

Modulhandbuch

Medien und Kommunikation (MuK)

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Fakultät Medien und Informationswesen

Seite 1 von 95

Inhaltsverzeichnis

MuK	Gesamtkonto	2
1. VB	Vertiefungsbereich Mediengestaltung	3
MuK-01	Sound A/R/T Konzeption und Studio	4
MuK-02	Visual Music (Projection Mapp Audiovisuelle Performance)	8
MuK-03	Cross Media Publishing	12
MuK-04	Dokumentarfilm/Videojournalismus	16
MuK-05	Kurzspielfilm	20
MuK-06	Intermediale Gestaltung	24
MuK-07	Digitale Bildwelten	28
2. VB	Vertiefungsbereich Innovation, Marketing und Management	32
MuK-08	Innovation	33
MuK-09	Marketing	38
MuK-10	Unternehmensgründung in der digitalen Wirtschaft	42
MuK-11	Internationale Corporate Governance	46
3. VB	Vertiefungsbereich IT: Interaktion in vernetzten Welten	50
MuK-12	Multimedia im Web	51
MuK-13	Ambient Intelligence	55
MuK-14	Human Computer Interaction	59
MuK-15	Data Analytics	64
MuK-16	IT-Projekt	68
InterdBer	Interdisziplinärer Bereich: E-Learning und Medien in Bildung und Personalentwicklung	70
MuK-17	E-Learning	71
MuK-18	Medien in der Bildung und Personalentwicklung	75
PflichtBer	Pflichtbereich	80
MuK-19	Kernmodul	81
MuK-20	Wahlpflichtmodul	84
MuK-21	Masterarbeit	93
Erläuterungen	95

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 2 von 95

Gesamtkonto

zugeordnet zu: Studiengang MuK Medien und Kommunikation

Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	90.0	SWS:	0.0

- 1. VB Vertiefungsbereich Mediengestaltung
- 2. VB Vertiefungsbereich Innovation, Marketing und Management
- 3. VB Vertiefungsbereich IT: Interaktion in vernetzten Welten
- InterdBer Interdisziplinärer Bereich: E-Learning und Medien in Bildung und Personalentwicklung
- PflichtBer Pflichtbereich

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 3 von 95

Studienrichtung Vertiefungsbereich Mediengestaltung

Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	30.0	SWS:	0.0

MuK-01	Sound A/R/T Konzeption und Studio
MuK-02	Visual Music (Projection Mapp Audiovisuelle Performance)
MuK-03	Cross Media Publishing
MuK-04	Dokumentarfilm/Videojournalismus
MuK-05	Kurzspielfilm
MuK-06	Intermediale Gestaltung
MuK-07	Digitale Bildwelten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-01 Sound A/R/T Konzeption und Studio			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Hans-Ulrich Werner	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1,2,3	Kontaktzeit (h):	60
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	240
Lehrform:	Seminar	SWS:	4.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	1010	Sound A/R/T Konzeption
	1015	Sound A/R/T Studio Realisation

Lehrveranstaltungen

M+I710

Sound A/R/T | Konzeption

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- SOUND, Exposé, Treatment, Storyboard, Drehbuch, Grafik
- Sound Design - alle audiovisuellen Medien: Filmtone; Montage, Stimme und Sprache, elektronischer Klang und Sound-A/R/T
- MedienMusik & MusikFilm, Klangkunst und FilmHörSpiel
- Audiovisuelle Konzeption für experimentelle Bild-Tonformen
- Integration aller Ergebnisse in M+I „E-Learning-Umgebung“ mit Konzept, Reflexionstext und Präsentation.

LERNZIELE

- Professioneller Entwurf, Kreativität und Audio-Analyse von interdisziplinären Projekten zu „Sound Medien Kunst“
- Layout-Produktion + Klangregie in Radiokunst, MedienMusik & Musikfilm; sowie Audiovisuelle Komposition.
- Formen des Vermittelns & forschende Reflexion der Praxis, Dialoge und Begegnungen mit Produzenten und Künstlern
- Teilnahme und Publikation in jährlichen Werkstattberichten, mit DVD und künstlerisches E-Learning-Projekt.

Literatur :

- Sonnenschein, David: Sound Design, Los Angeles 2001;
- Werner, Hans-Ulrich: „SoundscapeDialog“, Göttingen 2006
- Werner, H.U.; Chagas, P.: „Digital Composition“ Siegen 2012
- Werner, H.U.; Chagas, P.:Montage, Collage, Komposition“ 2014
- Daniels, D.; Naumann, S.: See this Sound-AudioVisuology2010

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

M+I711

Sound A/R/T | Studio Realisation

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Audio-Produktion, Studioarbeit für Radio, Sound Design, Soundscapes, Musik sowie experimentellen Klängen
- Sound Design für audiovisuelle Medien: Filmtone; Tonschnitt, Montage, Geräusch, Stimme, elektronische Klänge und Musik
Zusatz-Version: Zweit-Format als Filmhörspiel und Klangfilm
- FilmMusik & MusikFilm, Zweitformat Live-Musik + Klangkunst
- Audiovisuelle, experimentelle Komposition mit innovativen Bild- und neuartigen Tonkonzepten
- Integration der Ergebnisse in E-Learning-Umgebung sowie Reflexionstext und Präsentation

LERNZIELE

- Professionelles Layout in Sound, Text, Bild, Interaktivität
- Produktion und Klangregie in der Audio-Arbeit; Radiokunst, in MedienMusik & Musikfilm; sowie Audiovisuelle Komposition
- Originelle Formen des Vermittelns und forschende Reflexion zu Ergebnissen, Dialog mit Produzenten und KünstlerInnen
- Teilnahme und Publikation am jährlichen Werkstattbericht, mit DVD und Erfahrungen, sowie Integration der Resultate in ein künstlerisches E-Learning-Projekt

Literatur :

- Werner, H.U.; Lankau, R.: Media Soundscapes I, Siegen 2006
- Werner, H.U.; Lankau R.: Media Soundscapes II, Siegen 2007
- Werner; H.U.; Reichart, W.; Film Soundscapes; Siegen 1999
- Lensing, J: Sound Design, Sound Montage, Soundtrack, 2009
- Chion, Michel; Audio-Vision, Ton und Bild im Kino, Berlin 2012
- Kamensky, V; Rohrhuber J.: Akustik Dokumentarfilm, 2013

Verwendbarkeit des Moduls

MuK (Master), Vertiefungsmodul in der Studienrichtung Mediengestaltung

Vorwissen Sound, Medien, Kunst, Reflexion + als Wahlfach für CME Studierende mit Basis-Knowhow

Empfohlene Vorkenntnisse

- Audio-Erfahrung in Konzeption und Medienproduktion, offen auch für Quereinsteiger mit Ambition.
- Konzeptionserfahrungen und Produktionspraxis für Audio Media experimentierfreudige Quereinsteiger und Autodidakten

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Prüfung/Präsentation KWA: 2 Künstlerisch-Wissenschaftliche Arbeiten

Lernziele und Kompetenzen

MODULINHALTE

- Audio-Produktion, Studioarbeit für Radio, Sound Design, Soundscapes, Musik sowie experimentellen Klängen
- Sound Design für audiovisuelle Medien: Filmtone; Tonschnitt, Montage, Geräusch, Stimme, elektronische Klänge und Musik
- Zusatz-Version: Zweit-Format als Filmhörspiel und Klangfilm
- FilmMusik & MusikFilm, Audiovisuelle Arbeit mit Zweitformat Radiomusik und Klangkunst
- Audiovisuelle, experimentelle Komposition mit innovativen Bild- und neuartigen Tonkonzepten
- Integration aller Ergebnisse in die M+I-E-Learning-Umgebung sowie Reflexionstext und Präsentation

MODULZIELE

- Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls handwerklich und kognitiv befähigt, künstlerische Projekte aus Sound und Medien zu analysieren sowie neue Modelle zu entwerfen und für Produktionen vorzubereiten (Konzeptionsphase).
- Die Studierenden erlangen die Kompetenzen, um ihr grundlegend aus den Studienphasen davor mitgebrachtes Produktionswissen auf interdisziplinäre Arbeitsmethoden und Werkformen anzuwenden, nicht nur in einem Medium, auch transmedial, durch erweiterte Kombination medialer Produktionen.
- Die praktische, dokumentierte und aufgenommene Erfahrung mit solchen Projekten stärkt und erweitert bei den Studierenden nicht nur das gestalterische Handeln, sondern auch die wachsende Fähigkeit als Reflective Practitioner darüber zu berichten, zu vermitteln und zu publizieren.
- Durch Verdichtung oben genannter Workflows und Anwendung von Praxis-Dialogen im Rahmen des Werkstattberichts werden die Studierenden darauf vorbereitet, als Autor/in, Inhalte und Erfahrungen sowie praktische Strategien und innovative Methoden an Fachleute und andere Studierende zu vermitteln (als Early stage researcher) und sich sogar als erfahrene/r Praktiker/in in einem speziellen Gebiet zu profilieren.

METHODIK

- AudioAnalyse und Methoden des Hörens der Soundscape-Konzeption; „Akustische Kreativität für die Medien“
- Experimentelle Arbeitsweise mit eigenen Klängen und Sound Software
- Präsentationen und Dialog über Erfahrungen der Produktion
- Crossmediale Konzepte, Ergebnisse, künftige Wege
- Begegnung mit Künstlern und Redakteuren
- Gesamtdarstellung des Prozesses und der Formen, in Artikel-Format publikationsgerecht vorbereitet.

Leistungspunkte und Noten

zwei künstlerisch-wissenschaftliche Arbeiten, jeweils 1/2 der Note

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 7 von 95

Prüfung Sound A/R/T Konzeption

zugeordnet zu: Modul MuK-01 Sound A/R/T Konzeption und Studio

Prüfungsnummer:	1010	Prüfungsform:	künstlerisch-wissensch. A
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Sound A/R/T Studio Realisation

zugeordnet zu: Modul MuK-01 Sound A/R/T Konzeption und Studio

Prüfungsnummer:	1015	Prüfungsform:	künstlerisch-wissensch. A
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-02 Visual Music (Projection Mapp Audiovisuelle Performance)

Modulverantwortlicher:		Prof. Götz Gruner	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1-3	Kontaktzeit (h):	60
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	240
Lehrform:	Seminar	SWS:	4.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	1020	Konzeption Visuelle Musik
	1025	Produktion Visuelle Musik

Lehrveranstaltungen

M+I712 Konzeption Visuelle Musik
 Veranstaltungsart: Seminar
 SWS: 2.0
 Lerninhalt: LERNINHALTE

- Visual Music und Vjing
- Geschichte der Visuellen Musik
- Gestaltungstechniken von Projection Mapping und audiovisueller Performance
- Gestaltungstechniken für die Life-/Realtime-Präsentation
- Gestaltungstechniken für die Interaktion des Publikums
- Bezug Bildende Kunst: Formen der Abstraktion
- Bezug Populärkultur: Orte von Ereignissen
- Bausteine: Bild-Syntax, -Semantik und -Rhetorik
- Brainstorming, Konzeption, Planung und Gestaltung

LERNZIELE

- Die Studierenden kennen und benennen die unterschiedlichen Hervorbringungen von visueller Musik im historischen und zeitgenössischen Kontext, sie konzipieren selbständig im Teamwork ein Werk der visuellen Musik, sie entwickeln und gestalten visuelle Ereignisse und Sounds als Grundlage von Projection-Mapping und Life-Performance.

Literatur :
 • Faulkner, Michael: VJ Audio-Visual Art + VJ Culture. London: Laurence King, 2006.

- Fischer, Eva: Audio-visuelle Tendenzen. Entwicklung in der Visualisierung elektronischer Musik und in der Clubkultur. Wien: Universität Wien, 2009.
- Fischer, Eva: Audiovisuelle Kunst. Entwicklung eines Begriffs. Saarbrücken: AV Akademikerverlag, 2014.
- Fischer, Eva: sound-frame catalogue. Wien: Eigenverlag, 2009-2014.
- Jaeger, Timothy: VJ. Live cinema unraveled. http://api.ning.com/files/CLXAHDJ-O2mN00leDt*gNDjbWjY3k01L-8rTPnr0mD7L1rQ3CHvxZEs48H9860AcOm6XV2q6tUnQawRZy-93c03QZGSF/Live_Cinema_Unraveled.pdf
- Kim, Ji-Hun: Was will das Bild vom Klang? Ein Gespräch mit der Medienforscherin Cornelia Lund. In: DE:BUG 133, Juni 2009, S. 19-20. <http://de-bug.de/share/debug133.pdf>
- Lund, Cornelia: Vom Experiment zur Theorie - Blick auf die Berliner VJ-Szene. <http://www.goethe.de/kue/mus/ema/akt/mag/de7780625.htm>
- Lund, Cornelia / Lund, Holger: Audio.Visual - On Visual Music and Related Media. Stuttgart: Arnoldsche Verlagsanstalt, 2009.
- Lund, Holger: On Visual Music. www.fluctuating-images.de/notes/303
- Makela, Mia: Live Cinema - Language and Elements. Helsinki: University of Art and Design, 2006.
- Olbrisch, Annika: Im Kontinuum der Bilder: VJing als Medienkunst im interdisziplinären Diskurs. Frankfurt: Lang, 2011.
- Rohlf, Jan: Club Transmediale Unpredictable - Festivalmagazin. Berlin: CTM, 2008.
- Rohlf, Jan: Generieren, nicht collagieren - Ton-Bild-Korrespondenzen im Kontext zeitgenössischer elektronischer Musik. In: Cinema Issue 49, S. 121-132 Marburg: Schüren, 2004.
- Spinrad, Paul: The VJ Book: Inspiration and practical advice for live visuals. Los Angeles: Feral House, 2005.
- Welzenbach, Laura: Visual Arts - Visualisierung von Musik. Wien: Universität Wien, 2010

M+I713

Produktion Visuelle Musik

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Gestaltung, Organisation, Produktion, Präsentation und Dokumentation einer audiovisuellen Life-Performance

LERNZIELE

- Die Studierenden erwerben Fähigkeiten und Fertigkeiten im Umgang mit speziellen Computerprogrammen und technischen Vorrichtungen für die Real-Time-Produktion im Studio oder Open Air, sie planen und organisieren selbstständig die Produktion und Präsentation einer audiovisuellen Life-Performance, sie gestalten und produzieren in Gruppen die notwendigen Bestandteile des Projektvorhabens und führen diese in der Präsentation zusammen, sie erstellen die Werbemittel für die Präsentationsveranstaltung und dokumentieren das Projekt in Texten, Fotografien und Filmen.

Literatur :

- Lund, Cornelia / Lund, Holger: Audio.Visual - On Visual Music and Related Media. Stuttgart: Arnoldsche Verlagsanstalt, 2009.
- Jan Wagner: Visual Music, Masterarbeit Hochschule Offenburg, 2014

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 10 von 95

Verwendbarkeit des Moduls	MuK (Master) Vertiefungsmodul in der Studienrichtung Mediengestaltung
Empfohlene Vorkenntnisse	M+I712 <ul style="list-style-type: none"> Gestaltungskompetenz, Bereitschaft zur Aneignung neuer Soft- und Hardware und zur interdisziplinären praktischen Arbeit im Team. M+I713 <ul style="list-style-type: none"> Gestaltungskompetenz, Bereitschaft zur Aneignung neuer Soft- und Hardware und zur interdisziplinären praktischen Arbeit im Team.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	M+I712 <ul style="list-style-type: none"> HA (Hausarbeit) M+I713 <ul style="list-style-type: none"> PA (Praktische Arbeit)
Lernziele und Kompetenzen	<p>MODULZIELE</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden erlangen folgende Kompetenzen in folgenden Tätigkeiten: Sie kennen und benennen die unterschiedlichen Hervorbringungen von visueller Musik im historischen und zeitgenössischen Kontext, sie konzipieren selbständig im Teamwork ein Werk der visuellen Musik, sie entwickeln und gestalten visuelle Ereignisse und Sounds als Grundlage von Projection-Mapping und Life-Performance, sie erwerben Fähigkeiten und Fertigkeiten im Umgang mit speziellen Computerprogrammen und technischen Vorrichtungen für die Real-Time-Produktion im Studio oder Open Air, sie planen und organisieren selbstständig die Produktion und Präsentation einer audiovisuellen Life-Performance, sie gestalten und produzieren in Gruppen die notwendigen Bestandteile des Projektvorhabens und führen diese in der Präsentation zusammen, sie erstellen die Werbemittel für die Präsentationsveranstaltung und dokumentieren das Projekt in Texten, Fotografien und Filmen. <p>LERNINHALTE</p> <ul style="list-style-type: none"> Visual Music und Vjing Geschichte der Visuellen Musik Gestaltungstechniken von Projection Mapping und audiovisueller Performance Gestaltungstechniken für die Life-/Realtime-Präsentation Gestaltungstechniken für die Interaktion des Publikums Bezug Bildende Kunst: Formen der Abstraktion Bezug Populärkultur: Orte von Ereignissen

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

- Bausteine: Bild-Syntax, -Semantik und -Rhetorik
- Brainstorming, Konzeption, Planung, Gestaltung, Organisation, Produktion, Präsentation und Dokumentation einer audiovisuellen Life-Performance

METHODIK

- Forschendes Lernen und Gestalten:
Zuhören und Verstehen, Anwenden und Analysieren,
Zusammenführen und Beurteilen, selbständige Planung und Gestaltung, Gruppenarbeit, Teamwork.

Leistungspunkte und
Noten

Prüfung/Präsentation; zwei künstlerisch-wissenschaftliche Arbeiten,
jeweils 1/2 der Note

Prüfung Konzeption Visuelle Musik			
zugeordnet zu: Modul MuK-02 Visual Music (Projection Mapp Audiovisuelle Performance)			
Prüfungsnummer:	1020	Prüfungsform:	Hausarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Produktion Visuelle Musik			
zugeordnet zu: Modul MuK-02 Visual Music (Projection Mapp Audiovisuelle Performance)			
Prüfungsnummer:	1025	Prüfungsform:	Hausarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-03 Cross Media Publishing			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. phil. Ralf Lankau	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1-3	Kontaktzeit (h):	60
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	240
Lehrform:	Seminar	SWS:	4.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	1030	Konzeption Crossmedia/Print
	1035	Produktion Crossmedia/Print

Lehrveranstaltungen

M+I714 Konzeption Crossmedia/Print
 Veranstaltungsart: Seminar
 SWS: 2.0
 Lerninhalt: LERNINHALTE

- Mediale Kommunikation und -rezeption
- Mediengeschichte im Wandel (analog/digital)
- Gestaltungsstrategien und -sprachen
- Cross-Inter-Transmedia im Diskurs

LERNZIELE

- Die Studierenden setzen sich intensiv mit der sich ändernden Medienlandschaft auseinander, lernen Medien zu analysieren und die medienspezifischen Inhalte und Kommunikationsstrategien zu reflektieren und für eigene Konzepte und Produktionen zu nutzen.
- Ziel ist eine durch Analyse, Reflexion und eigene Produktion mehrschichtige und qualifizierte Medienkompetenz für Medienschaffende.

Literatur :

- Christian Jakubetz (2008) Crossmedia
- Christiane Plank (2011) Public Relations - crossmedial: Potentiale nutzen - Ein Praxisratgeber
- Bernd Kracke (2001) Crossmedia-Strategien. Dialog über alle Medien
- Niklas Mahrtdt (20011) Crossmedia: Werbekampagnen Erfolgreich Planen und Umsetzen
- Ira Melaschuk et. al. (2015) Web to Publish - Web to Media: Wege crossmedialer Medienproduktion
- Lankau (2007) Lehrbuch Mediengestaltung

- Maria Holzmann () Realisierung crossmedialer Synergien durch integrierte Redaktionsstrukturen in regionalen Tageszeitungsverlagen; Hrg. v. Prof. Christof Seeger, HdM, Stuttgart, Stuttgarter Schriften zur empirischen Medien- und Kommunikationsforschung Bd. 4 https://www.hdm-stuttgart.de/ppm/forschung/publikationen/SeMK_crossmedialeSynergien_070714.pdf

Weitere Literatur wird im Seminar besprochen/ergänzt.

M+I715

Produktion Crossmedia/Print

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Crossmediale Medienproduktion (Konzept und Praxis)
- Medienkommunikation, -produktion und -rezeption am Bsp. eigener Projekte
- Gestaltungsstrategien, -sprachen/ Varianten am Bsp.
- Zukunft Cross-Inter-Transmedia?

LERNZIELE

- Gestalterisches und wissenschaftliches Arbeiten; forschendes Lernen (Zuhören und Verstehen, Anwenden und Analysieren, Zusammenführen und Beurteilen, Diskutieren und Argumentieren usw.)
- Die Studierenden halten kurze Impulsreferate (ca. 10 Minuten) und ein ausgearbeitetes Referat pro Seminar und stellen regelmäßig ihre Projektskizzen und Entwürfe zur Diskussion
- Es werden crossmediale Projekte als Einzel- oder Gruppenarbeit entwickelt, vollständig umgesetzt, regelmäßig besprochen sowie dokumentiert.

Literatur :

- Christian Jakubetz (2008) Crossmedia
- Christiane Plank (2011) Public Relations - crossmedial: Potentiale nutzen - Ein Praxisratgeber
- Bernd Kracke (2001) Crossmedia-Strategien. Dialog über alle Medien
- Niklas Mahrtdt (2011) Crossmedia: Werbekampagnen Erfolgreich Planen und Umsetzen
- Ira Melaschuk et. al. (2015) Web to Publish - Web to Media: Wege crossmedialer Medienproduktion
- Lankau (2007) Lehrbuch Mediengestaltung
- Madeleine Jacqueline Faas (2012) Crossmedia - „nice-to-have“ oder ein heutiges „must“ in der Werbebranche? (Thesis Pforzheim)

Weitere Literatur wird im Seminar besprochen/ergänzt.

Verwendbarkeit des Moduls

MuK Master

Vertiefungsmodul in der Studienrichtung Mediengestaltung

Empfohlene Vorkenntnisse

Qualifizierte Grundkenntnisse der Medienproduktion Print/Screen

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Künstlerisch-wissenschaftliche Arbeiten zu Themen aus dem crossmedialen Spektrum, Präsentation von Entwürfen und Prototypen eigener Entwürfe, intensive Beteiligung an den Diskursen im Seminar.

Lernziele und Kompetenzen

MODULZIELE

- Die Studierenden erlangen die Kompetenzen zur Konzeption, Gestaltung und Produktion von crossmedialen, inter- und transmedialen Medien sowie zur Entwicklung von zielgruppengerechten Kommunikationskonzepten und anwendungsgerechten analogen und digitalen Medien. Sie entwickeln Kenntnisse der begleitenden Analyse von und Reflexion über Medieninhalte und Kommunikationsformen und zur Medienwirkung und -rezeption am Beispiel externer und selbst entwickelter Medien.

LERNINHALTE

- Recherche nach und Analyse von cross-, inter- und transmedialen Medienprojekten im Wandel der Zeit (analog/digital)
- Konzeption zielgruppengerechter Medien /-Ästhetik
- Entwurfsstrategien und Projektmanagement
- crossmediale Konzeption, Produktion, Distribution
- begleitende Reflexion über Medienwirkung und sich verändernde Medienmärkte/Rezeptionsstrukturen

METHODIK

- Gestalterisches und wissenschaftliches Arbeiten; forschendes Lernen (Zuhören und Verstehen, Anwenden und Analysieren, Zusammenführen und Beurteilen, Diskutieren und Argumentieren usw.)
- Die Studierenden halten kurze Impulsreferate (ca. 10 Minuten) und ein ausgearbeitetes Referat pro Seminar. Sie stellen regelmäßig ihre Projektskizzen und Entwürfe zur Diskussion und beteiligen sich aktiv.
- Es werden crossmediale Projekte als Einzel- oder Gruppenarbeit entwickelt, vollständig umgesetzt, regelmäßig reflektiert sowie dokumentiert.

Leistungspunkte und Noten

Prüfung/Präsentation; zwei künstlerisch-wissenschaftliche Arbeiten, jeweils 1/2 der Note

Prüfung Konzeption Crossmedia/Print			
zugeordnet zu: Modul MuK-03 Cross Media Publishing			
Prüfungsnummer:	1030	Prüfungsform:	künstlerisch-wissensch. A
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 15 von 95

Prüfung Produktion Crossmedia/Print

zugeordnet zu: Modul MuK-03 Cross Media Publishing

Prüfungsnummer:	1035	Prüfungsform:	künstlerisch-wissensch. A
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-04 Dokumentarfilm/Videojournalismus			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Robert Gücker & Prof. Sabine Burg	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1-3	Kontaktzeit (h):	60
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	240
Lehrform:	Seminar/Vorlesung/Praxis	SWS:	4.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (SS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	1040	Konzeption Dokumentarfilm/Videojournalismus
	1045	Produktion Dokumentarfilm/Videojournalismus

Lehrveranstaltungen

M+I716 Konzeption Dokumentarfilm/Videojournalismus

Veranstaltungsart: Vorlesung/Übung

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Storytelling
- Recherche
- Treatment, Storyboard und Exposee
- Journalistische Darstellungsformen
- Feldforschung
- Interviewführung
- Künstlerischer Blick und Haltung
- Dokumentarfilm und Wirklichkeit

LERNZIELE

- Finden und Bewerten von Themen und Nachrichten
 - Schreiben von Treatments
 - Verfassen von journalistischen Formaten
 - Recherchieren aktueller und historischer Themen
 - Interview in unterschiedlichen Situationen führen
 - Dreharbeiten in unterschiedlichen Situationen und mit unterschiedlichen Intentionen führen können
- Literatur :
- Thomas Schadt - Das Gefühl des Augenblicks: Zur Dramaturgie des Dokumentarfilms. Bergisch Gladbach 2002
 - Daniel Moj & Martin Ordloff. Fernsehjournalismus. 2. Völlig überarb. Aufl. Konstanz 2016
 - Edmund Ballhaus (Hg.) Dokumentarfilm. Schulen - Projekte - Konzepte. Berlin 2013

- Heiko Raschke. Szenische Auflösung. Wie man sich eine Filmszene erarbeitet. Konstanz 2013

M+I717

Produktion Dokumentarfilm/Videojournalismus

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Journalisten vor der Kamera
- Dreharbeiten
- Montage und Postproduktion
- Texten und Sprachaufnahme
- Autoren und Inhalte: Curriculum Animae
- Künstlerischer Blick und Haltung
- Dokumentarfilm und Wirklichkeit

LERNZIELE

- Auftreten vor und hinter der Kamera
- Auskosten und Aushalten von Dreharbeiten
- Texten von journalistischen Formaten
- Montage journalistischer Formate
- Aufspüren der Atmosphäre/Wirklichkeit beim Dreh und im Schnittraum
- Seine Themen finden
- Causa finalis der künstlerischen Arbeit
- Thomas Schadt - Das Gefühl des Augenblicks: Zur Dramaturgie des Dokumentarfilms. Bergisch Gladbach 2002
- Daniel Moj & Martin Ordloff. Fernsehjournalismus. 2. völlig überarb. Aufl. Konstanz 2016
- Edmund Ballhaus (Hg.) Dokumentarfilm. Schulen - Projekte - Konzepte. Berlin 2013
- Heiko Raschke. Szenische Auflösung. Wie man sich eine Filmszene erarbeitet. Konstanz 2013

Literatur :

Verwendbarkeit des Moduls

MuK Master

Vertiefungsmodul in der Studienrichtung Mediengestaltung

Empfohlene Vorkenntnisse

Qualifizierte Grundkenntnisse in digitalen Techniken der Medienproduktion

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Prüfung/Präsentation KWA: Künstlerisch-Wissenschaftliche Arbeit, jeweils 1/2

- Konzeption: Input zu Themen um die Produktion von journalistischen Formaten und die regelmäßige Präsentation des Fortschritts der Umsetzung der geplanten Arbeiten, Abgabe der fertigen Treatments
- Produktion: Regelmäßige Präsentation des Fortschritts der Umsetzung der geplanten Arbeiten, Abgabe der fertigen Produktionen

Lernziele und
Kompetenzen

MODULZIELE

- Die Studierenden erlangen folgende Kompetenzen in folgenden Tätigkeiten:
Sie benennen und erkennen die unterschiedlichen filmischen Realitäten im Dokumentarfilm, sie können angesichts unterschiedlicher Bedingungen auf die Menschen zugehen und Interviews führen. Die Studierenden recherchieren in unterschiedlichsten Kontexten Hintergründe und Zusammenhänge des dokumentarischen Vorhabens. Sie organisieren selbstständig Dreharbeiten.
Die Studierenden texten und montieren verschiedene journalistische Formate in der Postproduktion.

LERNINHALTE

- Recherche
- Treatment, Storyboard und Exposee
- Journalistische Darstellungsformen
- Feldforschung
- Interviewführung
- Künstlerischer Blick und Haltung
- Dokumentarfilm und Wirklichkeit
- Journalisten vor der Kamera
- Dreharbeiten
- Montage und Postproduktion
- Texten und Sprachaufnahme
- Autoren und Inhalte: Curriculum Animae

METHODIK

- Forschendes Lernen: Zuhören und Verstehen, Anwenden und Analysieren, Zusammenführen und Beurteilen.
- Feldforschung, Interviews, qualitative Methoden anwenden,
- Gruppenarbeit, Lehrvortrag, Filmanalyse, Rollenspiel.

Prüfung Konzeption Dokumentarfilm/Videojournalismus

zugeordnet zu: Modul MuK-04 Dokumentarfilm/Videojournalismus

Prüfungsnummer:	1040	Prüfungsform:	künstlerisch-wissensch. A
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 19 von 95

Prüfung Produktion Dokumentarfilm/Videojournalismus

zugeordnet zu: Modul MuK-04 Dokumentarfilm/Videojournalismus

Prüfungsnummer:	1045	Prüfungsform:	künstlerisch-wissensch. A
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-05 Kurzspielfilm			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Heiner Behring	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1-3	Kontaktzeit (h):	60
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	240
Lehrform:	Seminar/Vorlesung/Praxis	SWS:	4.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	1050	Konzeption Kurzspielfilm
	1055	Produktion Kurzspielfilm

Lehrveranstaltungen

M+I718 Konzeption Kurzspielfilm
 Veranstaltungsart: Vorlesung/Übung
 SWS: 2.0
 Lerninhalt: LERNINHALTE

- Ideenfindung
- Recherche
- Exposé
- Drehbuch
- Figurenzeichnung
- Charakterentwicklung
- Dramaturgie / Handlungsverlauf
- Dialoge
- Endfertigung des Drehbuchs
- Produktionsvorbereitungen
- Equipment / Technik
- Kalkulation
- Location-Suche
- Casting
- Finanzierung

LERNZIELE

- Ein guter Film erfordert gute Grundlagen, sowohl im Schreiben des Drehbuchs als auch in den Produktionsvorbereitungen. Von den Studierenden wird erwartet, dass sie Inhalte, Botschaften und Haltungen in ihren Filmen audiovisuell ausdrücken können: In der Form der Filme artikulieren sich ihre Inhalte. Die Studierenden lernen, ihre Geschichten in einem Drehbuch zu formulieren,

dass sie ihren Filmvorstellungen gemäß in der Produktionsphase umsetzen. Die Arbeit am Drehbuch ist ein wesentlicher Schritt für einen guten und funktionierenden Film. Darüber hinaus ist die eine gute Produktionsplanung essentiell für das Gelingen eines Films. Hier lernen die Studierenden sowohl die organisatorischen Notwendigkeiten einer Filmproduktion zu bewältigen als auch seine Finanzierung auf sichere Beine zu stellen.

Literatur :

- Aristoteles, Poetik, Reclam, 1994
- Bertolt Brecht: Schriften zum Theater, Suhrkamp, 1969
- Françoise Truffaut: Mr. Hitchcock, wie haben Sie das gemacht?, Heyne, 2003
- Volker Klotz, Geschlossene und offene Form im Drama, Hanser, 1960
- Peter Rabenalt: Filmdramaturgie, Alexander Verlag, 2011
- Dennis Eick: Drehbuchtheorien. Eine vergleichende Analyse, UVK Verlagsgesellschaft mbH 2006
- Jens Eder. Die Figur im Film. Grundlagen der Figurenanalyse, Schüren, 2008
- Richard Blank, Alles auf Anfang. Abschied von der klassischen Dramaturgie, Alexander Verlag, 2011
- Jens Becker, Figuren und Charaktere, Vistas, 2012
- David Howard, Drehbuch Handwerk. Technik und Grundlagen, Emons, 1995

M+I719

Produktion Kurzspielfilm

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Produktionsplanung
- Produktionsabläufe
- Technik und Crew
- Drehplanung: Locations und Schauspieler
- Dreharbeiten
- Nachdreh
- Finanzkontrolle
- Postproduktion: Schnitt, Sound, Musik, Grading, Titel, VFX
- Vermarktung

LERNZIELE

Literatur :

- Die Studierenden lernen in Eigenverantwortung und Gruppenarbeit ihre selbstverfassten Drehbücher zu produzieren, von den Dreharbeiten über die Postproduktion bis hin zur Abschlusspräsentation und Vermarktung auf Filmfestivals.
- Werner van Appeldorn: „Handbuch der Film- und Fernsehproduktion. Psychologie-Gestaltung-Technik“. München: 2. überarbeitete Auflage, 1988
- Jane Barnwell, Filmproduktion, Stiebner, 2009

Verwendbarkeit des Moduls

MuK Master

Vertiefungsmodul in der Studienrichtung Mediengestaltung

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 22 von 95

Empfohlene Vorkenntnisse	M+I718
	Erfahrungen im Verfassen eines Drehbuchs und in der Produktion von narrativen Filmstoffen
	M+I719
	Erfahrungen in der Produktion von narrativen Filmstoffen

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfung/Präsentation; zwei künstlerisch-wissenschaftliche Arbeiten, jeweils 1/2 der Note
--	--

Lernziele und Kompetenzen

MODULZIELE

- Von den Studierenden wird erwartet, dass sie Inhalte, Botschaften und Haltungen in ihren Filmen audiovisuell ausdrücken können: In der Form der Filme artikulieren sich ihre Inhalte. Die Studierenden lernen, ihre Geschichten in einem Drehbuch zu formulieren, das sie ihren Filmvorstellungen gemäß in der Produktionsphase umsetzen. Die Arbeit am Drehbuch ist ein wesentlicher Schritt für einen guten und funktionierenden Film. Darüber hinaus ist eine gute Produktionsplanung essentiell für das Gelingen eines Films. Hier lernen die Studierenden sowohl die organisatorischen Notwendigkeiten einer Filmproduktion zu bewältigen als auch seine Finanzierung auf sichere Beine zu stellen. In der Produktion und Postproduktion der Filme lernen die Studierenden, ihre Geschichten audiovisuell umzusetzen. Es gilt das Credo: Ein gut gemachter Film ist noch kein guter Film.

LERNINHALTE

- Ideenfindung
- Recherche
- Exposé
- Drehbuch
- Figurenzeichnung
- Charakterentwicklung
- Dramaturgie / Handlungsverlauf
- Dialoge
- Endfertigung des Drehbuchs
- Produktionsvorbereitungen
- Equipment / Technik
- Kalkulation
- Location-Suche
- Casting
- Finanzierung
- Produktionsplanung
- Produktionsabläufe
- Technik und Crew
- Drehplanung: Locations und Schauspieler
- Dreharbeiten
- Nachdrehs

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

- Finanzkontrolle
- Postproduktion: Schnitt, Sound, Musik, Grading, Titel, VFX
- Vermarktung

METHODIK

- Forschendes Lernen und Gestalten: Zuhören und Verstehen, Anwenden und Analysieren, Zusammenführen und Beurteilen, selbständige Planung und Gestaltung, Gruppenarbeit, Teamwork.

Leistungspunkte und Noten

zwei künstlerisch-wissenschaftliche Arbeiten, jeweils 1/2 der Note

Prüfung Konzeption Kurzspielfilm			
zugeordnet zu: Modul MuK-05 Kurzspielfilm			
Prüfungsnummer:	1050	Prüfungsform:	Hausarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Produktion Kurzspielfilm			
zugeordnet zu: Modul MuK-05 Kurzspielfilm			
Prüfungsnummer:	1055	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-06 Intermediale Gestaltung			
Modulverantwortlicher:		Prof. Daniel Fetzner	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1-3	Kontaktzeit (h):	60
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	240
Lehrform:	Seminar/Labor	SWS:	4.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (SS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	1060	Konzeption Intermediale Gestaltung
	1065	Produktion Intermediale Gestaltung

Lehrveranstaltungen

M+I720 Konzeption Intermediale Gestaltung

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Theorie der Intermedialität
- Informationsästhetik und -architektur
- Visualisierungs- und Gestaltungsstrategien
- Ästhetiken der Hybridisierung
- Montageverfahren und Szenografie
- Embodimenttheorien und Performance
- Interaktions- und Interfacedesign
- Multimodalität und Intermedialität

LERNZIELE

- Bewusstsein für die Montage verschiedener Medien
 - Sensibilisierung für intermediale Verfahren in Kunst, Wissenschaft und Alltagsmedien
 - Entscheidungsvermögen zur Wahl adäquater Medienkanäle
 - Skills zur Erstellung von intermedialen Webdokumentationen
 - Verfassen von Konzeptskizzen und Fähigkeiten zur Präsentation
- Literatur :
- Gunter Grimm und Klaus Bogdal. Einführung in die Intermedialität. Darmstadt 2014
 - Volker Dörr und Tobias Kurwinkel (Hg.). Intertextualität, Intermedialität, Transmedialität. Würzburg 2014
 - Jörg Helbig (Hg.) Intermedialität: Theorie und Praxis. London 2009
 - Joachim Peach und Jens Schröter. Intermedialität - Analog und Digital. Paderborn 2007

M+I721

Produktion Intermediale Gestaltung

Veranstaltungsart: Seminar/Labor

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Stimme-Text, Blick-Bild und Körper-Raumbeziehungen
- Informationsästhetik und -architektur
- Visualisierungs- und Gestaltungsstrategien
- Ästhetiken der Hybridisierung
- Montageverfahren und Szenografie
- Embodimenttheorien und Performance
- Interaktions- und Interfacedesign
- Multimodalität und Intermedialität

LERNZIELE

- Bewusstsein für die Montage verschiedener Medien
 - Sensibilisierung für intermediale Verfahren in Kunst, Wissenschaft und Alltagsmedien
 - Entscheidungsvermögen zur Wahl adäquater Medienkanäle
 - Skills zur Erstellung von intermedialen Webdokumentationen
 - Fähigkeiten zur Präsentation sowie zur Kontextualisierung der eigenen Arbeit
- Literatur :
- Gunter Grimm und Klaus Bogdal. Einführung in die Intermedialität. Darmstadt 2014
 - Volker Dörr und Tobias Kurwinkel (Hg.). Intertextualität, Intermedialität, Transmedialität. Würzburg 2014
 - Jörg Helbig (Hg.) Intermedialität: Theorie und Praxis. London 2009
 - Joachim Peach und Jens Schröter. Intermedialität - Analog und Digital. Paderborn 2007

Verwendbarkeit des Moduls

MuK Master

Vertiefungsmodul in der Studienrichtung Mediengestaltung

Empfohlene Vorkenntnisse

- Gestalterische Fähigkeiten und Fertigkeiten
- Qualifizierte Grundkenntnisse in digitalen Techniken der Medienproduktion

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Hausarbeit: Konzept und Prototyp (Konzeption)

- Referate zu Themen um die Produktion von intermedialen Formaten und die regelmäßige Präsentation des Fortschritts der Umsetzung der geplanten Arbeiten, Abgabe eines fertigen Prototyps

Praktische Arbeit (Umsetzung)

- Regelmäßige Zwischenpräsentationen, Präsentation der fertigen Produktionen

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Lernziele und
Kompetenzen

MODULZIELE

- Bewusstsein für die Montage verschiedener Medien
- Sensibilisierung für intermediale Verfahren in Kunst, Wissenschaft und Alltagsmedien
- Entwicklung eines kritischen Bewusstseins für intermediale Ausdrucksformate und deren historische Bezüge
- Entscheidungsvermögen zur Wahl adäquater Medienkanäle
- Skills zur Erstellung von intermedialen Webdokumentationen
- Verfassen von intermedialen Konzeptskizzen
- Fähigkeiten zur Präsentation sowie zur Kontextualisierung der eigenen Arbeit im Hinblick auf intermediale Bezüge

LERNINHALTE

- Theorie der Intermedialität
- Technische Medien und Denken
- Medienphilosophische Reflektionen
- Informationsästhetik und -architektur
- Visualisierungs- und Gestaltungsstrategien
- Medienethnografie
- Ästhetiken der Hybridisierung
- Montageverfahren und Szenografie
- Embodimenttheorien und Performance
- Stimme-Text, Blick-Bild und Körper-Raumbeziehungen
- Interaktions- und Interfacedesign
- Multimodalität und Intermedialität

METHODIK

- Forschendes Lernen
- Reflection in Action
- Anwendung qualitativer Methoden
- Gruppenarbeit

Leistungspunkte und
Noten

Prüfung/Präsentation; zwei künstlerisch-wissenschaftliche Arbeiten,
jeweils 1/2 der Note

Prüfung Konzeption Intermediale Gestaltung			
zugeordnet zu: Modul MuK-06 Intermediale Gestaltung			
Prüfungsnummer:	1060	Prüfungsform:	Hausarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 27 von 95

Prüfung Produktion Intermediale Gestaltung

zugeordnet zu: Modul MuK-06 Intermediale Gestaltung

Prüfungsnummer:	1065	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-07 Digitale Bildwelten			
Modulverantwortlicher:		Prof. Sabine Hirtes	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1-3	Kontaktzeit (h):	60
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	240
Lehrform:	Vorlesung/Seminar	SWS:	4.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (SS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	1070	Konzeption Digitale Bilderwelten
	1075	Produktion Digitale Bilderwelten

Lehrveranstaltungen

M+I722

Konzeption Digitale Bildwelten

Veranstaltungsart: Vorlesung/Übung

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Analyse professioneller Produktionen aus den Bereichen Film, Games und Simulation in Hinblick auf Design, technische Umsetzung und Usability
- Einsatzmöglichkeiten digitaler Technologien in der Medienproduktion
- Digital versus Analog, was eignet sich wann

LERNZIELE

- Die Studierenden setzen sich intensiv mit der digitalen Produktion von Medien und deren Umsetzung auseinander und stellen die Ergebnisse in regelmäßigen Abständen vor und damit zur Diskussion
- Ziel ist es durch die praktische Arbeit und Auseinandersetzung mit verschiedenen Techniken und Workflows die bestmöglichen Umsetzungen zu finden

Literatur :

- Jeffrey A. Okun - The VES Handbook of Visual Effects: Industry Standard VFX Practices and Procedures
- Hannes Rall (2015) - Animationsfilm Konzept und Produktion
- Jim Blascovich - Infinite Reality: The Hidden Blueprint of Our Virtual Lives
- Farhan Qureshi (2015): VFX and CG Survival Guide for Producers and Filmmakers
- Rama Venkatasawmy (2012) The Digitization of Cinematic Visual Effects: Hollywood's Coming of Age

- Gundolf S. Freyermuth (2015) - Games I Game Design I Game Studies: Eine Einführung
- Alle William Gibson und Neal Stephenson Romane, Tad Williams, Orson Scott Card etc.
- Jedes Making Of, das zu finden ist

M+I723

Produktion Digitale Bildwelten

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Analyse professioneller Produktionen aus den Bereichen Film, Games und Simulation in Hinblick auf Design, technische Umsetzung und Usability
- Einsatzmöglichkeiten digitaler Technologien in der Medienproduktion
- Digital versus Analog, was eignet sich wann

LERNZIELE

- Die Studierenden setzen sich intensiv mit der digitalen Produktion von Medien und deren Umsetzung auseinander und stellen die Ergebnisse in regelmäßigen Abständen vor und damit zur Diskussion
 - Ziel ist es durch die praktische Arbeit und Auseinandersetzung mit verschiedenen Techniken und Workflows die bestmöglichen Umsetzungen zu finden
- Literatur :
- Jeffrey A. Okun - The VES Handbook of Visual Effects: Industry Standard VFX Practices and Procedures
 - Hannes Rall (2015) - Animationsfilm Konzept und Produktion
 - Jim Blascovich - Infinite Reality: The Hidden Blueprint of Our Virtual Lives
 - Farhan Qureshi (2015): VFX and CG Survival Guide for Producers and Filmmakers
 - Rama Venkatasawmy (2012) The Digitization of Cinematic Visual Effects: Hollywood's Coming of Age
 - Gundolf S. Freyermuth (2015) - Games I Game Design I Game Studies: Eine Einführung
 - Alle William Gibson und Neal Stephenson Romane, Tad Williams, Orson Scott Card etc.
 - Jedes Making Of, das zu finden ist

Studiengangsschwerpunkte

Das Modul "Digitale Bildwelten" setzt sich aus den beiden Teilen "Konzeption" und "Produktion" zusammen, die im besten Fall aufeinander aufbauen. Die Studierenden sollen in kleinen Gruppen digitale Produktionen aus den Bereichen VFX, Animation, Games, Simulation etc. im ersten Teil des Moduls konzipieren, planen und vorbereiten, um sie dann im 2. Teil termingerecht umsetzen zu können. Begleitend werden im Seminar unterschiedlichste Produktionen vorgestellt und deren Produktionsweise und Gestaltung besprochen.

Verwendbarkeit des Moduls

MuK Master

Vertiefungsmodul in der Studienrichtung Mediengestaltung

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 30 von 95

Empfohlene
Vorkenntnisse

Qualifizierte Grundkenntnisse in digitalen Techniken der
Medienproduktion

Voraussetzungen
für die Vergabe von
Leistungspunkten

Hausarbeit (Konzeption)

- Referate zu Themen um die digitale Produktion von Medien als auch regelmäßige Präsentation des Fortschritts der Umsetzung der geplanten Arbeiten

Praktische Arbeit (Umsetzung)

- Referate zu Themen um die digitale Produktion von Medien als auch regelmäßige Präsentation des Fortschritts der Umsetzung der geplanten Arbeiten

Lernziele und
Kompetenzen

MODULZIELE

- Die Studierenden erwerben Kompetenzen zur Entwicklung von kreativen Ideen und deren praktischer Umsetzung im Team mit digitalen Technologien. Die Umsetzung können Vfx für Film, 3D Animation, VR, Augmented Reality und Mischformen sowohl im künstlerischen als auch angewandten Bereich sein.

LERNINHALTE

- Überblick der digitalen Tools, Software und Workflows
- Produktionsplanung von der Idee bis zum fertigen Produkt, Zeit- und Kostenmanagement
- Analyse professioneller Produktionen aus den Bereichen Film, Games und Simulation in Hinblick auf Design, technische Umsetzung und Usability
- Einsatzmöglichkeiten digitaler Technologien in der Medienproduktion
- Digital versus Analog, was eignet sich wann

METHODIK

- Eine Kombination aus der Vermittlung und kritischen Auseinandersetzung mit digitalen Tools und deren Anwendung als auch der praktischen Umsetzung in Teams. Gerne auch in Kombination mit anderen Studienrichtungen.

Leistungspunkte und
Noten

Prüfung/Präsentation; zwei künstlerisch-wissenschaftliche Arbeiten,
jeweils 1/2 der Note

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 31 von 95

Prüfung Konzeption Digitale Bilderwelten

zugeordnet zu: Modul MuK-07 Digitale Bildwelten

Prüfungsnummer:	1070	Prüfungsform:	Hausarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Produktion Digitale Bilderwelten

zugeordnet zu: Modul MuK-07 Digitale Bildwelten

Prüfungsnummer:	1075	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 32 von 95

Studienrichtung Vertiefungsbereich Innovation, Marketing und Management

Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	30.0	SWS:	0.0

MuK-08	Innovation
MuK-09	Marketing
MuK-10	Unternehmensgründung in der digitalen Wirtschaft
MuK-11	Internationale Corporate Governance

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-08 Innovation			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Ute Rohbock	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1-3	Kontaktzeit (h):	90
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	210
Lehrform:	Seminar/Labor	SWS:	6.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (SS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	2010	Think New
	2015	Labor Think New
	2016	Innovationsprozessmanagement

Lehrveranstaltungen

M+I707

Think New

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Bildung von Innovationsteams, Erhalt der Aufgabenstellung, Problemanalyse, Definition des Projektziels mit Erstellung eines Projektplanes, Entwicklung konzeptioneller Grundideen, Entwicklung von Konzeptionen oder Prototypen, Entwicklung einer Präsentationsstrategie, Vorstellung der Problemlösung, Feedback

LERNZIELE

- Die Studierenden lernen Erfolg versprechende Innovationsprozesse praxisnah zu initiieren und zu durchlaufen. Sie lernen zudem innovative Problemlösungen für die Unternehmenspraxis zu generieren.

Literatur : Die aktuelle Literaturliste wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Auszug aus der Literaturliste:

- Bergmann, G./Daub, J. (2008): Systemisches Innovations- und Kompetenzmanagement: Grundlagen, Prozesse, Perspektiven, 2. Aufl., Wiesbaden 2008
- Gassmann, O./Sutter, P. (2013): Praxiswissen Innovationsmanagement: Von der Idee zum Markterfolg, München 2013

- Rohbock, U./Jagoda, M. (2009): Kreativität im Management, in: Werner, H.-U./Lankau, R. (Hrsg.): Massenmedien und Kommunikation: Medien, Kreativität, Interdisziplinarität, Siegen 2009, S. 136-144
- Stern, Th./Jaberg, H. (2010): Erfolgreiches Innovationsmanagement: Erfolgsfaktoren, Grundmuster, Fallbeispiele, 4. Aufl., Wiesbaden 2010

M+I707

Think New

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: Bildung von Innovationsteams, Erhalt der Aufgabenstellung, Problemanalyse, Definition des Projektziels mit Erstellung eines Projektplanes, Entwicklung konzeptioneller Grundideen, Entwicklung von Konzeptionen oder Prototypen, Entwicklung einer Präsentationsstrategie, Vorstellung der Problemlösung, Feedback
 Literatur : Die aktuelle Literaturliste wird in der Vorlesung bekannt gegeben. Auszug aus der Literaturliste:

Bergmann, G./Daub, J. (2008): Systemisches Innovations- und Kompetenzmanagement: Grundlagen, Prozesse, Perspektiven, 2. Aufl., Wiesbaden 2008

Gassmann, O./Sutter, P. (2013): Praxiswissen Innovationsmanagement: Von der Idee zum Markterfolg, München 2013

Rohbock, U./Jagoda, M. (2009): Kreativität im Management, in: Werner, H.-U./Lankau, R. (Hrsg.): Massenmedien und Kommunikation: Medien, Kreativität, Interdisziplinarität, Siegen 2009, S. 136-144

Stern, Th./Jaberg, H. (2010): Erfolgreiches Innovationsmanagement: Erfolgsfaktoren, Grundmuster, Fallbeispiele, 4. Aufl., Wiesbaden 2010

M+I724

Labor Think New

Veranstaltungsart: Labor

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Diese Laborveranstaltung versteht sich als Think Tank. Parallel zum Seminar Think New werden Ideen unter Einsatz von Kreativitätstechniken und -methoden für unternehmerische Problemstellungen entwickelt und bewertet.

LERNZIELE

Literatur : innovative Ideen für konkrete Problemstellung zu entwickeln. Die aktuelle Literaturliste wird in der Vorlesung bekannt gegeben. Auszug aus der Literaturliste:

- Fink, D./Hartmann, M. (2009): Das Missing-Link-Prinzip: Schließen Sie die Lücke zwischen Strategie und Umsetzung, München 2009
- Fleig, J. (2009): Freiräume für Kreativität und Ideen, Financial Times Deutschland, online Ausgabe www.ftd.de 2009
- Sutton, R. I./Schmidt, T. (2008): Der Querdenker-Faktor mit unkonventionellen Ideen zum Erfolg, München 2008

M+I725

Innovationsprozessmanagement

Veranstaltungsart: Vorlesung

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

Die Lehrveranstaltung besteht aus theoretischen sowie praktischen Anteilen. Die jeweiligen theoretischen Inhalte werden in Gruppenarbeit durch die Studierenden bearbeitet und vertieft. Dabei stehen die folgenden Themen im Zentrum:

- Allgemeine Begriffe und Bedeutungen
- Vision, Strategie und Kultur im Unternehmen
- Innovationsprozesse, Widerstände und Rollen
- Marketingmanagement im Innovationsprozess
- Kreativität und Kreativitätstechniken

Im Anschluss an die theoretischen Inhalte wird der Innovationsprozess mittels Führung und Coaching von MI Studierenden bei der Ausarbeitung einer innovativen Problemlösung mit Bezug zur Unternehmenspraxis durchlaufen.

LERNZIELE

Im Rahmen der Veranstaltung wird grundlegendes Wissen über Innovationsmanagement und Kreativität vermittelt, das für die Initiation und die Gestaltung von Innovationsprozessen notwendig ist. Folgende Lernziele/Kompetenzen werden gemeinsam mit den Studierenden erarbeitet:

- Innovation, Innovationsmanagement sowie Innovationsprozesse kennen,
- deren Konzepte, Zielsetzungen und Einsatzmöglichkeiten verstehen
- und dieses Verständnis für beispielhafte Problemstellungen anwenden können.

Die Studierenden sollen theoretische Grundlagen zum Thema Innovationsprozessmanagement erlernen. Hierzu werden das Innovationsmanagement sowie Innovationsprozesse in den Mittelpunkt gestellt. Es werden verschiedene Prozessmodelle integriert, sodass theoriebasierte Sachverhalte auf verschiedene Praxisanwendungen transferiert und angepasst werden können.

Literatur : Im Folgenden ein Auszug aus der Literaturliste:

Bergmann/Daub (2008); Bergmann, G./Daub, J.: Systemisches Innovations- und Kompetenzmanagement: Grundlagen, Prozesse, Perspektiven, 2. Auflage, Wiesbaden 2008

Gassmann/Sutter (2013); Gassmann, O./Sutter, P.: Praxiswissen Innovationsmanagement: Von der Idee zum Markterfolg, 3. Auflage, München 2013

Hauschildt/Kock/Salomo/Schultz (2016); Hauschildt, J./Kock, A./Salomo, S./Schultz, C.: Innovationsmanagement, 6. Auflage, München 2016

Stern/Jaberg (2010); Stern, Th./Jaberg, H.: Erfolgreiches Innovationsmanagement: Erfolgsfaktoren - Grundmuster - Fallbeispiele, 4. Auflage, Wiesbaden 2010

Die aktuelle Literaturliste wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Verwendbarkeit des Moduls

MuK Master

Vertiefungsmodul in der Studienrichtung Innovation, Marketing und Management

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 36 von 95

Empfohlene
Vorkenntnisse

Innovationsprozess-Management, Projektmanagement

Voraussetzungen
für die Vergabe von
Leistungspunkten

M+I707

- Praktische Arbeit (PA), jeweils 1/3

M+I724

- Labor (LA)(benotet), jeweils 1/3

M+I725

- Klausur (K60), jeweils 1/3

Lernziele und
Kompetenzen

MODULZIELE

- Die Studierenden lernen die Charakteristik von Innovationsmanagement und Kreativität kennen, die für die Initiation und Gestaltung von Innovationsprozessen erforderlich ist. Darüber hinaus lernen die Studierenden aktuelle Entwicklungen im Markt durch Medienforschung kennen. Die Studierenden erlangen einen Zugang zur eigenen Kreativität und die Kompetenz, die persönliche Kreativität zu steigern, in Innovationsteams einzubringen und innovative Problem-lösungen für die Praxis zu entwickeln.

LERNINHALTE

- Auf der Basis von praktischen Problemstellungen entwickeln die Studierenden innovative Problemlösungen in Form von Konzepten, Prototypen oder Methoden. Sie lernen Kreativitätstechniken einzusetzen und Innovationsprozesse strukturiert und zielorientiert zu durchlaufen.

METHODIK

- Arbeit im Team zur Erarbeitung gemeinsamer Lösungen für die Problemstellungen.
- Die Studierenden arbeiten aktiv und selbstständig an den einzelnen Aufgaben. In der Auseinander-setzung mit anderen lernen sie, ihre eigenen Ideen gut zu begründen sowie fremde Perspektiven zu verstehen.
- Einsatz von Kreativitätstechniken und -methoden bei der Erarbeitung von Problemlösungen
- Die eigene Vorgehensweise und das eigene Denken wird in einer Nachbesprechung reflektiert.

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 37 von 95

Prüfung Think New

zugeordnet zu: Modul MuK-08 Innovation

Prüfungsnummer:	2010	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Labor Think New

zugeordnet zu: Modul MuK-08 Innovation

Prüfungsnummer:	2015	Prüfungsform:	Laborarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Innovationsprozessmanagement

zugeordnet zu: Modul MuK-08 Innovation

Prüfungsnummer:	2016	Prüfungsform:	Klausur 60
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-09 Marketing			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Christopher Zerres	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1-3	Kontaktzeit (h):	120
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	180
Lehrform:	Vorlesung/Seminar	SWS:	8.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	2020	Operatives Online-Marketing / Social Media Marketing
	2025	Marketing-Controlling
	2026	Unternehmenskommunikation

Lehrveranstaltungen

M+I514

Unternehmenskommunikation

Veranstaltungsart: Vorlesung

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Einführung (Grundlagen der Unternehmenskommunikation)
- Planung der Unternehmenskommunikation
- Strategien der Unternehmenskommunikation
- Instrumente der Unternehmenskommunikation
- Kontrolle der Unternehmenskommunikation

LERNZIELE

- Überblick zum Gegenstand der Unternehmenskommunikation und wichtiger Konzepte
- Darstellung des Kommunikationsplanungsprozesses
- Vorstellung der verschiedenen Entwicklungsstufen einer Kommunikationsstrategie
- Vermittlung eines Überblicks über die Kommunikationsinstrumente
- Klärung der Aufgaben eines Kommunikationscontrollings
- Bruhn, M. (2015): Kommunikationspolitik, 8. Aufl., München.
- Bruhn, M., Esch, F.-R., Langner, T. (2009): Handbuch Kommunikation, Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Fuchs, W., Unger, F. (2014): Management der Marketing-Kommunikation, 5. Auflage, Springer Gabler Verlag, Wiesbaden.

Literatur :

M+I726

Operatives Online-Marketing

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 39 von 95

Veranstaltungsart: Seminar
 SWS: 2.0
 Lerninhalt: ACHTUNG: VERANSTALTUNG AUF 20 TEILNEHMER BEGRENZT

LERNINHALTE

- Grundlagen und operative Einsatzfelder im Online-Marketing

LERNZIELE

- Kennenlernen wesentlicher Aspekte des Online-Marketing
- Überblick über aktuelle Herausforderungen und Lösungsansätze des operativen Online-Marketing

Literatur :

- Kreutzer, R. (2018): Praxisorientiertes Online-Marketing, 3. Aufl., Springer Gabler Verlag.
- Lammenett, E. (2015): Praxiswissen Online-Marketing, Springer Gabler Verlag.

M+I727

Operatives Social Media Marketing

Veranstaltungsart: Seminar
 SWS: 2.0
 Lerninhalt: LERNINHALTE

- Operative Einsatzfelder in Social Media (u. a. Recruitment, Marktforschung, Influencer Marketing, Kundenservice)

LERNZIELE

- Kennenlernen wesentlicher Aspekte des Social Media Marketing
- Überblick über aktuelle Herausforderungen und Lösungsansätze des operativen Social Media Marketing

Literatur :

- Van Looy, A. (2016): Social Media Management, Springer Verlag.
- Kreutzer, R. (2018): Praxisorientiertes Online-Marketing, 3. Aufl., Springer Gabler Verlag.

M+I728

Marketing-Controlling

Veranstaltungsart: Seminar
 SWS: 2.0
 Lerninhalt: LERNINHALTE

- Übersicht strategisches und operatives Marketing
- Einführung in das Marketing-Controlling
- Instrumente des operativen Marketing-Controlling
- Instrumente des strategischen Marketing-Controlling

LERNZIELE

- Kennenlernen wesentlicher Aspekte des strategischen und operativen Marketing
- Überblick über das strategische und operative Marketing-Controlling mit einem Fokus auf die wichtigsten Instrumente

Literatur :

- Zerres, C. / Zerres, M. (2006): Handbuch Marketing-Controlling, 3. Aufl., Springer Verlag, Berlin.
- Reinecke, S. / Janz, S. (2007): Marketing-controlling, Kohlhammer Verlag, Stuttgart.

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

- Reinecke, S. / Tomczak, T. (2006): Handbuch Marketing-Controlling, Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Rust, R.T., Ambler, T., Carpenter, G.S., Kumar, V., Srivastava, R.K. (2004): Measuring Marketing Productivity: Current Knowledge and Future Directions, in: Journal of Marketing, Vol. 68 (October 2004), 76-89.
- Sheth, J.N., Sisodia, R.S. (2002): Marketing productivity. Issues and analysis, in: Journal of Business Research, Vol. 55 (2002), 349-362.

Verwendbarkeit des Moduls

MuK

Vertiefungsmodul in der Studienrichtung Innovation, Marketing und Management

Empfohlene Vorkenntnisse

- Grundlagen des Marketing
- Grundlagen des Online-Marketing
- grundlegende Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

M+I 726 & M+I 727

- 60 Min Referat (RE) (beide Kurse zusammen)

M+I 728

- 30 Min Referat (RE) + mündliche Prüfung (M)

M+I 514

- 45 Min Referat (RE)

Lernziele und Kompetenzen

MODULZIELE

Im Rahmen des Moduls lernen die Studierenden die wesentlichen Elemente:

- eines operativen Online-Marketing,
- der Unternehmenskommunikation und
- des Marketing-Controlling kennen.

Studierenden werden in die Lage versetzt, Strategien und Instrumente der genannten Fachgebiete anzuwenden und den Erfolg dieser zu kontrollieren.

LERNINHALTE

- Unternehmenskommunikation
- Online-Marketing
- Marketing-Controlling

METHODIK

- Kombination aus Vorlesung und Seminar

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Leistungspunkte und
Noten

Prüfung/Präsentation; drei künstlerisch-wissenschaftliche Arbeiten,
jeweils 1/3 der Note

Prüfung Operatives Online-Marketing / Social Media Marketing

zugeordnet zu: Modul MuK-09 Marketing

Prüfungsnummer:	2020	Prüfungsform:	Referat
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Marketing-Controlling

zugeordnet zu: Modul MuK-09 Marketing

Prüfungsnummer:	2025	Prüfungsform:	Referat & mündl. L.
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Unternehmenskommunikation

zugeordnet zu: Modul MuK-09 Marketing

Prüfungsnummer:	2026	Prüfungsform:	Referat
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-10 Unternehmensgründung in der digitalen Wirtschaft			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Frank Habann	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1-3	Kontaktzeit (h):	90
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	210
Lehrform:	Seminar	SWS:	6.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	2030	Make-or-Buy-Entscheidungen
	2035	Marktorientiertes Management von Medienunternehmen
	2036	Unternehmensgründungs-Lab

Lehrveranstaltungen

M+I729 Make-or-Buy-Entscheidungen
 Veranstaltungsart: Seminar
 SWS: 2.0
 Lerninhalt: LERNINHALTE

- Anwendung theoretisch fundierter Analyseinstrumente zur Bewertung der Vorteilhaftigkeit der internen Verortung versus Auslagerung (outsourcing) der Aktivitäten in Medienunternehmen

LERNZIELE

- Kompetenzen für die Entscheidung zwischen der Auslagerung von Aktivitäten an Spezialisten und dem Aufbau dauerhafter unternehmensinterner Kompetenzen
 - Anwendung theoretischer Bewertungskonzepte in praktischen Managementsituationen der Medienpraxis
- Literatur :
- Benkenstein, M.; Steiner, S.; Spiegel, T.: Die Wertkette in Dienstleistungsunternehmen, in: Bruhn, M.; Stauss, B.: Wertschöpfungsprozesse bei Dienstleistungen, Gabler 2007
 - Gläser, M.: Medienmanagement, 3. Aufl., Vahlen 2014.
 - Habann, F.: Kernressourcenmanagement in Medienunternehmen, Eul 1999
 - Koch, W. Zur Wertschöpfungstiefe von Unternehmen, Gabler 2006.

M+I730 Unternehmensgründungs-Lab
 Veranstaltungsart: Seminar
 SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

Anwendung theoretisch fundierter Analyseinstrumente, die die Entwicklung und Umsetzung von neuen Geschäftsideen auf eine wissenschaftliche Basis stellen

Erarbeitung folgender Fragestellungen:

- Welche Elemente umfasst das Geschäftsmodell einer Unternehmensidee?
- Wie kann ich die Befragung potenzieller Kunden in das Geschäftsmodell einbringen und wie wird diese empirische Untersuchung methodisch durchgeführt und ausgewertet?
- Was beinhaltet der konkrete Businessplan für meine Idee?

LERNZIELE

- Kompetenz zur eigenständigen Entwicklung wirtschaftlich nachhaltiger neuer Unternehmens-/Geschäftsideen mit Bezug zur digitalen Medienökonomie

Literatur :

- Bernd W. Wirtz: Medien-und Internetmanagement Gabler, 8. Aufl. 2013
- Heribert Meffert et al.: Marketing, 12. Aufl. Gabler 2014
- Tobias Kollmann: E-Entrepreneurship, Springer Gabler, 6. Aufl. 2016

M+I751

Marktorientiertes Management von Medienunternehmen

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Marktorientierte strategische Unternehmensplanung
- Durchführung einer Konkurrenzanalyse
- Aufdeckung von Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken der Unternehmensumwelt, einschließlich der Ableitung von Folgerungen daraus
- Marktsegmentierung und Erarbeitung einer spezifischen Marketingstrategie
- Umsetzung der Strategie anhand der vier operativen Marketinginstrumente

LERNZIELE

- Die obigen Inhalte können auf ein Medienunternehmen bewertend angewandt werden.

- Empfehlungen für dieses Unternehmen, basierend auf der oben skizzierten Analyse, können entwickelt werden

Literatur :

- Meffert, H. / Burmann, C. / Kirchgeorg, M.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 12.Aufl. Gabler 2014
- Weitere themenbezogene Lit. wird in der Veranstaltung genannt

Verwendbarkeit des Moduls

MuK Master

Vertiefungsmodul in der Studienrichtung Innovation, Marketing und Management

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 44 von 95

Empfohlene
Vorkenntnisse

Grundlagen der BWL und der Medien-BWL.

Voraussetzungen
für die Vergabe von
Leistungspunkten

M+I729

- Hausarbeit (HA)

M+I730

- Hausarbeit & Referat

M+I751

- Hausarbeit

Lernziele und
Kompetenzen

MODULZIELE

- Die Studierenden erwerben Kompetenzen zur eigenständigen Entwicklung wirtschaftlich nachhaltiger Unternehmens-/ Geschäftsideen mit Bezug zur digitalen Medienökonomie sowie deren Positionierung im Markt.
- Sie lernen externe Entwicklungen, z.B. neue Technologien sowie Kundenpräferenzen und Konkurrenzangebote systematisch zu berücksichtigen.

LERNINHALTE

- Theoretisch fundierte Analyseinstrumente zur Bewertung der Vorteilhaftigkeit der internen Verortung versus Auslagerung (outsourcing) der Aktivitäten in Medienunternehmen sowie zur Entwicklung und Umsetzung von neuen Geschäftsideen.
- Marktorientierte strategische Unternehmensplanung, Durch-führung einer Konkurrenzanalyse, Aufdeckung von Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken des Unternehmens, einschließlich der Ableitung von Folgerungen daraus.
- Marktsegmentierung und Erarbeitung einer spezifischen Marketingstrategie sowie kritische Bewertung der Strategie-umsetzung anhand der vier operativen Marketinginstrumente in einem konkreten Medienunternehmen.

METHODIK

- Eine Kombination aus der Vermittlung und kritischen Diskussion von Analyseinstrumenten mit BWL-Bezug und ihrer Anwendung auf die Praxis der Medienökonomie.
- Somit werden Bewertungs- und Transferkompetenzen unter Einbeziehung von Gruppenprozessen gefördert.

Leistungspunkte und
Noten

Hausarbeit/Präsentation; drei künstlerisch-wissenschaftliche Arbeiten, jeweils 1/3 der Note

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 45 von 95

Prüfung Make-or-Buy-Entscheidungen

zugeordnet zu: Modul MuK-10 Unternehmensgründung in der digitalen Wirtschaft

Prüfungsnummer:	2030	Prüfungsform:	Hausarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Marktorientiertes Management von Medienunternehmen

zugeordnet zu: Modul MuK-10 Unternehmensgründung in der digitalen Wirtschaft

Prüfungsnummer:	2035	Prüfungsform:	Hausarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Unternehmensgründungs-Lab

zugeordnet zu: Modul MuK-10 Unternehmensgründung in der digitalen Wirtschaft

Prüfungsnummer:	2036	Prüfungsform:	Hausarbeit & Referat
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-11 Internationale Corporate Governance			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. rer. soc. HSG Dirk Drechsler	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1, 2, 3	Kontaktzeit (h):	60
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	240
Lehrform:	Seminar	SWS:	4.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (SS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	2040	Aktuelle Themen der Corporate Governance
	2045	Globales Risiko- und Sicherheitsmanagement

Lehrveranstaltungen

M+I731 Aktuelle Themen der Corporate Governance

Veranstaltungsart: Seminar - yes
 SWS: 2.0
 Lerninhalt: LERNINHALTE

- Critical Thinking Skills - Entwicklung effektiver Analysefähigkeiten und Argumente
- Einführung: Umfang und Natur der Corporate Governance, Eigentum und Kontrolle, Vorstand und Aufsichtsrat, Stakeholder, Mergers und Private Equity, Kommunikation und Offenlegung.
- Aktuelle und permanente Herausforderungen der internationalen Corporate Governance (Themenliste).

LERNZIELE

- Kennenlernen der Corporate Governance Systematik
 - Verstehen der Konzepte, Zielsetzungen und Anwendungsmöglichkeiten.
 - Anwendung der Kenntnisse an konkreten Fallstudien.
 - Analyse konkreter Fallstudien mit entsprechenden Themenstellungen.
- Literatur :
- Küng, Hans et al.; Manifest Globales Wirtschaftsethos; Konsequenzen und Herausforderungen für die Weltwirtschaft; dtv; 2010.
 - Küng, Hans; Anständig Wirtschaften, Warum Ökonomie Moral braucht; Piper; 2010.
 - WEF (Ed.); Risk Report 2018; WEF; Geneva; 2018.
 - Schwab, Klaus et al.; Shaping the Fourth Industrial Revolution; WEF; Geneva; 2018.
 - <https://www.unglobalcompact.org/>

- <https://www.weforum.org/agenda/archive/artificial-intelligence-and-robotics>
- Tegmark, Max; Life 3.0, Being Human in the Age of Artificial Intelligence; Allen Lane; 2017.

M+I732

Globales Risiko- und Sicherheitsmanagement

Veranstaltungsart: Seminar - yes

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Critical Thinking Skills - Entwicklung effektiver Analysefähigkeiten und Argumente
- Einführung: Risiko- und Sicherheitsmanagement als Teil der unternehmerischen Governance; Unternehmerische Komplexität vs. Standards; Risiko, Sicherheit und Gesellschaft.
- Aktuelle und permanente Herausforderungen des globalen Risiko- und Sicherheitsmanagements (Themenliste).

Literatur : Pflichtliteratur (vor dem Kurs zu lesen!):

- Cottrell, Stella; Critical Thinking Skills; 2nd Ed.; Palgrave Study Skills; Palgrave; 2011.

Auszug aus der Literaturliste (kursbegleitend zu lesen!):

- Beck, Ulrich; Weltrisikogesellschaft. Auf der Suche nach der verlorenen Sicherheit; Suhrkamp; 2008.
- Beck, Ulrich; Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne; 22. Auflage; Suhrkamp; 2015.
- Brenkert, George C.; Beauchamp, Tom L. (Ed.); The Oxford Handbook of Business Ethics; Oxford University Press; 2012.
- Kaplan, Robert D.; The Revenge of Geography; Random House; 2013.
- Marshall, Tim; Prisoners of Geography; Elliott and Thompson Ltd; 2016.
- McLaughlin, Eugene; Newburn, Tim (Ed.); The Sage Handbook of Criminological Theory; Sage; 2010.
- Popitz, Heinrich; Phänomene der Macht; 2., stark erw. Auflage; Mohr Siebeck; 2004.
- Van Slyke, Shanna et al. (Ed.); The Oxford Handbook of White Collar Crime; Oxford University Press; 2016.
- Artikel mit spezifischem Bezug zum globalen Risiko- und Sicherheitsmanagement.

Studiengangsschwerpunkte

- 1) Aktuelle Themen der Corporate Governance
- 2) Globales Risiko- und Sicherheitsmanagement

Verwendbarkeit des Moduls

VERWENDBARKEIT

- MuK (Master); ENITS (Master)

STATUS

- MuK Master - Vertiefungsmodul in der Studienrichtung Innovation, Marketing und Management

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Empfohlene Vorkenntnisse

- Grundlegende Kenntnisse der Betriebswirtschaftslehre, die in einem Bachelor-Studium erworben wurden
- Bereitschaft zum intensiven Literaturstudium

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

M+I 731
Referate (RE: 45 Minuten) und mündliche Prüfungen (M)

M+I 732
Referate (RE: 45 Minuten) und mündliche Prüfungen (M)

Lernziele und Kompetenzen

MODULZIELE

- Die Studierenden erarbeiten sich spezifische Fachkenntnisse auf den Gebieten der globalen Corporate Governance, sowie des globalen Risiko- und Sicherheitsmanagements. Dadurch lernen sie, sich mit den Herausforderungen und Rahmenbedingungen einer internationalen Geschäftstätigkeit angemessen auseinanderzusetzen.

LERNINHALTE

- Die beiden Seminare behandeln sowohl aktuelle und permanente Probleme der unternehmerischen Governance als auch Lösungsansätze. Die kritische Reflektion steht im Mittelpunkt der Analysen.

METHODIK

- Forschendes Lernen: Zuhören und Verstehen, Anwenden und Analysieren, Zusammenführen und Beurteilen.
- Die Studierenden werden mit kritischen Denkansätzen konfrontiert, um das eigene Handeln stärker reflektieren zu können.

Leistungspunkte und Noten

Mündliche Prüfung (M; 50% der Note) und Referat (RE; 50% der Note)

Prüfung Aktuelle Themen der Corporate Governance			
zugeordnet zu: Modul MuK-11 Internationale Corporate Governance			
Prüfungsnummer:	2040	Prüfungsform:	Referat & mündl. L.
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 49 von 95

Prüfung Globales Risiko- und Sicherheitsmanagement

zugeordnet zu: Modul MuK-11 Internationale Corporate Governance

Prüfungsnummer:	2045	Prüfungsform:	Referat & mündl. L.
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 50 von 95

Studienrichtung Vertiefungsbereich IT: Interaktion in vernetzten Welten

Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	30.0	SWS:	0.0

MuK-12	Multimedia im Web
MuK-13	Ambient Intelligence
MuK-14	Human Computer Interaction
MuK-15	Data Analytics
MuK-16	IT-Projekt

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-12 Multimedia im Web			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Volker Sänger	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1-3	Kontaktzeit (h):	90
Moduldauer (Semester):	1	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	210
Lehrform:	Vorlesung	SWS:	6.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen 3010 Next Generation Internet / Multimedia Databases / Anonymity and Surveillance

Lehrveranstaltungen

M+I501 Next Generation Internet
 Veranstaltungsart: Vorlesung
 SWS: 2.0
 Lerninhalt:

- Aktuelle und zukünftige Entwicklungen der Internet-Architektur
- IPv6
- Content Distribution over the Internet
- Multimedia im Internet

 Literatur : Eine aktuelle Literaturliste wird in der Vorlesung bekanntgegeben.

M+I504 Multimedia Databases
 Veranstaltungsart: Vorlesung
 SWS: 2.0
 Lerninhalt: LERNINHALTE

- Goals and principles of Multimedia Databases
- Meta Data, Features, Segmentation, Query Types, Similarity
- Image Databases, Content Based Retrieval, Semantic Gap, Deep Learning, Data Structures, Images in Oracle
- Audio Databases, Music Retrieval, Shazam, Audio in Oracle
- Video Databases, Video Features, Data Structures, Netflix, Video in Oracle
- Text Databases
- All Types of Media in one Database

LERNZIELE

- Multimediale Webapplikationen als Gesamtsystem verstehen, verwenden, konzipieren und aufbauen können

- Literatur :
- L. Dunckley: Multimedia Databases - An Object-Relational Approach , Addison Wesley, 2003
 - A. Del Bimbo: Visual Information Retrieval, Morgan Kaufmann, 2001
 - O. Marques, B. Furht: Content Based Image and Video Retrieval, Kluwer Academic Publishers, 2002
 - S. Santini: Exploratory Image Databases - Content Based Retrieval, Academic Press, 2001
 - I. Schmitt: Ähnlichkeitssuche in Multimedia-Datenbanken, Oldenburg Verlag, 2006
 - Blanken, H.M.; de Vries, A.P.; Blok, H.E.; Feng, L. (Eds.): Multimedia Retrieval, Springer-Verlag, 2007 (ebook: <http://www.springer.com/computer/database+management+information+retrieval/book/978-3-540-72894-8>)
 - S. Rüger: Multimedia Information Retrieval. Morgan & Claypool, 2010
 - D.G. Lowe: Distinctive Image Features from Scale-Invariant Keypoints, International Journal of Computer Vision, 60, 2, pp. 91-110, 2004
 - R. Datta, D. Joshi, J. Li, and J. Z. Wang: Image Retrieval: Ideas, Influences, and Trends of the New Age. In ACM Computing Surveys, Vol. 40, No. 2, Article 5, 2008
 - A. Wang: An Industrial-Strength Audio Search Algorithm. In ISMIR Proceedings, Baltimore 2003
 - J. Sivic and A. Zisserman: Efficient Visual Search for Objects in Videos. Proceedings of the IEEE, Vol. 96, pp. 548-566, 2008
 - R. Baeza-Yates and B. Ribeiro-Neto: Modern Information Retrieval - the concepts and technology behind search. ACM Press, 2. Edition, 2011

M+I807**Anonymity and Surveillance**

Veranstaltungsart: Vorlesung

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Anonymität, Pseudonymität, Privacy
- Digitales Mixen, Overlay-Netzwerke
- TOR und andere Anonymisierungsdienste
- Off-the-Record Messaging, Remailer-Systeme
- Digitale Selbstverteidigung

LERNZIELE

- Definition grundlegender Konzepte der Anonymität und Abgrenzung zu verwandten Konzepten
- Alternative Forschungsthemen für ein die Privatsphäre respektierendes Internet kennen und bewerten können
- Funktionen von Anonymisierungsdiensten und benutzte Protokolle kennen und in der Praxis einsetzen können
- Das aktuelle Internet im Hinblick auf die Überwachung, Anonymität und Privatsphäre bewerten und neue Ansätze und Entwicklungen kennen und einordnen können.

Literatur : Die aktuelle Literaturliste wird in der Vorlesung bekannt gegeben. Grundlagen und Anregungen finden sich u.a. in:

- TOR-Projekt (<https://www.torproject.org>)
- Jens Kubieziel: Anonym im Netz; Open Source Press; 2007

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

- Bäumler/v.Mutius (Hrsg.): Anonymität im Internet; Vieweg; 2003
- Electronic Frontier Foundation: Surveillance Self-Defense; (<https://ssd.eff.org/>)
- Bruce Schneier: Applied cryptography. protocols, algorithms, and source code in C; John Wiley & Sons; 2015

Verwendbarkeit des Moduls

VERWENDBARKEIT

- MuK (Master)
- CME (Master)
- ENITS (Master)

STATUS

- MuK Master - Vertiefungsmodul in der Studienrichtung IT: Interaktion in vernetzten Welten

Empfohlene Vorkenntnisse

- Grundlagen Informatik, Kenntnisse Computernetze, speziell aktuelle Internetprotokolle
- Kenntnisse relationaler und objektrelationaler Datenbanken.
- SQL Programmierung.
- Programmierkenntnisse z.B. in Java.
- UML und Entity-Relationship Modellierung
- Grundlagen Computernetze beherrschen
- Protokolle der Internetwelt kennen
- Grundkenntnisse von Protokollen
- Authentifizierungsmechanismen in Netzwerken
- Eigenmotivation für Studium und Mitarbeit
- Bereitschaft eigene Ideen einzubringen
- Selbstständiges Arbeiten
- Eigenarbeit um Wissen und Können zu verbessern, auch als Vorbereitung für die Prüfungsleistung
- Beherrschen der englischen Sprache

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

M+I 501, M+I 504 und M+I 807

- Modulprüfung K120

Lernziele und Kompetenzen

MODULZIELE

- Die Studierenden lernen multimediale Webapplikationen als Gesamtsystem verstehen, verwenden, konzipieren und aufbauen zu können.
- Sie lernen zukunftsweisende Konzepte für die Benutzerschnittstelle sowie für die gesicherte Datenübertragung und -speicherung kennen und einsetzen zu können.

LERNINHALTE

- Siehe Lehrveranstaltungen

METHODIK

- Zuhören und Verstehen, Anwenden (konzeptionell und am Rechner) und Analysieren, Zusammenführen und Beurteilen.

Leistungspunkte und
Noten

**Prüfung Next Generation Internet / Multimedia Databases /
Anonymity and Surveillance**

zugeordnet zu: Modul MuK-12 Multimedia im Web

Prüfungs- nummer:	3010	Prüfungsform:	Klausur 120
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-13 Ambient Intelligence			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Oliver Korn	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1-3	Kontaktzeit (h):	60
Moduldauer (Semester):	1	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	240
Lehrform:	Seminar/Vorlesung/Praxis	SWS:	4.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (SS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	3020	Ubiquitous Applications
	3025	Kontextbewusste Systeme

Lehrveranstaltungen

M+I412

Ubiquitous Applications

Veranstaltungsart: Vorlesung/Übung

SWS: 2.0

Lerninhalt: LEARNING CONTENT

- Introduction and basic concepts
- Processors and OS
- Input and output
- Communication between processors
- Sensors and actuators
- Just-in-Time services and applications
- Introduction to smartphone APIs (e.g. Android, Phonegap, etc.), software architecture, frameworks, and installation
- Program examples for GPS, sensors, Web interfaces, databases, user interfaces
- Self-guided practical development of a prototype using e.g. a smartphone (100 hours)
- Project work development

LEARNING GOALS

- To know and differentiate the Ubiquitous Applications particularities in comparison with Internet applications
- To specify, design, realize and develop Ubiquitous Applications
- Weiser, Mark. The Computer for the 21st Century. In ACM SIGMOBILE Mobile Computing and Communications Review - Special issue dedicated to Mark Weiser. Volume 3 Issue 3, July 1999, pp 3-11.

Literatur :

- Varun Nagpal. *Android Sensor Programming by Example: Take your Android applications to the next level of interactivity by exploring the wide variety of Android sensors.* Packt Publishing. 2016.
- Ammar Rayes, Salam Samer. *Internet of Things From Hype to Reality: The Road to Digitization.* Springer Verlag. 2017.

M+I733**Kontextbewusste Systeme**

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

Von der Türe im Supermarkt bis zum Handy sind wir umgeben von allgegenwärtigen Systemen (ubiquitous systems), die zum Beispiel Ort, Bewegungen aber auch Emotionen wahrnehmen können. Im Seminar diskutieren wir solche Systeme: von der historischen Entwicklung über die Gegenwart bis zur aktuellen und zukünftigen Forschung.

- Einführung: Dimensionen von Kontext
- Erkennung von Standort und Umweltfaktoren
- Bewegungserkennung mit und ohne Marker
- Methoden der nutzerzentrierten Adaption
- Methoden der Emotionserkennung
- Eigene Team-Projektarbeit mit Referat (optional)

LERNZIELE

- Menschen als Ergebnis ihrer sensorischen und kognitiven Fähigkeiten verstehen
 - Kenntnis von Geschichte und zukünftigen Anwendungspotenzialen kontextbewusster Systeme in verschiedenen Domänen (z. B. Gesundheit, Industrie)
 - Arbeiten mit englischsprachigen wissenschaftlichen Texten
 - Gruppenreferat (optional)
 - Weiser, M. (1999). The computer for the 21st century. *SIGMOBILE Mob. Comput. Commun. Rev.*, 3(3), 3-11.
 - Schmidt, A., Beigl, M., & Gellersen, H. (1998). There is more to Context than Location. *Computers and Graphics*, 23, 893-901.
 - Chang, Y.-J., Chang, W. C., & Wang, T.-Y. (2009). Context-aware prompting to transition autonomously through vocational tasks for individuals with cognitive impairments. In *ASSETS '09 Proceedings of the 11th international ACM SIGACCESS conference on Computers and accessibility*. ACM Press.
 - Kanjo, E., Al-Husain, L., & Chamberlain, A. (2015). Emotions in context: examining pervasive affective sensing systems, applications, and analyses. *Personal and Ubiquitous Computing*, 19(7), 1197-1212.
 - Korn, O., Funk, M., & Schmidt, A. (2015). Assistive Systems for the Workplace: Towards Context-Aware Assistance. In L. B. Theng (Ed.), *Assistive Technologies for Physical and Cognitive Disabilities*, 121-133. IGI Global.
- Literatur :

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 57 von 95

Vertiefungsmodul in der Studienrichtung IT: Interaktion in vernetzten Welten

Empfohlene Vorkenntnisse

- Grundlegende Kenntnisse des Bereichs Human Computer Interaction, die in einem Bachelor-Studium erworben wurden.
- Object oriented programming in a programming language like Java or Objective C
- HTML programming with PHP scripting
- Database design and SQL basic knowledge

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

M+I412

- 1 Klausur (K60),
- 1 praktische Arbeit (PA),

M+I733

- 1 mündliche Prüfung (M),
- 1 Hausarbeit (HA)

Lernziele und Kompetenzen

MODULZIELE

- Kenntnis von Geschichte und zukünftigen Anwendungspotenzialen kontextbewusster Systeme in verschiedenen Domänen (z. B. Gesundheit, Industrie)
- Fähigkeit zur prototypischen Realisierung ubiquitärer Softwaresysteme
- Arbeiten mit englischsprachigen wissenschaftlichen Texten

LERNINHALTE

- Dimensionen von Kontext
- Erkennung von Standort, Umweltfaktoren und Bewegung
- Methoden der nutzerzentrierten Adaption und der Emotionserkennung
- Hardwarestrukturen ubiquitärer Systeme, z. B. Sensoren und Aktuatoren, Prozessoren und Betriebssysteme
- Programmierung mit PHP und Java oder Objective C
- Smartphone APIs, z. B. Sensoren wie GPS

METHODIK

- Präsentationen zu Fachthemen
- Projektarbeit in Gruppen
- Prototypische Softwareentwicklung

Leistungspunkte und Noten

K60 + PA: 1/2 der Note

M + HA: 1/2 der Note

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 58 von 95

Prüfung Ubiquitous Applications

zugeordnet zu: Modul MuK-13 Ambient Intelligence

Prüfungsnummer:	3020	Prüfungsform:	Klausur & PA 60
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Kontextbewusste Systeme

zugeordnet zu: Modul MuK-13 Ambient Intelligence

Prüfungsnummer:	3025	Prüfungsform:	Hausarbeit&mündl.Leistung 60
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-14 Human Computer Interaction			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Oliver Korn	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1-3	Kontaktzeit (h):	90
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	210
Lehrform:	Seminar	SWS:	6.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (SS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	3030	Perspektiven der HCI
	3035	HCI Studien Seminar
	3036	HCI in Computerspielen

Lehrveranstaltungen

M+I734	Perspektiven der HCI
	Veranstaltungsart: Seminar
	SWS: 2.0
	Lerninhalt: LERNINHALTE

Die Veranstaltung bietet einen Überblick des breiten Themenspektrums der Human Computer Interaction.

- Einführung: Relevante Institutionen und Konferenzen in HCI
- Grundlagen der Wahrnehmung und Kognition
- Modelle der Interaktion
- Implizite Interaktion und Affective Computing
- Ergonomie, Usability und User Experience
- Designregeln und -heuristiken
- Agile und nutzerzentrierte Entwicklungsverfahren

LERNZIELE

- Vertieftes Überblickswissen zu Methoden und Inhalten der Human Computer Interaction, z. B. im Bereich Usability
- Menschen als Ergebnis ihrer sensorischen und kognitiven Fähigkeiten verstehen und Anwendungen menschenzentriert designen und entwickeln
- Arbeiten mit englischsprachigen wissenschaftlichen Texten
- Thema in Gruppe präsentieren, Ausarbeitung nach wissenschaftlicher Methodik verfassen

- Literatur :
- Shneiderman, B. (2016). Encounters with HCI Pioneers: A Personal Photo Journal. *Interactions*, 23(2), 54-57. <http://doi.org/10.1145/2886009>
 - Shneiderman, B. (1998). *Designing the User Interface*, 3rd Ed., Addison Wesley
 - Nielsen, J. (1995). 10 Heuristics for User Interface Design: Article. <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>
 - Schmidt, A., Kranz, M., & Holleis, P. (2005). Interacting with the Ubiquitous Computer: Towards Embedding Interaction. In *Proceedings of the 2005 Joint Conference on Smart Objects and Ambient Intelligence: Innovative Context-aware Services: Usages and Technologies*, 147-152. New York, NY, USA: ACM.
 - Korn, O., Funk, M., Abele, S., Hörz, T., & Schmidt, A. (2014). Context-aware Assistive Systems at the Workplace: Analyzing the Effects of Projection and Gamification. In *PETRA '14 Proceedings of the 7th International Conference on Pervasive Technologies Related to Assistive Environments*, 38:1-38:8. New York, NY, USA: ACM. <http://doi.org/10.1145/2674396.2674406>
 - Picard, R. W. (1997). *Affective Computing*. Cambridge, MA, USA: MIT Press.

M+I735**HCI Studien Seminar**

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

Im Tandem mit „Perspektiven der HCI“ bietet dieses Seminar einen Einblick in die Methoden für HCI Nutzerstudien.

- Einführung, Wiederholung: Empirische Forschung in der HCI
- Qualitative und quantitative Methoden
- Diary Studies und Fokusgruppen
- Fragebögen zu Usability, Akzeptanz und Taskload
- Quantitative Verfahren I: Task Completion Time (TCT) und Error Rate (ER)
- Quantitative Verfahren II: Physiologische Messungen

LERNZIELE

- Vertieftes Wissen zu empirischen Methoden der Human Computer Interaction, z. B. im Bereich Usability
- Kompetenz, eigenständig qualitative und quantitative Daten für Studien zu erheben und auszuwerten
- Beschreibung eines Experiments / einer Studie nach wissenschaftlicher Methodik

Literatur :

- Field, A. & Hole, G. (2003). *How to Design and Report Experiments*. Sage Publications.
- Colosi, L (1997) *The Layman's Guide to Social Research Methods*, <http://www.socialresearchmethods.net/>
- Coyne, K. P., & Nielsen, J. (2001). *How to conduct usability evaluations for accessibility: methodology guidelines for testing websites and intranets with users who use assistive technology*. Fremont, CA: Nielsen Norman Group.
- Hassenzahl, M., Burmester, M., & Koller, F. (2008). *Der User Experience (UX) auf der Spur. Zum Einsatz von www.attrakdiff.de*. In H. Brau, S. Diefenbach, M. Hassenzahl, F. Koller, M. Peissner,

- & K. Röse (Eds.), Usability Professionals 2008, 78-82. Stuttgart: Fraunhofer IRB Verlag.
- Hertzum, M. (2016). A Usability Test is Not an Interview. *Interactions*, 23(2), 82-84.
- Schmidt, A. (2015). Biosignals in Human-computer Interaction. *Interactions*, 23(1), 76-79.

M+I736**HCI in Computerspielen**

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

Neben Tastatur und Maus werden in Games zunehmend neue Steuerungsparadigmen über VR oder Motion Tracking eingesetzt. Auf Basis bestehender Games diskutieren wir in interdisziplinären Teams die Auswirkungen auf das Gamedesign. Zudem entwickeln wir Prototypen oder Mock-ups eigener Spielkonzepte.

- Einführung: Gaming und HCI
- Wiederholung: Modelle der Interaktion; empirische Studien durchführen und auswerten
- Methoden in Game Studies
- Interaktionsmethoden in Games analysieren und bewerten
- Prototyp eines eigenen spielerischen Interaktionskonzepts implementieren und testen

LERNZIELE

Literatur :

- Vertieftes Wissen zu Methoden und Inhalten der Game Studies, z. B. im Bereich Motivationsmessung
- Arbeiten mit englischsprachigen wissenschaftlichen Texten
- Prototypische Softwareimplementierung, v.a. in C# / Unity 3D
- Thema in Gruppe präsentieren, Ausarbeitung nach wissenschaftlicher Methodik verfassen
- Field, A. & Hole, G. (2003). *How to Design and Report Experiments*. Sage Publications.
- Hassenzahl, M., Burmester, M., & Koller, F. (2008). Der User Experience (UX) auf der Spur. Zum Einsatz von www.attrakdiff.de. In H. Brau, S. Diefenbach, M. Hassenzahl, F. Koller, M. Peissner, & K. Röse (Eds.), *Usability Professionals 2008*, 78-82. Stuttgart: Fraunhofer IRB Verlag.
- Kade, D., Ak#it, K., Ürey, H., & Özcan, O. (2015). Head-mounted mixed reality projection display for games production and entertainment. *Personal and Ubiquitous Computing*, 19(3-4), 509-521.
- Pucihar, K. #., & Coulton, P. (2014). Exploring the Evolution of Mobile Augmented Reality for Future Entertainment Systems. *Comput. Entertain.*, 11(2), 1:1-1:16.
- Korn, O., Boffo, S., & Schmidt, A. (2015). The Effect of Gamification on Emotions - The Potential of Facial Recognition in Work Environments. In M. Kurosu (Ed.), *Human-Computer Interaction: Design and Evaluation* (Vol. 9169, pp. 489-499). Cham: Springer International Publishing.n. *Interactions*, 23(1), 76-79.

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 62 von 95

Vertiefungsmodul in der Studienrichtung IT: Interaktion in vernetzten Welten

Empfohlene
Vorkenntnisse

M+I734

- Grundlegende Kenntnisse des Bereichs Human Computer Interaction, die in einem Bachelor-Studium erworben wurden.

M+I735

- Grundlegende Kenntnisse des Bereichs Human Computer Interaction, die in einem Bachelor-Studium erworben wurden.
- Grundlegende Kenntnisse zumindest der deskriptiven Statistik.

M+I736

- Grundlegende Kenntnisse des Bereichs Human Computer Interaction, die in einem Bachelor-Studium erworben wurden.
- Grundlegende Kenntnisse der Softwareentwicklung mit Unity 3D, C# oder Java.

Voraussetzungen
für die Vergabe von
Leistungspunkten

M+I735

- 1 Praktische Arbeit (PA)

M+I734

- 1 Hausarbeit (HA)

M+I736

- 1 Hausarbeit (HA)

Lernziele und
Kompetenzen

MODULZIELE

- Vertieftes Überblickswissen zu Methoden und Inhalten der Human Computer Interaction, z. B. in den Bereichen Usability, Interaktionskonzepte sowie Gaming
- Kompetenz, eigenständig qualitative und quantitative Daten für Studien zu erheben und auszuwerten
- Menschen als Ergebnis ihrer sensorischen und kognitiven Fähigkeiten verstehen
- Anwendungen menschenzentriert designen und entwickeln
- Arbeiten mit englischsprachigen wissenschaftlichen Texten; Thema in Gruppe präsentieren, Ausarbeitung nach wissenschaftlicher Methodik verfassen

LERNINHALTE

- Relevante Institutionen und Konferenzen in HCI
- Grundlagen der Wahrnehmung und Kognition
- Empirische Forschung in der HCI: qualitative und quantitative Methoden

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

- Modelle der Interaktion
- Interaktionsmethoden in Games analysieren und bewerten
- Affective Computing
- Ergonomie, Usability und User Experience
- Designregeln und -heuristiken
- Agile und nutzerzentrierte Entwicklungsverfahren
- Prototyp eines eigenen spielerischen Interaktionskonzepts implementieren und testen

METHODIK

- Präsentationen zu Fachthemen
- Projektarbeit in Gruppen
- Prototypische Softwareentwicklung

Leistungspunkte und
Noten

Hausarbeit/Präsentation; drei künstlerisch-wissenschaftliche Arbeiten,
jeweils 1/3 der Note

Prüfung Perspektiven der HCI

zugeordnet zu: Modul MuK-14 Human Computer Interaction

Prüfungsnummer:	3030	Prüfungsform:	Hausarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung HCI Studien Seminar

zugeordnet zu: Modul MuK-14 Human Computer Interaction

Prüfungsnummer:	3035	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung HCI in Computerspielen

zugeordnet zu: Modul MuK-14 Human Computer Interaction

Prüfungsnummer:	3036	Prüfungsform:	Hausarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-15 Data Analytics			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Volker Sänger	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1-3	Kontaktzeit (h):	90
Moduldauer (Semester):	1	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	210
Lehrform:	Seminar/Vorlesung/Praxis	SWS:	6.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	3040	Data Modeling, Mining and Analytics
	3045	Seminar Trends im Datenmanagement

Lehrveranstaltungen

M+I652 Data Modelling, Mining and Analytics

Veranstaltungsart: Vorlesung/Übung - No

SWS: 4.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Data Mining, CRISP, Ähnlichkeits- und Abstandsmaße
- Data Preparation
- Clustering, Klassifikation, Assoziation, Generalisierung
- Visualisierung
- Lineare und multiple Regressionsanalyse; Zeitreihenmodelle
- Markov-Ketten
- ANOVA

LERNZIELE

- Prinzipien und Methoden des Data Mining und der Datenanalyse kennen und verstehen und
- auf gegebene Problemstellungen aus verschiedenen Anwendungsbereichen anwenden können
- Ein Tool zur Datenanalyse (RapidMiner) kennen und einsetzen können

Literatur : Erster Teil: Data Mining

- Cleve, J./Lämmel, U. (2014): Data Mining. München.
- Albright, S.C./Winston, W.L. (2013): Business Analytics. Cengage Learning.
- C.T. Ragsdale (2015): Spreadsheet Modeling & Decision Analysis, Cengage Learning.
- E. Alpaydin: Maschinelles Lernen. Oldenburg Verlag, 2008

- M. Ester, J. Sander. Knowledge Discovery in Databases. Springer Verlag, 2000
- V. Kotu, B.D. Deshpande; Predictive Analytics and Data Mining - Concepts and Practice with RapidMiner, Morgan Kaufman, 2014
- V. Meyer-Schönberger, K. Cukier: Big Data - Die Revolution, die unser Leben verändern wird. Redline Verlag, 2013

Zweiter Teil: Predictive Analytics

- Berenson, Mark L./Levine, David M./Krehbiel, Timothy C.; Basic Business Statistics, Concepts and Applications; 12th Edition; Pearson; 2012.
- Bowerman, Bruce L./O'Connell, Richard T./Koehler, Anne B.; Forecasting, Time Series, and Regression, An Applied Approach; 4th Edition; Brooks/Cole Cengage Learning; 2005.
- Carlberg, Conrad; Predictive Analytics, Microsoft Excel; 3rd Printing; Pearson Education; 2013.

M+I654

Seminar Trends im Datenmanagement

Veranstaltungsart: Seminar - No

SWS: 2.0

- Lerninhalt:
- Für die Studierenden werden aktuelle Themen im Datenmanagement vergeben
 - Nach einer Kurzeinführung durch den Dozenten bearbeiten die Studierenden die Themen selbstständig, recherchieren in der Literatur und präsentieren die Ergebnisse

Lernziele:

- ein aktuelles Thema im Datenmanagement wissenschaftlich recherchieren und strukturiert aufarbeiten und präsentieren können
- weitere aktuelle Themen kennen und verstehen

Literatur : Die aktuelle Literaturliste wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

- J. Cleve, U. Lämmel. *Data Mining* . Oldenburg Wissenschaftsverlag, 2014 (ebook)
- S.C. Albright, W.L. Winston: Business Analytics. Cengage Learning, 2013
- C.T. Ragsdale. Spreadsheet Modeling & Decision Analysis, Cengage Learning, 2015
- E. Alpaydin: Maschinelles Lernen. Oldenburg Verlag, 2008

Verwendbarkeit des Moduls

VERWENDBARKEIT

- MuK (Master)
- DEC (Master)

STATUS

MuK Master - Vertiefungsmodul in der Studienrichtung IT: Interaktion in vernetzten Welten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Empfohlene
Vorkenntnisse

Voraussetzungen
für die Vergabe von
Leistungspunkten

gemeinsame Modulprüfung für M+I652 und M+I654:

1 K60 (2/3)

1 RE (1/3)

Lernziele und
Kompetenzen

MODULZIELE

- Die Studierenden verstehen Methoden der Datenanalyse und können sie anwenden. Sie können deren Wert, den notwendigen Aufwand und damit verbundene Risiken einschätzen.
- Die Studierenden erlangen im Modul Data Analytics konzeptionelle und technische Fertigkeiten zur Datenanalyse mit entsprechenden IT-Systemen.

LERNINHALTE

- Data Preparation
- Data Mining
- Predictive Analytics
- Big Data
- Trends in der Datenanalyse

METHODIK

- Zuhören und Verstehen, Anwenden (mathematisch und am Rechner) und Analysieren, Zusammenführen und Beurteilen.

Leistungspunkte und
Noten

Prüfung Data Modeling, Mining and Analytics			
zugeordnet zu: Modul MuK-15 Data Analytics			
Prüfungsnummer:	3040	Prüfungsform:	Klausur 60
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 67 von 95

Prüfung Seminar Trends im Datenmanagement

zugeordnet zu: Modul MuK-15 Data Analytics

Prüfungsnummer:	3045	Prüfungsform:	Referat
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-16 IT-Projekt			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Tom Rüdebusch	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1-3	Kontaktzeit (h):	30
Moduldauer (Semester):	1	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	270
Lehrform:	Seminar	SWS:	2.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (SS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen 3050 IT-Projekt

Lehrveranstaltungen

M+I737

IT-Projektarbeit

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALT

- Bearbeitung eines vorgegebenen Themas im Team (typ. 3 bis 5 Studierende) nach den Regeln des Projektmanagements.

LERNZIELE

- Studierende lernen, das theoretische Wissen in einem anspruchsvollen Projekt im Team umzusetzen. Sie vertiefen hierbei ihr Fachwissen und ihre Methodenkompetenz.

Literatur : abhängig vom gestellten Thema

Verwendbarkeit des Moduls

MuK Master

Vertiefungsmodul in der Studienrichtung IT: Interaktion in vernetzten Welten

Empfohlene Vorkenntnisse

Keine allgemeinen Voraussetzungen, die notwendigen fachlichen Voraussetzungen hängen von der im Einzelfall gestellten Aufgabe ab.

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Praktische Arbeit (PA), siehe auch LV-Beschreibungen

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Lernziele und Kompetenzen

MOODULZIELE

- Studierende lernen, das theoretische Wissen, das sie in den Vertiefungsmodulen der Studienrichtung "IT : Interaktion in vernetzten Welten" erworben haben, modulübergreifend in einem anspruchsvollen Projekt im Team umzusetzen. Sie vertiefen hierbei ihr Fachwissen aus den Vertiefungsmodulen und ihre Methodenkompetenz.

LERNINHALTE

- Bearbeitung eines vorgegebenen Themas im Team (typ. 3 bis 5 Studierende) nach den Regeln des Projektmanagements.

METHODIK

- Forschendes Lernen: Anwenden und Analysieren, Zusammenführen und Beurteilen.

Prüfung IT-Projekt			
zugeordnet zu: Modul MuK-16 IT-Projekt			
Prüfungsnummer:	3050	Prüfungsform:	Klausur 60
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 70 von 95

Studienrichtung Interdisziplinärer Bereich: E-Learning und Medien in Bildung und Personalentwicklung

Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	30.0	SWS:	0.0

- MuK-17 E-Learning
- MuK-18 Medien in der Bildung und Personalentwicklung

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-17 E-Learning			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Claudia Schmidt	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1-4	Kontaktzeit (h):	90
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	210
Lehrform:	Vorlesung/Labor	SWS:	6.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (SS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	4010	E-Learning Systeme
	4015	Innovative E-Learning Technologien
	4016	Mediendidaktik

Lehrveranstaltungen

M+I515

Mediendidaktik

Veranstaltungsart: Vorlesung/Labor

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Mediendidaktische Modelle
- Menschen und Lernen
- Experten-Laien-Kommunikation

LERNZIELE

- Analyse von Lehr-Lern-Situationen
- Erarbeitung von didaktischen Konzepten
- Didaktische Transformationen durchführen können

Literatur : Die aktuelle Literaturliste wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Grundlagen finden sich in:

- Kerres, M.: Mediendidaktik - Konzeption und Entwicklung mediengestützter Lernangebote. 3. Auflage. R. Oldenbourg Verlag. München. 2012.
- Rainer Bromme, Regina Jucks, Riklef Rambow: Experten-Laien-Kommunikation im Wissensmanagement. In: G. Reinmann, Heinz Mandl (Hrsg.): Der Mensch im Wissensmanagement: Psychologische Konzepte zum besseren Verständnis und Umgang mit Wissen. Verlag Hogrefe, Göttingen 2004, S. 114-126

M+I518

E-Learning Systeme

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Veranstaltungsart: Vorlesung
 SWS: 2.0
 Lerninhalt:

- Digitale Lernszenarien
- Kommunikation und Kooperation beim digitalen Lernen
- Lernplattformen

 Literatur : Die aktuelle Literaturliste wird in der Vorlesung bekanntgegeben.

M+I524 Innovative E-Learning-Technologien

Veranstaltungsart: Vorlesung

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERINHALTE

- Einsatzszenarien von E-Learning-Technologien
- Systemarchitekturen
- Rollen, Modularisierung, Plugins am Beispiel von Moodle
- Virtual Classroom Systeme: E-Learning in Echtzeit
- "Was alles schiefgehen kann"
- Mobile Learning

LERNZIELE

- Literatur :
- Interaktive Lehr- und Lernmedien auf der Grundlage von qualifiziertem informationstechnologischen Wissen bewerten können.
 - Bei der Konzeption und Realisierung komplexer Anordnungen technologiegestützten Lernens verschiedene Medientechnologien und Medienplattformen auswählen, zusammenstellen und aufeinander abstimmen können
 - Interaktive Lehr- und Lernmedien eigenständig entwerfen, entwickeln und prototypisch implementieren können
 - Dunkel, J.; Eberhard, A., et al: Systemarchitekturen für Verteilte Anwendungen. Carl Hanser Verlag, München, 2008.
 - Hammerschall, U.: Verteilte Systeme und Anwendungen. Pearson Studium, München, 2005.
 - Tanenbaum, A.S.: Verteilte Systeme - Prinzipien und Paradigmen. Pearson Studium, München, 2008.
 - Tanenbaum, A.S.: Computernetzwerke. Pearson Studium, München, 2003.

Verwendbarkeit des Moduls

MuK (Master) - Interdisziplinäres Modul / Wahl

Empfohlene Vorkenntnisse

M+I524

- Empfohlen werden Informatikgrundkenntnisse

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

- 2 Klausuren (K60),
- 1 Laborarbeit (LA),
- siehe auch LV-Beschreibungen

Lernziele und Kompetenzen

MODULZIELE

- Basierend auf der Mediendidaktik lernen die Studierenden unterschiedliche E-Learning-Systeme und E-Learning-Technologien kennen und sind in der Lage diese zu bewerten, auszuwählen/aufeinander abzustimmen und praktisch in adäquaten Lernszenarien einzusetzen.
- Die Studierenden erlangen im Modul E-Learning instrumentale, interpersonelle sowie systemische Kompetenzen: Fertigkeiten und Fähigkeiten hinsichtlich unterschiedlicher E-Learning-Szenarien.

LERNINHALTE

- Klassische Lerntheorien und didaktische Modelle werden vorgestellt, kritisch diskutiert und am Beispiel einer audiovisuellen Produktion in der praktischen Umsetzung bewertet. Aufbauend auf der Mediendidaktik stehen alternative E-Learning-Szenarien - Learning Management Systeme, Virtual Classroom Systeme, Social Software, etc - im Mittelpunkt. Sie werden im Hinblick auf den Lernprozess theoretisch analysiert, praktisch erprobt und aktuelle Trends werden mit den Studierenden gemeinsam diskutiert. Die für das Verständnis und den erfolgreichen Einsatz wichtigen Informatikkenntnisse werden vermittelt.

METHODIK

- Forschendes Lernen: Zuhören und Verstehen, Anwenden und Analysieren, Zusammenführen und Beurteilen.

Leistungspunkte und
Noten

Klausur K60 (1/3); Klausur K60 (1/3); Laborarbeit LA (1/3)

Prüfung E-Learning Systeme			
zugeordnet zu: Modul MuK-17 E-Learning			
Prüfungsnummer:	4010	Prüfungsform:	Klausur 60
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Innovative E-Learning Technologien			
zugeordnet zu: Modul MuK-17 E-Learning			
Prüfungsnummer:	4015	Prüfungsform:	Klausur 60
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 74 von 95

Prüfung Mediendidaktik

zugeordnet zu: Modul MuK-17 E-Learning

Prüfungsnummer:	4016	Prüfungsform:	Laborarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-18 Medien in der Bildung und Personalentwicklung			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Robert Gücker	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	10.0	Workload (h):	300
empf. Semester:	1-4	Kontaktzeit (h):	120
Moduldauer (Semester):	2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	180
Lehrform:	Vorlesung/Seminar/Labor	SWS:	8.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Jahr (WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	4020	Wissensmanagement und Personalentwicklung mit Medien / Medien in der Bildungsarbeit/ Medienpädagogik
	4025	Konzeption und Umsetzung von Bildungsmedien / Konzeption und Umsetzung von Corporate Media

Lehrveranstaltungen

M+I738 Wissensmanagement und Personalentwicklung mit Medien

Veranstaltungsart: Vorlesung

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

Die LV gliedert sich folgendermaßen:

- Systemische Ansätze im Wissensmanagement
- Psychodynamische Ansätze im Wissensmanagement
- Expert Debriefing /Implizites Wissen
- Gestaltung von Personal Learning Environments

LERNZIELE

Folgende Lernziele/Kompetenzen werden gemeinsam mit den

Studierenden erarbeitet:

- Lösungen für das Wissensmanagement kennen und bewerten können
- Theorien als Hilfen für Wissensmanagement nutzen können
- Das Phänomen des impliziten Wissens/ Expertenwissen beurteilen können
- Expert Debriefing / Übergabegespräche durchführen können
- Konzeptionen für Personal Learning Environments erstellen können

Literatur :

Die aktuelle Literaturliste wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Grundlagen finden sich in:

- G. Reinmann & H. Mandl (Hrsg.), Psychologie des Wissensmanagements. Perspektiven, Theorien und Methoden. Göttingen 2004
- Roswita Königswieser & Alexander Exner. Systemische Intervention. Stuttgart, 1998
- Georg Hans Neuweg. Das Schweigen der Könner. Gesammelte Schriften zum impliziten Wissen. Münster 2015
- Thomas Giernalczyk & Mathias Lahmer. Das Unbewusste im Unternehmen. Psychodynamik von Führung, Beratung und Change Management. Stuttgart, 2012

M+I739

Medien in der Bildungsarbeit/Medienpädagogik

Veranstaltungsart: Übung/Labor

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

Die LV gliedert sich folgendermaßen:

- Methoden der Medienbildung in Kita, Schule und Erwachsenenbildung
- Gedenkstättenpädagogik
- History Marketing
- Bildungstheorien

LERNZIELE

Folgende Lernziele/Kompetenzen werden gemeinsam mit den Studierenden erarbeitet:

- Medienpädagogische Projekte kennen, konzipieren und bewerten können
- Theorien als Hilfen für Medienpädagogik nutzen können
- Zielgruppengerechte Medienpädagogik entwerfen
- Konzeptionen für Gedenkstätten erstellen können

Literatur :

Die aktuelle Literaturliste wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Grundlagen finden sich in:

- Jürgen Lauffer & Renate Röllecke (Hrsg.). Krippe, Kita, Kinderzimmer. Medienpädagogik von Anfang an. Bielefeld 2016
- Barbara Thimm, Gottfried Kößler, Susanne Ulrich (Hrsg.). Verunsichernde Orte. Selbstverständnis und Weiterbildung in der Gedenkstättenpädagogik, Frankfurt am Main, 2010

M+I740

Konzeption und Umsetzung von Bildungsmedien

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

Die LV gliedert sich folgendermaßen:

- Konzeption und Produktion von E-Learning Einheiten und MOOCs
- Lerntheorien / Instructional Design
- Didaktische Transformation
- Historisch-politische Bildung als Anwendungsfeld

LERNZIELE

Folgende Lernziele/Kompetenzen werden gemeinsam mit den

Studierenden erarbeitet:

- Bildungsmedien kennen und bewerten können
- Theorien als Hilfen für Konzeption nutzen können
- MOOCs analysieren und bewerten können
- Didaktische Transformationen durchführen können
- Konzeptionen erstellen können
- Präsentationen

Literatur : Die aktuelle Literaturliste wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

Grundlagen finden sich in:

- Niegemann, H.M., Hessel, S., Hochscheid-Mauel, D., Aslanski, K., Deimann, M., Kreuzberger, G.: Kompendium E-Learning, Springer, Berlin, 2004
- Kerres, M.: Mediendidaktik - Konzeption und Entwicklung mediengestützter Lernangebote. 3. Auflage. R. Oldenbourg Verlag. München. 2012.
- Gücker, R. Wie E-Learning entsteht. München, 2007

M+I741**Konzeption und Umsetzung von Corporate Media**

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

Die LV gliedert sich folgendermaßen:

- Digitale Transformation im Unternehmen
- Aspekte der Unternehmenskommunikation
- Kommunikation zwischen Marketing, Corporate Identity und Medieneinsatz
- Die richtige Auswahl des Mediums
- Crossmedialer Einsatz
- Exposé, Treatment, Drehbuch und Projektskizze
- Kostenschätzung, Angebot und Vertrag

LERNZIELE

Folgende Lernziele/Kompetenzen werden gemeinsam mit den Studierenden erarbeitet:

- Bedarfe des Unternehmens in Medieneinsatz übersetzen
- Exposee und Treatment schreiben können
- Visualisierung von Themen vornehmen können und Texte erstellen können
- Angebote der Agenturen einschätzen können
- Verschiedene Aufgaben innerhalb einer Produktion verstehen und einnehmen können
- Kosten von Produktionen einschätzen und überwachen können

Literatur : Die aktuelle Literaturliste wird in der Vorlesung bekannt gegeben.
Grundlagen finden sich in:

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

- Sammer, Petra (2014). Storytelling. Die Zukunft von PR und Marketing. München
- Wallmüller, Ernest (2017). Praxiswissen Digitale Transformation. Den Wandel verstehen, Lösungen entwickeln, Wertschöpfung steigern. München
- Eck, Klaus & Eichmeier, Doris (2014). Die Content-Revolution im Unternehmen. Neue Perspektiven durch Content-Marketing und -strategie. Freiburg

Verwendbarkeit des Moduls

MuK (Master) - Interdisziplinäres Modul / Wahl

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

- 1 Praktische Arbeit (PA): M+I738 & M+I739 gemeinsam
- 1 Praktische Arbeit (PA): M+I740 & M+I741 gemeinsam

jeweils halbe Gewichtung

Lernziele und Kompetenzen

MODULZIELE

- Die Studierenden lernen Medien in der Bildung im Unternehmen und in Bildungsinstitutionen für verschiedene Zielgruppen und Altersstufen bewerten und einsetzen zu können.

LERNINHALTE

- Konzeption und Produktion von E-Learning
- Didaktische Transformation
- Historisch-politische Bildung
- Methoden der Medienbildung in Kita, Schule und Erwachsenenbildung
- Gedenkstättenpädagogik
- Digitale Transformation im Unternehmen
- Aspekte der Unternehmenskommunikation
- Kommunikation zwischen Marketing, Corporate Identity und Medieneinsatz
- Systemische Ansätze im Wissensmanagement
- Psychodynamische Ansätze im Wissensmanagement
- Expert Debriefing /Implizites Wissen
- Gestaltung von Personal Learning Environments

METHODIK

- Forschendes Lernen: Zuhören und Verstehen, Anwenden und Analysieren, Zusammenführen und Beurteilen.
- Feldforschung, Interviews, qualitative Methoden anwenden, Gruppenarbeit, Lehrvortrag, Produktanalyse, Rollenspiel.

Leistungspunkte und Noten

zwei künstlerisch-wissenschaftliche Arbeiten, jeweils 1/2 der Note

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 79 von 95

Prüfung Wissensmanagement und Personalentwicklung mit Medien / Medien in der Bildungsarbeit/Medienpädagogik

zugeordnet zu: Modul MuK-18 Medien in der Bildung und Personalentwicklung

Prüfungsnummer:	4020	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
-----------------	------	---------------	-------------------

Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten
--------------	----------------	----------------------	----------------

Prüfung Konzeption und Umsetzung von Bildungsmedien / Konzeption und Umsetzung von Corporate Media

zugeordnet zu: Modul MuK-18 Medien in der Bildung und Personalentwicklung

Prüfungsnummer:	4025	Prüfungsform:	Praktische Arbeit
-----------------	------	---------------	-------------------

Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten
--------------	----------------	----------------------	----------------

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Studienrichtung Pflichtbereich

Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	50.0	SWS:	0.0

- MuK-19 Kernmodul
- MuK-20 Wahlpflichtmodul
- MuK-21 Masterarbeit

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-19 Kernmodul			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Heiner Behring	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	8.0	Workload (h):	240
empf. Semester:	1-2	Kontaktzeit (h):	60
Moduldauer (Semester):	1-2	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	180
Lehrform:	Vorlesung	SWS:	4.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Semester	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	5010	ComputerMedienGesellschaft (Ringvorlesung)
	5015	Ethik

Lehrveranstaltungen

M+I742 ComputerMedienGesellschaft (Ringvorlesung)

Veranstaltungsart: Vorlesung

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Wöchentlich wechselnde Themen, die sich mit den gesellschaftlichen Auswirkungen von Informationstechnik und Medien befassen.

LERNZIELE

- Ziel der Veranstaltung ist es, einen breiten Einblick in die vielfältigen Veränderungen und Problemfelder zu bekommen, die durch den Übergang in eine IT- und Mediengesellschaft auftreten, und diese kritisch hinterfragen und diskutieren zu können.
- Gefördert wird darüber hinaus das Arbeiten mit wissenschaftlichen Originaltexten aus verschiedenen Spezialgebieten.

Literatur : Die Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung in Form einer elektronischen Textsammlung zur Verfügung gestellt.

M+I743 Ethik

Veranstaltungsart: Vorlesung

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Einführung in die Geschichte der Ethik, Kennenlernen der ethischen Positionen von Aristoteles bis Adorno, ethisch-philosophische Reflexionen, medienethische Grundpositionen, Medienethik im Kontext der kommerziellen Medienproduktion.

LERNZIELE

- Literatur :
- Die Geschichte der Ethik im Überblick kennen, ethische Positionen von Philosophen vom Beginn der philosophischen Disziplin Ethik bis heute kennenlernen, die Bedeutung von ethischen Grundwerten in der demokratisch-aufgeklärten Gesellschaft erkennen, medienethische Positionen kennenlernen und medienethische Verantwortung übernehmen.
 - Der Staat, Platon, Stuttgart 1992
 - Nikomachische Ethik, Aristoteles, in: Aristoteles, Philosophische Schriften Bd. 3, Hamburg 1995
 - Minima Moralia, Theodor W. Adorno, Frankfurt a. Main, 1951
 - Probleme der Moralphilosophie, Theodor W. Adorno, hrsg. Von Thomas Schröder, Frankfurt a. Main 1996
 - Grundkurs Ethik, Bd. 1: Grundlagen, Johann Ach, Kurt Bayertz, Ludwig Siep, Paderborn 2008
 - Warum überhaupt moralisch sein? Kurt Bayertz, München 2006
 - Grundlegung Zur Metaphysik der Sitten, Immanuel Kant, in: Kants Werke, Akademie Textausgabe, Berlin 1968
 - Einführung in die Allgemeine Ethik, Michael Quante, Darmstadt 2003
 - Grundpositionen philosophischer Ethik. Von Aristoteles bis Jürgen Habermas, Hanns-Gregor Nissing / Jörn Müller, Darmstadt 2009
 - Einführung in die Ethik, Herlinde Pauer-Studer, Stuttgart 2010
 - Medien und Ethik, Matthias Karmasin, Stuttgart 2002
 - Handbuch Medienethik, Christian Schicha, Wiesbaden 2010

Verwendbarkeit des Moduls

MUK PFLICHT

- 1 LV „ComputerMedienGesellschaft (Ringvorlesung)" 1 LV Ethik

MUK WAHL

- 3 LV von den o.g.

STATUS

- MuK Pflicht (2 LV) / Wahl (3 LV)

Empfohlene Vorkenntnisse

keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

M+I742

- Klausur K60

M+I743

- Hausarbeit HA

Lernziele und Kompetenzen

MODULZIELE

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

- Die Studierenden erwerben bzw. verbessern ihre Reflexionskompetenzen und vertiefen ihre medientheoretischen Grundlagen.
- Sie können ihre erworbenen Kenntnisse von Modellen bzw. Theorien in den passenden Vertiefungsmodul-Veranstaltungen zielbezogen einbringen.

LERNINHALTE

- Begleitend zu den Vertiefungsmodulen reflektieren und diskutieren die Studierenden insb. gesellschaftliche, theoretische, philosophisch-ethische, forschungsmethodische und entscheidungsbezogene Aspekte der im Master behandelten Thematik.

METHODIK

- Reflexion / kritisches Hinterfragen
- Diskursive Erörterungen
- Forschendes Lernen: Zuhören und Verstehen, Anwenden und Analysieren, Zusammenführen und Beurteilen.

Leistungspunkte und
Noten

Klausur und Hausarbeit, jeweils 50% der Note

Prüfung ComputerMedienGesellschaft (Ringvorlesung)			
zugeordnet zu: Modul MuK-19 Kernmodul			
Prüfungsnummer:	5010	Prüfungsform:	Klausur 60
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Ethik			
zugeordnet zu: Modul MuK-19 Kernmodul			
Prüfungsnummer:	5015	Prüfungsform:	Hausarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-20 Wahlpflichtmodul			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Heiner Behring	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	12.0	Workload (h):	360
empf. Semester:	1-4	Kontaktzeit (h):	90
Moduldauer (Semester):	1	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	270
Lehrform:	Vorlesung	SWS:	6.0
Häufigkeit des Angebots:	jährlich (SS+WS)	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen	6010	Transmedialität und Kognition
	6015	Medientheorie - Basistexte und Positionen
	6020	Intuition und Kreativität
	6025	Rationales Entscheiden
	6030	Empirische Forschungsmethoden
	6035	Philosophische Ästhetik
	6040	Mediaplanung Workshop
	6045	Mobile Communications

Lehrveranstaltungen

M+I506

Mobile Communications

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Wirtschaftliche Betrachtungen, Dienste, Historie und zukünftige Trends
- Systeme und Standards (GSM, UMTS, LTE, etc.)
- Netzwerkarchitektur
- Konzepte zellularer Mobilfunknetze (Zellen, Handover, Roaming)
- Wellenausbreitung in Mobilfunknetzen (Pfadverluste, Fading, Mehrwegeausbreitung)
- Zugriffsarten (FDMA, TDMA, CDMA, OFDMA)
- Sprachkodierung
- Authentication, Encryption und Security
- Konzept Intelligenter Netze
- Mobiles Internet (Java, Web services und Apps für mobile Anwendungen)

LERNZIELE

- Understanding, analyzing and to be able to evaluate concepts and realizations of different mobile communication networks, systems and mobile applications.

Literatur : Zu Beginn des Seminars wird eine detaillierte Literatur-Liste ausgegeben

A detailed list of literature will be given at the beginning of the seminar

M+I744

Transmedialität und Kognition

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- In der Seminar-Veranstaltung „Transmedialität und Kognition“ werden anspruchsvolle wissenschaftliche Texte gemeinsam bearbeitet und aus diesem Diskurs Erkenntnisse gewonnen, die ein vertieftes Verständnis der mentalen Verarbeitung von Informationen, welche über unterschiedliche Medien vermittelt werden, ermöglichen.
- Die so gewonnenen Erkenntnisse werden abgebildet in konkrete Handlungsimplicationen im Rahmen der Medienkonzeption und Medienproduktion.

LERNZIELE

- Einblick in kognitive Prozesse während der Aufnahme medial vermittelter Informationen im Rahmen der menschlichen Wahrnehmung
- Vertieftes Verständnis mentaler Verarbeitungsprozesse von Informationen im Rahmen der kognitiven Elaboration
- Aufbau von Erkenntnissen im Zusammenhang mit der parallelen Vermittlung von Informationen durch mehrere Medienformen und deren mentale Verarbeitung durch die Rezipienten.
- Ableitung von qualifizierten Handlungsstrategien im Rahmen der Medienkonzeption und Medienproduktion zur verbesserten Darbietung von Informationen im Verbund mehrerer Medienformen (Multimedia, Transmedia)

Literatur : Zu Beginn der Veranstaltung wird vom Dozenten eine Literaturliste ausgegeben, aus der die Studierenden jeweils je einen Text wählen, der als Basis für die individuelle Seminararbeit dient. Die Literaturliste ändert sich somit von Semester zu Semester.

M+I745

Medientheorie - Basistexte und Positionen

Veranstaltungsart: Vorlesung

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Lektüre und Diskurs über ausgewählte Texte zu medienwissenschaftlichen Positionen
- Vergleich historischer und heutiger Positionen
- Analyse medienspezifischer und allgemeiner Parameter der Medienanalyse und -kritik

LERNZIELE

Literatur :

- Die Studierenden lernen in der Auseinandersetzung mit und der Analyse von zeithistorischen sowie aktuellen Texten zu Medienwissenschaft, Medienrezeption und Medientheorie Medien formal, inhaltlich und funktional zu reflektieren. So können sowohl die Konstanten der Medienproduktion und -rezeption herausgearbeitet werden wie die je besonderen Chancen und Risiken des/der jeweiligen Medien, Ein besondere Fokus liegt auf heutigen (digitalen, netzbasierten) Medien und den Folgen (Funktionswandel, technische/politische Instrumentalisierung).
- Anders, Günther (1985): Die Antiquiertheit des Menschen. München: Beck
- Benjamin, Walter (1975) Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit [1935], Frankfurt: Suhrkamp
- Bernays, Edward (2007) Propaganda. Die Kunst der Public Relation, [1928] Kempten: Orange Press
- Burkart, Roland (1998): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder, Wien/Köln/Weimar: Böhlau
- Carr, Nicholas (2010): Wer bin ich, wenn ich online bin, München: Blessing
- Eco, Umberto (1977): Zeichen. Einführung in einen Begriff und seine Geschichte, Frankfurt am Main: Suhrkamp
- Greenwald, Glenn (2014) Die globale Überwachung, Frankfurt a.M.: Büchergilde Gutenberg
- Habermas, Jürgen (1994): Erkenntnis und Interesse. Frankfurt a.M.
- Hartmann, Kathrin (2009): Ende der Märchenstunde, München: Blessing
- Hofstetter, Yvonne (2014): Sie wissen alles. Gütersloh: Bertelsmann
- Kant, Immanuel (1784) Was ist Aufklärung?
- Keen, Andrew (2015): Das Digitale Debakel, München: DVA
- Kerlen, Dietrich (2003) Einführung in die Medienkunde, Stuttgart: Reclam
- Lanier, Jaron (2014): Wem gehört die Zukunft? Hamburg: Hoffmann&Campe
- Lanier, Jaron (2010): Gadget, Frankfurt: Suhrkamp
- Maletzke, Gerhard (1998) Kommunikationswissenschaft im Überblick, Wiesbaden: Opladen
- Maser, Siegfried (1973) Grundlagen der allgemeinen Kommunikationstheorie, Stuttgart: Berliner Union
- Morgenroth, Markus (2014): Sie kennen dich! Sie haben dich! Sie steuern dich! Droemer: München
- McLuhan, Herbert Marshall (1968) Die Gutenberg-Galaxis, Düsseldorf: Econ
- Postman, Neil (1999): Die zweite Aufklärung. Vom 18. ins 21. Jahrhundert, Berlin: Berlin Verlag
- Pross, Harry (1972) Medienforschung. Film. Funk, Presse, Fernsehen, Darmstadt: Habel
- Schirrmacher, Frank (2015) Technologischer Totalitarismus, Frankfurt: Suhrkamp
- Spitz, Malte (2015) Was macht ihr mit meinen Daten? Hamburg: Hoffmann & Campe
- Spitzer, Manfred (2012): Digitale Demenz, München: Droemer
- Weizenbaum, Joseph (1977): Die Macht der Computer ist die Ohnmacht der Vernunft. Frankfurt a.M.
- te Wildt, Bert (2015): Digital Junkies, München: Droemer

- Welzer, Harald (2016) Die smarte Diktatur. Der Angriff auf unsere Freiheit, Frankfurt: S. Fischer

Weitere Literatur wird im Seminar besprochen/kann auch von Studierenden vorgeschlagen werden.

M+I746**Intuition und Kreativität**

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Kreativität und Intuition verstehen (Basistexte, Definitionen, Forschungsstand)
- Kreativität und Intuition erleben (selbst im Seminar förderliche Situationen schaffen, dokumentieren und weiterentwickeln)
- Kreativität und Intuition erforschen (Vermittlung und partizipative Entwicklung von Konzepten und Instrumenten, die der Erreichung der Lernziele dienen)

LERNZIELE

- Kreativitäts- und Intuitionspotenziale erkennen und fördern können
- Kreativitätsfördernde Umgebungen gestalten können
- Kreative Ergebnisse beurteilen und nutzen können
- Ap Dijksterhuis: Das kluge Unbewusste, Klett-Cotta Verlag 2010
- Howard Gardner: Kreative Intelligenz, 2. Aufl. Campus Verlag 1999
- Gerd Gigerenzer: Gut feelings, Viking Verlag 2007 (dt.: Bauchentscheidungen, C. Bertelsmann 2007)
- Petra Maria Meyer (Hg.): Intuition, Fink Verlag 2013

Literatur :

Semesterbezogene Ergänzungen der Literaturliste werden zu Beginn des Seminars bereitgestellt.

M+I747**Rationales Entscheiden**

Veranstaltungsart: Vorlesung

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Verhaltenspsychologische Grundlagen: Wie treffen wir normalerweise Entscheidungen? Welche typischen Fehler treten dabei auf und wie können diese vermieden werden?
- Entscheidungstheorie: Wie können Entscheidungen mathematisch modelliert werden, und wie gelangt man zu möglichst rationalen Entscheidungen?
- Spieltheorie: Wie können Entscheidungen bei mehreren Beteiligten mit Zielkonflikten mathematisch modelliert werden? Welche Probleme können auftreten, und wie können diese behoben werden?

LERNZIELE

- Die Teilnehmer sollen in die Lage versetzt werden, ihr eigenes Entscheidungsverhalten zu hinterfragen. Zum einen wollen wir lernen, wie man typische Entscheidungsfehler erkennt und vermeidet. Zum anderen sollen grundlegende Techniken erlernt werden, um Entscheidungssituationen zu modellieren und so aufzulösen, dass man die Entscheidung formal begründen kann.

Literatur : Die aktuelle Literaturliste wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

M+I748

Empirische Forschungsmethoden

Veranstaltungsart: Vorlesung

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Vermittlung der Grundlagen, selbständige Erarbeitung anhand von Übungen, sowie Selbststudium der relevanten Fachliteratur zur Erstellung eines empirischen Forschungsberichts. Dieser umfasst alle Schritte eines empirischen Forschungsprozesses, welche in der Veranstaltung erarbeitet werden.

LERNZIELE

- Fähigkeit zur Erstellung eines empirischen Forschungsbericht zu einem aktuellen medienbezogenen Thema (z.B. "Zukunft der Zeitung"), der alle Schritte des o.g. Forschungsprozesses beschreibt.
 - Selbständige Durchführung einer Umfrage nach professionellen Richtlinien der Sozial-/Wirtschafts-/Medienwissenschaften einschließlich ihrer statistischen Auswertung
 - Vorbereitung auf eine empirisch ausgerichtete Masterthesis
- Literatur : Einführung und Gesamtüberblick:

- Schnell, R./Hill, P./Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung, 9. Aufl., Oldenbourg 2011
- Bortz, J. /Döring, N: Forschungsmethoden und Evaluation, 4. Aufl., Springer 2006
- Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P.: Marktforschung, 12. Aufl., Gabler 2009

Qualitative Methoden:

- Mayring, P.: Einführung in die qualitative Sozialforschung, 4. Aufl. Beltz 2002
- Lamneck, S.: Qualitative Sozialforschung, 5. Aufl., Beltz 2010
- Yin, R.K.: Case Study Research, 4. Aufl., Sage 2009

Quantitative Methoden:

- Backhaus /Erichson/Plinke/Weiber: Multivariate Analysemethoden, 13. Aufl., Springer 2011

Datenerhebung:

- Kirchhoff/Kuhnt/Lipp/Schlawin: Der Fragebogen - Datenbasis, Konstruktion und Auswertung, 3. Aufl. UTB 2006

(jeweils können auch die Folgeauflagen eingesetzt werden)

M+I749

Philosophische Ästhetik

Veranstaltungsart: Vorlesung

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

- Einführung in die Geschichte der Philosophie, ästhetische Positionen von Philosophen (Platon bis Welsch), ästhetische Reflexionen von Künstlern (Kandinsky bis Weibel), Kunstwissenschaft, Bildanalyse, aktueller Diskurs

LERNZIELE

- Die Geschichte der Philosophie im Überblick kennen, ästhetische Positionen von Philosophen aus verschiedenen Jahrhunderten verstehen und gegenseitig abgrenzen können, Reflexionen von Künstlern in einen Bezug zu ihrem Werk setzen und historische und zeitgenössische Definitionen von Kunst einordnen und bewerten können.

Literatur :

Literatur Ästhetik:

- Was ist Kunst - Positionen der Ästhetik von Platon bis Danto, Michael Hauskeller, Verlag C.H.Beck, München, 2002
- Philosophie der modernen Kunst, Konrad Paul Liessmann, Fakultas-Verlag, Wien, 1999
- Ästhetik und Kunstphilosophie von der Antike bis zur Gegenwart, Julian Nida-Rümelin, Monika Betzler, Kröner-Verlag, Stuttgart, 1998
- Texte einzelner Philosophen

Literatur Künstlertheorien:

- Schriften über Kunst, Conrad Fiedler, DuMont-Verlag, Köln, 1977
- Über das Geistige in der Kunst, Wassily Kandinsky, Verlag Benteli, 2001
- Punkt und Linie zu Fläche. Beitrag zur Analyse der malerischen Elemente, Wassily Kandinsky, Verlag Benteli, 1986
- Das Unbekannte in der Kunst, Willi Baumeister, DuMont-Verlag, (1947)1988
- Die Re-Dekade. Kunst und Kultur der 80er Jahre, Bazon Brock, Klinkhardt u. B., M., 1990
- Lustmarsch durchs Theoriegelände: Eine Kampfschrift, DuMont Verlag, Köln 2008 + DVD
- Szenarien der Moderne. Kunst und ihre offenen Grenzen, Peter Weibel, Hans Belting, Verlag Philo Fine Arts, 2005

M+I750

Mediaplanung Workshop

Veranstaltungsart: Seminar

SWS: 2.0

Lerninhalt: LERNINHALTE

Die LV gliedert sich folgendermaßen:

- Mediaplanung als Teilprozess der Marketing- und Kampagnenplanung
- Werbeträger vs. Werbemittel
- Phasen der Mediaplanung
- Klassische vs. Nichtklassische Kanäle
- Dialog- und Direktwerbung als Kanal
- Mediadaten und Markt-Media-Studien
- Predictive Data und Media
- Programmatic Buying für klassische und nicht-klassische Kanäle

- Targeting
- Digitale Kommunikationskanäle, Werbeträger und Werbeformen

LERNZIELE

Folgende Lernziele/Kompetenzen werden gemeinsam mit den Studierenden erarbeitet:

- Die Studierenden sind in der Lage, für ein exemplarisches Kampagnenthema eine grobe Mediaplanung unter Berücksichtigung von Budgetgrenzen und Marketingzielen vorzunehmen.
- Sie können die Daten der Werbeträgerleistung und Informationen aus Markt-Media-Studien selbstständig recherchieren und für Planungszwecke anzuwenden.
- Sie können die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Kanäle (klassisch vs. Below the Line, digitale vs. Nicht-digitale Kanäle etc.) in ihrer Kampagneneignung beurteilen.
- Sie kennen Messverfahren zur Beurteilung der Leistungsfähigkeit einzelner Kanäle und können diese in standardisierter Form anwenden.

Literatur :

Die aktuelle Literaturliste wird in der Vorlesung bekannt gegeben. Auszug aus der Literaturliste:

- Unger, Fritz/Fuchs, Wolfgang/Michel, Burkhard (2012):
- Mediaplanung: Methodische Grundlagen und praktische Anwendungen, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Turcsanyi, Gerhard/Schützendorf, Robert (2012): Werbewirkung und Mediaplanung: Kompendium für die Praxis und Lehre, Nomos, Baden-Baden.
- Bauer, Christoph/Greve, Götz/Hopf, Gregor (Hrsg.) (2012): Online Targeting und Controlling: Grundlagen - Anwendungsfelder - Praxisbeispiele, Gabler Wiesbaden.

Verwendbarkeit des Moduls

Wahlpflichtmodul

Empfohlene Vorkenntnisse

- M+I744: Grundlagen wissenschaftlicher Textanalyse
- M+I745: Grundlagen wissenschaftlicher Textanalyse (Semiotik)
- M+I746: Lektüre der angegebenen Grundlagenliteratur
- M+I747: Grundlagen Wahrscheinlichkeitsrechnung (Ereignis, Wahrscheinlichkeit, Erwartungswert etc.)
- M+I748: Grundwissen Statistik und Interesse an weiterführenden statistischen Methoden
- M+I749: keine
- M+I750: Grundlagenwissen Marketing
- M+I506: Fundamentals of telecommunication networks, digital modulation, computer sciences and computer networks.

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

- M+I744: Referat (RE) + Klausur (K45)
- M+I745: Referat (RE) + Hausarbeit (HA)
- M+I746: Hausarbeit (HA)

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

- M+I747: Klausur (K60)
- M+I748: Hausarbeit (HA)
- M+I749: Referat (RE)
- M+I750: Praktische Arbeit (PA) + Referat (RE)
- M+I506: Referat (RE)

Leistungspunkte und
Noten

jeweils 1/3 der Note

Prüfung Transmedialität und Kognition			
zugeordnet zu: Modul MuK-20 Wahlpflichtmodul			
Prüfungsnummer:	6010	Prüfungsform:	Referat
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Medientheorie - Basistexte und Positionen			
zugeordnet zu: Modul MuK-20 Wahlpflichtmodul			
Prüfungsnummer:	6015	Prüfungsform:	Hausarbeit & Referat
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Intuition und Kreativität			
zugeordnet zu: Modul MuK-20 Wahlpflichtmodul			
Prüfungsnummer:	6020	Prüfungsform:	Hausarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Rationales Entscheiden			
zugeordnet zu: Modul MuK-20 Wahlpflichtmodul			
Prüfungsnummer:	6025	Prüfungsform:	Klausur 60
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Seite 92 von 95

Prüfung Empirische Forschungsmethoden

zugeordnet zu: Modul MuK-20 Wahlpflichtmodul

Prüfungsnummer:	6030	Prüfungsform:	Hausarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Philosophische Ästhetik

zugeordnet zu: Modul MuK-20 Wahlpflichtmodul

Prüfungsnummer:	6035	Prüfungsform:	Referat
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Mediaplanung Workshop

zugeordnet zu: Modul MuK-20 Wahlpflichtmodul

Prüfungsnummer:	6040	Prüfungsform:	Referat & Projektarbeit
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Prüfung Mobile Communications

zugeordnet zu: Modul MuK-20 Wahlpflichtmodul

Prüfungsnummer:	6045	Prüfungsform:	Referat
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

Modul MuK-21 Masterarbeit			
Modulverantwortlicher:		Prof. Dr. Robert Gücker	
Studiengang:	Medien und Kommunikation	Abschluss:	Master
ECTS-Punkte:	30.0	Workload (h):	900
empf. Semester:	4	Kontaktzeit (h):	0
Moduldauer (Semester):	1	Selbststudium/ Gruppenarbeit (h):	900
Lehrform:	Wissenschaftl. Arbeit/Sem	SWS:	0.0
Häufigkeit des Angebots:	jedes Semester	Gruppengröße:	0

Zugeordnete Prüfungen 7000 Master-Thesis

Lehrveranstaltungen

M+I602 Master-Thesis
 Veranstaltungsart: Wissenschaftl. Arbeit

Lerninhalt:

LERNZIELE

- Siehe Modulbeschreibung
- Themenspezifisch / nach Vereinbarung mit Betreuer.

Literatur :

Verwendbarkeit des Moduls Muk - Pflicht

Empfohlene Vorkenntnisse Siehe StuPO MuK

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Bewertung einer eigenständigen (kreativ-)wissenschaftlichen Arbeit.

Lernziele und Kompetenzen **MODULZIELE**

- Die Studierenden erwerben Kompetenzen in: Recherche, Selektion, Verdichtung, Strukturierung, Schlussfolgerung, Argumentation.

LERNINHALTE

Modulbeschreibung Medien und Kommunikation

- Erstellen einer Thesis, d.h. insb.: Recherche, Selektion, Verdichtung, Strukturierung, Schlussfolgerung, Argumentation

METHODIK

- u.a. empirische Forschung (primäre sowie sekundäre)

Prüfung Master-Thesis

zugeordnet zu: Modul MuK-21 Masterarbeit

Prüfungsnummer:	7000	Prüfungsform:	Thesis
Prüfungsart:	Einzelleistung	Art der Notengebung:	Gestufte Noten

Erläuterungen