahmen des Managements von digitalen Medienprodukten bewertet.</p>					
Qualifikationsziele					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verständnis und Vertrautheit mit den wirtschaftlichen, technischen, kulturellen, und sozialen Entwicklungen der digitalen Medienwelt</li> <li>• Vertiefende und erweiterte Kenntnisse über die Transformation, Konvergenz und Entwicklung digitaler Medienformate und deren wirtschaftliche und finanzielle Auswirkungen</li> <li>• Kenntnis und Anwendung relevanter Theorien, Methoden und Werkzeuge zur Analyse</li> </ul>					

digitaler Medien, Wettbewerber und Märkte		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fähigkeit zur Adressierung der interdisziplinären Aspekte im Rahmen des Managements von digitalen Medienprodukten</li> <li>• Fähigkeit zum zielorientierten Denken und Handeln im Management digitaler Medien</li> </ul>		
Lehr- und Lernmethoden		
Seminaristische Vorlesung mit integrierten Übungen, Fallstudien, Gruppenarbeiten und Präsentationen		
Studentische Arbeitsbelastung		
150 Stunden, davon 36 Stunden Kontaktstudium und 114 Stunden Selbststudium		
Zugehörige Lehrveranstaltungen		
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dr. Sabine Baumann MIT 80	Management digitaler Medien	2

Modelle und Theorien digitaler Medien
---------------------------------------

Modulname			Modulcode		
Modelle und Theorien digitaler Medien					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Andreas Schelske			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1. o. 2. Semester	1x im Jahr	1 Sem.	Pflichtfach	5	2
Studiengänge:					
Management Digitaler Medien (MDM)					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
<p>Zu den Lehrinhalten gehören Theorien und Bereiche mit folgenden Themen: Theorien der Information-, Wissen-, Medien- und Netzwerkgesellschaft. Dazu gehören Themen wie z.B. Entwicklung der Massenmedien, Individualmedien, Digitaler und Interaktiver Medien; Medienkritik, Digital Divide; Big Data, Künstliche Intelligenz, Politische Partizipation in digitalen und globalen Teilöffentlichkeiten der Zivilgesellschaft; kulturelle Partizipation; ökonomische Entwicklungen der mediatisierter Sozialkontexte; mediatisierte Vergesellschaftung; Copyright; Social Community; Medienkompetenz und Medienaneignung als kultureller Prozess; Mobile Medien &amp; Kommunikative Mobilität; Individualisierung und Identität 2.0; Medienkonvergenz im Social- und Semantic Web, Netz der Dinge, Medienentwicklung, Location Based Services,</p>					
Qualifikationsziele					
<p>Das Modul der „Modelle und Theorien vernetzter Kommunikation“ vermittelt Kompetenzen, die sowohl klassische Medien- und Kommunikationstheorien als auch Theorien und Modelle mediatisierter Vergesellschaftung sowie die Digitalisierung aller kulturellen, sozialen und ökonomischen Lebensbereiche betrachten. Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden die medien- und kommunikationswissenschaftliche Kompetenz erworben, die Digitalisierung der Medien und deren Auswirkungen in Wirtschaft und Weltgesellschaft sowie Teilbereichen jeweiliger Lebenswelten zu explizieren und in Kommunikationsstrategien des Journalismus, des Marketings und der Public Relations zu</p>					

verwenden.		
Lehr- und Lernmethoden		
seminaristische Vorlesung		
Studentische Arbeitsbelastung		
150 Stunden, davon 36 Stunden Kontaktstudium und 114 Stunden Selbststudium		
Zugehörige Lehrveranstaltungen		
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dr. Andreas Schelske	Modelle und Theorien vernetzter Kommunikation	2

Ethik, Recht und Qualität in digitalen Medien
---

Modulname			Modulcode		
Ethik, Recht und Qualität in digitalen Medien					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Eva Nowak			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1. o. 2. Semester	1x im Jahr	1 Sem.	Pflichtfach	5	2
Studiengänge					
Management Digitaler Medien (MDM)					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
Vorausgesetzt werden Kenntnisse der Studieninhalte aus dem Studiengang "Medienwirtschaft und Journalismus" (BA) an der Jade Hochschule.					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitätsstandards für die Arbeit in digitalen Medien werden auf wissenschaftlicher Grundlage erarbeitet und beispielhaft angewendet.</li> <li>• Ethische Problemstellungen werden erörtert, theoretisch anhand von Fachliteratur erarbeitet und auf Fallbeispiele angewendet.</li> <li>• Rechtliche Herausforderungen der digitalen Medienwelt wie beispielsweise Datenschutz, Urheberrecht, Persönlichkeitsrechte werden anhand aktueller politischer und wissenschaftlich-fachlicher Diskussionen thematisiert und analysiert.</li> </ul>					
Qualifikationsziele					
Die Studierenden					
<ul style="list-style-type: none"> <li>• können Entscheidungen im Management digitaler Medien ethisch und rechtlich unter Berücksichtigung der relevanten Qualitätskriterien auf wissenschaftlicher Grundlage abwägen, analysieren und begründen.</li> <li>• kennen wichtige rechtliche Rahmenbedingungen der digitalen Medienarbeit und sind in der Lage, diese einzuschätzen.</li> <li>• kennen Qualitätsstandards für die Arbeit in digitalen Medien, erweitern sie auf wissenschaftlicher Grundlage und wenden sie auf verschiedene Problemstellungen an.</li> <li>• setzen sich mit medienethischen Fragestellungen auseinander, lernen Analysemodelle kennen und können diese für die Analyse ethischer Fragestellungen nutzen.</li> </ul>					

Lehr- und Lernmethoden		
seminaristische Vorlesung		
Studentische Arbeitsbelastung		
150 Stunden, davon 36 Stunden Kontaktstudium und 114 Stunden Selbststudium		
Zugehörige Lehrveranstaltungen		
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dr. Eva Nowak, Prof. Dr. Andrea Czepek, Prof. Dr. Beate Illg, Prof. Dr. Andreas Schelske	Ethik, Recht, Qualität in digitalen Medien	2



Methoden der Erforschung und Analyse digitaler Medien
---

Modulname			Modulcode		
Methoden der Erforschung und Analyse digitaler Medien					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Andreas Schelske; Prof. Dr. Beate Illg			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1. o. 2. Semester	1x im Jahr	1 Sem.	Pflichtfach	5	2
Studiengänge					
Management Digitaler Medien (MDM)					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
Zu den Lehrinhalten gehören:					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Geschichte der qualitativen und quantitativen Internet- und Onlineforschung.</li> <li>2) Theorie und Praxis klassischer Methoden der qualitativen und quantitativen Medien- und Kommunikationsforschung mit Bezug zur Erforschung digital vernetzter Medien.</li> <li>3) Theorie und Praxis neuer Forschungsmethoden wie z.B. Datamining, Textmining, Information Retrieval, Webanalyse, Netzwerkanalyse, Logfileanalyse, Netz-Ethnografie oder multimediale Onlinebefragung für mobile und stationäre Endgeräte.</li> <li>4) selbständige Anwendung ausgewählter Methoden im Forschungsbereich der computervermittelten Kommunikation.</li> <li>5) Zukunftsperspektiven der qualitativen und quantitativen Forschung, insbesondere für digital vernetzte Medien in Bereichen des Big Data und des Information Retrievals.</li> </ol>					
Qualifikationsziele					
Das Modul der „Methoden der Erforschung und Analyse vernetzter Kommunikation“ vermittelt Kompetenzen, die sowohl die Anwendung klassischer Methoden der qualitativen und quantitativen Medien- und Kommunikationsforschung vertiefen als auch in neue Forschungsmethoden einführen wie z.B. Datamining Netzwerkanalyse und multimedialen Onlinebefragung. In diesem Modul erwerben die Studierenden die Ausführungs- und Beurteilungskompetenz, klassische Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung					

in Verbindung mit Methoden zu kombinieren, die speziell in Bereichen der digital vernetzten Medien im Web 1.0, 2.0 und 3.0 benötigt werden. Neben der theoretischen Vermittlung werden Methoden der Erforschung vernetzter Kommunikation auch praktisch angewendet; die Studierenden werden zu forschendem Lernen und selbständigem Arbeiten angeleitet.

**Lehr- und Lernmethoden**

seminaristische Vorlesung

**Studentische Arbeitsbelastung**

150 Stunden, davon 36 Stunden Kontaktstudium und 114 Stunden Selbststudium

**Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dr. A. Schelske		2

Seminar Integration: Management und Journalismus in digitalen Medien
--

Modulname			Modulcode		
Seminar Integration: Management und Journalismus in digitalen Medien					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Eva Nowak			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1. o. 2. Semester	1x im Jahr	1 Sem.	Pflichtfach	5	2
Studiengänge					
Management Digitaler Medien (MDM)					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
Vorausgesetzt werden Kenntnisse der Studieninhalte aus dem Studiengang "Medienwirtschaft und Journalismus" (BA) an der Jade Hochschule.					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
<p>Das Seminar verschränkt Themen aus den Bereichen Journalismus und Management miteinander. Dabei geht es insbesondere um</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• redaktionelle Prozesse in digitalisierten Medienkontexten</li> <li>• Qualitätsmanagement in digitalisierten Redaktionen</li> <li>• redaktionelles Marketing im digitalen Journalismus</li> <li>• Content- und Formatmanagement im digitalen Journalismus.</li> </ul>					
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• können interdisziplinäre Themen aus dem Bereich Management digitaler Medien und Journalismus erörtern und abwägen</li> <li>• ordnen diese Themen theoretisch ein und erarbeiten sie mit wissenschaftlichen Methoden</li> <li>• entwickeln darauf aufbauend auf wissenschaftlicher Grundlage und mit wissenschaftlichen Methoden Problemlösungen.</li> </ul>					
Lehr- und Lernmethoden					

seminaristische Vorlesung		
Studentische Arbeitsbelastung		
150 Stunden, davon 36 Stunden Kontaktstudium und 114 Stunden Selbststudium		
Zugehörige Lehrveranstaltungen		
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dr. Eva Nowak, Prof. Dr. Andrea Czepek	Seminar Integration: Management und Journalismus in digitalen Medien	2

Seminar Integration: Management & Technik
---

Modulname			Modulcode		
Seminar Integration: Management & Technik					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Knut Barghorn			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1. o. 2. Semester	1x im Jahr	1 Sem.	Pflichtfach	5	2
Studiengänge					
Management Digitaler Medien (MDM)					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
<p>Die Studierenden lernen in der Veranstaltung an Fallbeispielen der Medienproduktion die notwendigen Technologien für die erfolgreiche Produktion und Präsentation digitaler Medien kennen. Nach einer grundsätzlichen Einordnung des Themas folgt ein Überblick über die relevanten Technologien und Methoden der Produktion ausgewählter digitaler Medien. Im Selbststudium erlernen die Studierenden, die Produktionstechniken detailliert kennen und müssen diese für den Einsatz in Fallbeispielen bezüglich der Einsatzmöglichkeiten bewerten.</p> <p>Es wird auch eine wirtschaftliche Beurteilungskompetenz vermittelt, die in der Erstellung von Businessmodellen und ggf. Businessplänen mündet.</p>					
Qualifikationsziele					
<p>Nach Abschluss des Moduls kennen die Studierenden wesentliche ökonomische und technologische Aspekte der Medienproduktion und der Medienpräsentation. Sie sind in der Lage, anhand von Fallbeispielen technische Produktionswege darzulegen und deren ökonomischen Auswirkungen zu beschreiben. Sie können die jeweiligen Chancen und Risiken verschiedener Technologien für den erfolgreichen Einsatz beurteilen und situationsabhängig geeignete Strategien und Technologien unter wirtschaftlichen und technologischen Gesichtspunkten auswählen und einsetzen. Sie können grundlegende Businessmodelle erstellen und bewerten.</p>					

Lehr- und Lernmethoden		
seminaristische Vorlesung		
Studentische Arbeitsbelastung		
150 Stunden, davon 36 Stunden Kontaktstudium und 114 Stunden Selbststudium		
Zugehörige Lehrveranstaltungen		
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dr. Knut Barghorn, Prof. Dr. Sabine Baumann	Seminar Integration: Management & Technik	2

Projekt Medienpraxis
----------------------

Modulname			Modulcode		
Projekt Medienpraxis					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Knut Barghorn			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1. und 2. Semester	1x im Jahr	1 Sem.	Pflichtfach	5	2
Studiengänge					
Management Digitaler Medien (MDM)					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
<p>In z. T. interdisziplinären Projekten erarbeiten die Studierenden selbstständig praxisrelevante Problemlösungen. Projekte können dabei abgeschlossene Kurzprojekte mit externen Partnern, fortlaufende und immer weiter zu überarbeitende oder fiktive, die Praxis simulierende Projekte sein (z. B. Konzeption und ggf. Realisierung von Apps, Websites, Podcasts, multimediale journalistische oder erzählerische Darstellungsformen, e-Paper und klassische Printprodukte, Ausstellungen, Events, Angebote und Pitch-Situationen etc.). Die Studierenden übernehmen innerhalb des Projektteams unterschiedliche Rollen und simulieren so eine reale Teamsituation, die das reale Arbeitsleben widerspiegelt. Neben inhaltlichen Fachkompetenzen aus Medien- und Kommunikationswissenschaften sowie Gestaltung und Technik bzw. Informatik sind Kompetenzen im Projektmanagement sowie Selbst- und Sozialkompetenzen relevant, um die Teamarbeit erfolgreich abzuschließen. Das eigenverantwortliche Handeln Studierender wird gefördert.</p>					
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden können Medienwirtschaftliche, journalistische, kommunikationswissenschaftliche, gestalterische und/oder technische Kenntnisse in fächerübergreifenden Projekten anwenden. Sie können Konzepte, Strategien oder Angebote aus dem Bereich der digitalen Medien im Team erarbeiten. Sie sind in der Lage, Medienprodukte hinsichtlich Ihrer Komplexität und Interdisziplinarität zu bewerten. Weiterhin können Sie vertiefte Inhalte des Projektmanagements einordnen und anwenden. Durch die</p>					

Stärkung der Selbst-und Sozialkompetenz, Reflexionsfähigkeit, Organisationsfähigkeit und Entscheidungsfähigkeit sind die Studierenden in der Lage Projekte im Medienbereich durchzuführen.

**Lehr- und Lernmethoden**

Projektbezogene praktische Übungen, Gruppenarbeit, Präsentation, Rezeption, Reflexion und / oder Textarbeit.

**Studentische Arbeitsbelastung**

150 Stunden, davon 36 Stunden Kontaktstudium und 114 Stunden Selbststudium

**Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dr. Knut Barghorn, Prof. Dr. Sabine Baumann, Prof. Dr. Andrea Czepek, Prof. Götz Greiner, Prof. Dr. Beate Illg, Prof. Dr. Michael Klafft, Prof. Dr. Eva Nowak, Prof. Dr. Andreas Schelske	Projekt Medienpraxis	2



Projekt International
-----------------------

Modulname			Modulcode		
Projekt International					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Andrea Czepek			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1. o. 2. Semester	1x im Jahr	1 Sem.	Pflichtfach	5	2
Studiengänge					
Management Digitaler Medien (MDM)					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
<p>Das internationale Projekt kann während der Vorlesungszeit oder in der vorlesungsfreien Zeit stattfinden. Mögliche Formate sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Exkursion zu einer Partnerhochschule, bei der ein Projekt bearbeitet wird,</li> <li>- Teilnahme an einer internationalen Summer School oder vergleichbaren Veranstaltung mit Fokus auf internationale Medien an der Jade Hochschule oder an einer Partnerhochschule,</li> <li>- Teilnahme an einer inhaltlich passenden Lehrveranstaltung im Ausland</li> </ul> <p>In allen Varianten sollen Studierende ausländischer Partneruniversitäten gemeinsam mit Studierenden der Jade Hochschule an der Veranstaltung teilnehmen. Inhaltlich setzen sich die Studentinnen und Studenten mit aktuellen Entwicklungen im internationalen Medienumfeld auseinander und bearbeiten projektbasiert international relevante Medienthemen wie z.B. die voranschreitende Globalisierung, inkl. der daraus resultierenden Implikationen für die Medienbranche, oder digitale Entwicklungen im Medienbereich und deren Auswirkungen auf Journalismus und Demokratie. In diesen Lehrveranstaltungen stehen der fachlich-inhaltliche sowie der kulturelle Austausch gleichermaßen im Zentrum. Die Studierenden werden zu forschendem Lernen und eigenverantwortlichem Handeln angeleitet.</p>					
Qualifikationsziele					

- Sprachliche und interkulturelle Kompetenzen
- Projekte und digitale Medienkonzepte in interdisziplinären und interkulturellen Teams entwickeln, planen und deren Umsetzung analysieren und reflektieren
- Befähigung zur fächerübergreifenden Bearbeitung komplexer Aufgabenstellungen
- zur Analyse der digitalen Medienentwicklung im internationalen Kontext

#### Lehr- und Lernmethoden

In projektbasierter Arbeitsweise werden aktuelle Fragestellungen der Entwicklungen der digitalen Medienwelt im internationalen Kontext bearbeitet

#### Studentische Arbeitsbelastung

150 Stunden, davon 36 Stunden Kontaktstudium und 114 Stunden Selbststudium

#### Zugehörige Lehrveranstaltungen

Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dr. Beate Illg, Prof. Dr. Andrea Czepek, Prof. Dr. Knut Barghorn, Prof. Dr. Sabine Baumann Prof. Götz Greiner, Prof. Dr. Klafft, Prof. Dr. Eva Nowak, Prof. Dr. Andreas Schelske	Projekt International	2

Medienforschung
-----------------

Modulname			Modulcode		
Medienforschung					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
Prof. Dr. Beate Illg			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS
1. o. 2. Semester	1x im Jahr	1 Sem.	Pflichtfach	5	2
Studiengänge					
Management Digitaler Medien (MDM)					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
keine					
Weitere Lehrsprache(n)					
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Prüfungsleistung benotet (PLb), Kursarbeit (KA)					
Lehrinhalte					
<p>In diesem Modul stehen sowohl Forschungsorientierung als auch forschendes Lernen der Studierenden im Fokus. Die Studierenden arbeiten an einer konkreten Thematik bzw. Fragestellung aus den Bereichen Medien- / Rezeptionsforschung, Kommunikatorforschung, Medienmanagement oder anderer kommunikationswissenschaftlicher Bereiche. Mögliche Themen sind z.B. (neue) Formen der Mediennutzung durch digitale Medienangebote, Habitualisierungsprozesse im digitalen Kontext, Entwicklungen im Journalismus, Genderthemen, digitale Geschäftsmodelle, Netzwerkforschung, verschiedene (Sub-)Kulturen oder Organisations- und Unternehmenskommunikation.</p> <p>Neben inhaltlichen Fachkompetenzen der Medien- und Kommunikationswissenschaften, der Wirtschaftswissenschaften oder der Medieninformatik sind Kompetenzen im Projektmanagement sowie Selbst- und Sozialkompetenzen relevant, um die Teamarbeit erfolgreich abzuschließen. Das eigenverantwortliche Handeln Studierender wird gefördert.</p>					
Qualifikationsziele					
<p>Die Studierenden können sich in diesem Modul z.B. folgende Kompetenzen erarbeiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kommunikationswissenschaftliche, journalistische, medienwirtschaftliche, gestalterische und/oder technische forschungsrelevante Fragestellungen eigenständig zu bearbeiten</li> </ul>					

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planung, Durchführung und Auswertung eines (empirischen) Projektes</li> <li>- Analyse medienpraktischer Erkenntnisse sowie deren strategische Einordnung</li> <li>- Anwendung theoretischer Konzepte und Ansichten auf praxisrelevante Forschungsfragen</li> <li>- Selbst- und Sozialkompetenzen sowie Reflexionsfähigkeit</li> </ul>		
Lehr- und Lernmethoden		
seminaristische Vorlesung		
Studentische Arbeitsbelastung		
150 Stunden, davon 36 Stunden Kontaktstudium und 114 Stunden Selbststudium		
Zugehörige Lehrveranstaltungen		
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dr. Knut Barghorn, Prof. Dr. Sabine Baumann, Prof. Dr. Andrea Czepek, Prof. Götz Greiner, Prof. Dr. Beate Illg, Prof. Dr. Michael Klafft, Prof. Dr. Eva Nowak, Prof. Dr. Andreas Schelske	Medienforschung	2

Wahlpflichtmodul A, B, C
--------------------------

Modulname			Modulcode			
Wahlpflichtmodul A, B, C						
Modulverantwortliche_r			Einrichtung			
Prof. Dr. Eva Nowak			Fachbereich Management, Information, Technologie			
Semester	Angebotsfrequenz	Dauer	Modulart	Leistungspunkte	SWS	
1. o. 2. Semester	Min. 5 pro Jahr	je 1 Sem.	Wahlpflichtfach	5	2	
Studiengänge						
Management Digitaler Medien (MDM)						
Voraussetzungen für die Teilnahme						
Vorausgesetzt werden Kenntnisse der Studieninhalte aus dem Studiengang "Medienwirtschaft und Journalismus" (BA) an der Jade Hochschule.						
Weitere Lehrsprache(n)						
englische Sprachkenntnisse werden vorausgesetzt						
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer						
Kursarbeit (KA) oder Klausur, zweistündig						
Lehrinhalte						
Die Studierenden belegen im Laufe ihres Studiums drei Lehrveranstaltungen aus dem Wahlpflichtbereich, die Themen aus den Bereichen Journalismus, Medien/Kommunikation, Medientechnologie, Gestaltung und Medienmanagement beispielhaft vertiefen. Die Wahlpflichtangebote sollen sich jedes Semester auf mindestens zwei dieser Bereiche beziehen. Im Laufe von zwei Semestern sollen Angebote aus mindestens drei dieser Bereiche wählbar sein.						
Qualifikationsziele						
Die Studierenden						
<ul style="list-style-type: none"> <li>• können einzelne Themen aus dem Bereich Management digitaler Medien erörtern und abwägen</li> <li>• können diese Themen theoretisch einordnen und mit wissenschaftlichen Methoden erarbeiten</li> <li>• können darauf aufbauend Problemlösungen entwickeln</li> <li>• können einzelne Fragestellungen eigenständig erarbeiten und angemessen präsentieren</li> </ul>						
Lehr- und Lernmethoden						

seminaristische Vorlesung		
Studentische Arbeitsbelastung		
150 Stunden, davon 36 Stunden Kontaktstudium und 114 Stunden Selbststudium		
Zugehörige Lehrveranstaltungen		
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dr. Sabine Baumann, Prof. Dr. Knut Barghorn, Prof. Dr. Andrea Czepek, Prof. Götz Greiner, Prof. Dr. Beate Illg, Prof. Dr. Michael Klafft, Prof. Dr. Eva Nowak, Dipl.-Pol. Carola Schede, Prof. Dr. Andreas Schelske	Wahlpflichtmodul A Wahlpflichtmodul B Wahlpflichtmodul C	2

Masterarbeit mit Kolloquium
-----------------------------

Modulname			Modulcode		
Masterarbeit mit Kolloquium					
Modulverantwortliche_r			Einrichtung		
jeweilige/r Erstprüfer/in			Fachbereich Management, Information, Technologie		
Semester	Angebotsfrequen z	Dauer	Modulart	Leistungspunkt e	SWS
3. Semester	individuell	1 Sem.	Pflichtfac h	30	900 Stunden Arbeitsbelastun g
Studiengänge					
Management Digitaler Medien (MDM)					
Voraussetzungen für die Teilnahme					
Siehe § 6 (1) Teil B in Verbindung mit § 17 Teil A der Prüfungsordnung					
Weitere Lehrsprache(n)					
Mit Zustimmung der Prüferinnen und Prüfer kann die Masterarbeit in englischer Sprache abgefasst werden.					
Prüfungsart/Prüfungsform/Prüfungsdauer					
Siehe § 6(2) der Prüfungsordnung Teil B in Verbindung mit §18 u.§19 der Prüfungsordnung Teil A.					
Lehrinhalte					
Zur Betreuung durch den/die Erstprüfer/in gehört es, die Aufgabenstellung, ggf. in Kooperation mit einem Unternehmen zu erarbeiten. Während der Erstellung der Arbeit gibt der/die Erstprüfer/in Hilfestellung und methodische Beratung. Sie/Er führt das Kolloquium durch und bewertet sowohl die Abschlussarbeit als auch das Kolloquium.					
Qualifikationsziele					
Die Studierenden haben die Fähigkeit, innerhalb der vorgegebenen Frist eine anspruchsvolle (Projekt-) Aufgabe mit Bezug zum Management digitaler Mediendurch Anwendung wissenschaftlicher Methoden und unter Einsatz der im Studiengang vermittelten Kompetenzen selbstständig zu lösen (anwendungsorientierte Forschungskompetenz mit ganzheitlicher, interdisziplinärer Denk- und Arbeitsweise); Fähigkeit, Ergebnisse wissenschaftlichen Arbeitens zu präsentieren und sie in einem Fachgespräch zu erläutern und zu vertiefen.					

Lehr- und Lernmethoden		
Studentische Arbeitsbelastung		
900 Stunden		
Zugehörige Lehrveranstaltungen		
Dozent/in	Titel der Lehrveranstaltung	SWS
Prof. Dr. Knut Barghorn, Prof. Dr. Sabine Baumann, Prof. Dr. Andrea Czepek, Prof. Götz Greiner, Prof. Dr. Beate Illg, Prof. Dr. Michael Klafft, Prof. Dr. Eva Nowak, Prof. Dr. Andreas Schelske	Masterarbeit mit Kolloquium	