

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Fachgeschichte und Fachtheorie	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0301		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Ziel des Moduls ist es, die Studenten mit der Geschichte und den theoretischen Spezifika ihrer Fachdisziplin einführung vertraut zu machen. Die Studenten werden damit in die Lage versetzt, aktuelle Fragestellungen historisch einzuordnen und zu bewerten. Zugleich sollen sie befähigt werden, ein diszipliniertes Problembewusstsein zu entwickeln. In einer schriftlichen Belegarbeit, die den Grundprinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens zu entsprechen hat, soll diese Fachkompetenz nachgewiesen werden.		
Lehrinhalte	<p>Im Mittelpunkt der Lehrveranstaltung stehen die Erörterung fachspezifischer Fragen und das gegenstandsbezogene Anwenden wissenschaftlicher Arbeitstechniken.</p> <p>Was heißt wissenschaftlich zu arbeiten? Worin liegen die Unterschiede eines wissenschaftlichen Textes beispielsweise im Vergleich zu journalistisch oder künstlerisch angelegten Arbeiten? Ausgehend von diesen Grundsatzfragen werden in der Lehrveranstaltung im Teil Wissenschaftliches Arbeiten unter anderem folgende Schwerpunkte behandelt:</p> <p>Methoden und Strategien von Literatur- und Materialbeschaffung (Bibliotheken, Archive, Datenbanken etc.); Bewertung von und Umgang mit verschiedenen Arten von Quellen/Sekundärliteratur; Gliedern und Verfassen von wissenschaftlichen Texten; Funktionen von Zitaten, Zitiervarianten und Apparatenmanagement (Literaturverzeichnis usw.); Referatedienst; Zeitmanagement bei der Erstellung einer wissenschaftlichen Arbeit.</p> <p>Im Teil Methoden und Techniken der Disziplin wird sowohl auf Einzelaspekte in den gegenständlichen Teilbereichen der Fachdisziplin als auch auf übergreifende Aspekte im Sinne der Verknüpfung von fachspezifischen mit vorzugsweise medialen und politisch-sozialen Elementen eingegangen.</p> <p>Entsprechend der jeweiligen Studienrichtung der Studenten sind es im Wesentlichen ausgewählte Gegenstände der nachfolgenden Fachdisziplinen, die in der Lehrveranstaltung inhaltlich behandelt werden:</p> <p>TV-Producer/ -Journalist: Fernsehgeschichte/ -theorie Sportjournalist/ -manager: Sportgeschichte und Sportsoziologie Musikmanager/ -produzent: Musikgeschichte/ -theorie Digitaldesigner: Designgeschichte/ -theorie Medien-, Sport- und Eventmanager: Geschichte und Theorie des Veranstaltungsmanagements PR- und Kommunikationsmanager: Kommunikationsgeschichte/ -theorie Media Acting & Rhetorik: Geschichte und Theorie des (medienspezifischen) Schauspiels/ der Darstellungskunst</p>		

Lernmethoden	<p>Die Vermittlung der grundlegenden historischen und theoretischen Aspekte der Fachdisziplin erfolgt ebenso wie die Einführung in die Prinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens vornehmlich in Form einer Vorlesung. Im seminaristischen Diskurs dagegen erfolgt die Beschäftigung mit exemplarischen Einzelfragen des Faches.</p> <p>Die von den Studenten erlangten Kenntnisse zum wissenschaftlichen Arbeiten müssen im Rahmen einer umfangreichen schriftlichen Belegarbeit angewendet werden. Die Studenten sollen sich dabei eines Themas annehmen, das nachdrücklich auf den Gegenstand der Fachdisziplin ausgerichtet ist.</p>																																		
Dozententeam	Prof. Dr. Detlef Gwosc (Verantwortlich), Dr. phil. Helmar Baum, Prof. Dr. Ludwig Hilmer, Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold																																		
Teilnahmevoraussetzungen																																			
Arbeitslast	<p>150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</p>																																		
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>Sem.</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>03011 Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten</td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td rowspan="2">Msn/PA</td> <td rowspan="2">1</td> </tr> <tr> <td>03012 Methoden und Techniken der Disziplin</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL	03011 Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten		1		1		Msn/PA	1	03012 Methoden und Techniken der Disziplin	2											
	Lerneinheiten -units		SWS							Prüfungen	Gewicht																								
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL																													
03011 Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten		1		1		Msn/PA	1																												
03012 Methoden und Techniken der Disziplin	2																																		
Empf. Literatur	<p>LÜCK Wolfgang: Technik des wissenschaftlichen Arbeitens, München 2003⁹ BÄNSCH Axel: Wissenschaftliches Arbeiten, München 2007⁹ ECO Umberto: Wie man eine wissenschaftliche Abschlußarbeit schreibt, Heidelberg 2007¹² DAHINDEN U., NEURONI A.C., STURZENEGGER S.: Wissenschaftliches Arbeiten in der Kommunikationswissenschaft, Bern, Stuttgart, Wien 2006¹</p>																																		
Weitere Verwendung																																			

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Medien, Kultur, Gesellschaft	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0302		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul dient der Vermittlung von grundlegenden Kompetenzen zur Beurteilung des medialen, politischen und rechtlichen Systems der Bundesrepublik Deutschland; alternativ kann auch ein anderer Mitgliedstaat der Europäischen Union gelehrt werden. Der Student wird damit in die Lage versetzt, die Strukturen von medialer, politischer, sozialer, gesellschaftlicher und rechtlicher Ordnung der Bundesrepublik Deutschland bzw. eines Mitgliedstaates der Europäischen Union zu erkennen, zu analysieren und zu bewerten. Zusätzliche Kompetenz erlangt der Studierende durch die Vermittlung grundlegender Fähigkeiten und Fertigkeiten zum wissenschaftlichen Arbeiten.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul gibt einen Einblick in die historisch bedingte und föderalistisch strukturierte Infrastruktur in den Bereichen kulturelle Geschichte und Identität Medien, politisches und soziales System sowie Rechtsordnung und Medienrecht. Es geht sowohl auf Einzelaspekte in den Bereichen als auch auf übergreifende Aspekte im Sinne der Verknüpfung von kulturellen, medialen, politisch-sozialen und rechtlichen Elementen ein.</p> <p>Behandelt werden dazu:</p> <p>Im Bereich Kultur: Grundlagen der Kultur- und Kunstwissenschaften/ Grundlagen der Dramaturgie/ deutsche und europäische Kulturgeschichte/ Kulturhoheit der Länder/ Förderstrukturen/ Grundlagen des Urheber- und Leistungsschutzrechtes</p> <p>Im Bereich Medien: Rechtliche Grundlagen des Mediensystems/ Medienstruktur/ Medienkonzentration/ Rundfunkurteile/ Jugendschutz und Selbstkontrolle der Medien/ Mediennutzung, Medienausstattung/ Medieninfrastruktur/ Mechanismen der Medien- und Marktforschung/ Film, Filmmarkt, Filmförderung/ Medienorganisation/ Werbung und Werbewirtschaft.</p> <p>Im Bereich Politik: Ordnungsprinzip in Staat und Gesellschaft/ Föderatives System/ Parteiensystem/ Parlamentarismus und Verfassungsorgane/ Politisches Mandat/ Mitwirkungsmöglichkeiten der Bürger/ Kommunalpolitik/ Verbände und außerparlamentarische Macht.</p> <p>Im Bereich Rechtsordnung und Medienrecht: Rechtsquellen und -anwendung; Verfassungsrechtliche Grundlagen; Abgrenzung Zivil-, Straf-, öffentliches Recht; Methodik der Rechtsfindung; Nationales und europäisches Medienrecht; Urheber-, Lizenz-, Foto-, Verlags-, Internet- und Multimediarecht.</p>		

Lernmethoden	Die Vorlesung zum Mediensystem befasst sich mit Funktionsweisen und Zusammenhängen zentraler demokratischer Prozesse. Durch die abgestimmte Verknüpfung von thematisch verbundenen Inhalten entsteht Sachkompetenz. Die Studierenden befassen sich sowohl mit primären als auch mit sekundären Texten, die ihnen die Fertigkeit geben, das Modul zu vertiefen.																																								
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer (Verantwortlich), Dr. jur. Birgit Schröder, Dr. Joachim Willms																																								
Teilnahmevoraussetzungen																																									
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																																								
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>Sem.</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>03021 Internationale Medien- und Kultursysteme</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="3">Ms/90</td> <td rowspan="3">1</td> </tr> <tr> <td>03022 Rechtsordnung</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>03023 Medienrecht (Urheberrecht)</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL	03021 Internationale Medien- und Kultursysteme	2					Ms/90	1	03022 Rechtsordnung	1					03023 Medienrecht (Urheberrecht)	2											
	Lerneinheiten -units		SWS							Prüfungen	Gewicht																														
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL																																			
	03021 Internationale Medien- und Kultursysteme	2					Ms/90	1																																	
03022 Rechtsordnung	1																																								
03023 Medienrecht (Urheberrecht)	2																																								
Empf. Literatur	<p>ALTENDORFER Otto: Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland, Wiesbaden 2001¹ 2 Bände Jahr: 2001-2004</p> <p>AVENARIUS Hermann: Die Rechtsordnung der Bundesrepublik Deutschland, Bonn 2001³</p> <p>LÜCK Wolfgang: Technik des wissenschaftlichen Arbeitens, München 2003⁹</p> <p>SCHREYER Bernhard, SCHWARZMEIER Manfred: Grundkurs Politikwissenschaft, Studium der Politischen Theorie: Eine studienorientierte Einführung, Wiesbaden 2008¹</p> <p>ALTENDORFER Otto: Das Mediensystem der EU und der EU-Mitgliedstaaten, Wiesbaden 2008¹</p> <p>ALTENDORFER Otto, HILMER Ludwig (Hg.): Medienmanagement, Wiesbaden 2006¹ 4 Bände (2006-2008)</p> <p>DERICHS Claudia, HEBERER Thomas (Hg.): Wahlsysteme und Wahltypen, Wiesbaden 2006¹</p> <p>GABRIEL Oscar W., HOLTMANN Everhard (Hg.): Handbuch Politisches System der Bundesrepublik Deutschland, München 2004³</p> <p>THOMAS Barbara (Hg.): Mediensysteme im internationalen Vergleich, Konstanz 2007¹</p> <p>TÖMMEL Ingeborg: Das politische System der EU, Konstanz 2007³</p> <p>FRÖHLICH M., KORTE K. R.: Politik und Regieren in Deutschland, Paderborn, München, Wien 2006²</p> <p>STROHMEIER G.: Politik und Massenmedien, Baden-Baden 2004¹</p> <p>SCHRAG W.: Medienlandschaft Deutschland, Konstanz 2007¹</p> <p>SCHMIDT Ulrich, SCHMUCK M.: Das neue Presserecht. Praxistipps für Journalisten., Remagen 2006¹</p>																																								
Weitere Verwend.																																									

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Betriebswirtschaft	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0303		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Die Studenten werden befähigt, Zielentscheidungen für Unternehmen unterschiedlicher Rechtsformen treffen und beurteilen zu können. Es wird Fachkompetenz vermittelt, die es gestattet, Geschäftsvorfälle in Bestands- und Erfolgskonten zu dokumentieren und daraus den handels- und steuerrechtlichen Jahresabschluss erstellen und bewerten zu können. Dabei wird gleichzeitig die Methodenkompetenz verstärkt. Das Lösen von Fallstudien erhöht die Sozialkompetenz.		
Lehrinhalte	In den Grundlagen wird das Unternehmen als System in einem sich dynamisch verändernden globalem Umfeld gezeigt. Das Zielsystem eines Unternehmens wird als Akt der Willens- und Wertebekundung diskutiert. Die durchzuführenden Geschäftsprozesse und deren Veränderungen gemäß des ökonomischen Prinzips werden charakterisiert. Es werden Entscheidungen zur Wahl der Rechtsform, der Standorte und der Kooperationspartner mit dem Instrument der Nutzwertanalyse und geeigneter Kennziffern diskutiert. Das Seminar Buchführung vermittelt Wissen zum Aufstellen von Buchungssätzen und Verbuchung in Erfolgs- und Bestandskonten ebenso wie die Erstellung der GuV und Bilanz.		
Lernmethoden	In Vorlesungsform werden Unternehmen mittels verschiedener Kriterien klassifiziert und unterschiedliche Rechtsformen dargestellt. Es wird die Geschäftsbuchführung der Unternehmen auf der Grundlage des Kontenrahmens dargelegt. Im Rahmen der Buchungen zum Jahresabschluss werden grundlegende handels- und steuerrechtliche Bewertungsvorschriften erläutert. In den Übungen und Seminaren wird das Wissen durch das Lösen von Aufgaben und Fallstudien, die die Studierenden vorbereiten und präsentieren, vertieft und geübt.		
Dozententeam	Dr. rer. oec. habil. Ralf Dietrich (Verantwortlich), Dr. oec. habil. Reinhard Breiler, Dr. rer. nat. / Dipl.-Phys. Diane Woitschitzky		
Teilnahmevoraussetzungen	keine		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
Lehreinheitsformen	03031 Grundlagen Betriebswirtschaftslehre	2					Ms/90	1
	03032 Buchführung/Bilanzierung	2						
Empf. Literatur	SCHÄFER-KUNZ Jan, VAHS Ditmar: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart 2007 ⁵ ACHLEITNER Ann-Kristin, THOMMEN Jean-Paul: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden 2006 ⁵ OLFERT K., RAHN L.: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. Kompendium d. prakt. Betriebswirtschaft, Ludwigshafen 2008 ⁹ DEITERMANN M., SCHMOLKE S.: Industrielles Rechnungswesen, Darmstadt 2007 ³⁵ BENSCH Jörg: Praktische Fälle aus der Betriebswirtschaftslehre, Ludwigshafen 2007 ⁶							
Weitere Verwendung	B.A. Film und Fernsehen, Modul 0403 B.A. Gesundheitsmanagement, Modul 0503 B.A. Business Management, Modul 0603							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Medieninformatik	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0304		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt den Studierenden das grundlegende Verständnis für die Arbeitsweise von Computern, Betriebssystemen und Netzwerkdiensten. Die Studierenden erwerben eine Anwendungskompetenz für Standardsoftware und grundlegende Fähigkeiten bei der Verwaltung von Datenbeständen mittels Datenbanksystemen.</p> <p>Ausgehend von der Geschichte und der Entwicklung der Computertechnik erhalten die Studierenden einen Überblick über gebräuchliche Rechnerarchitekturen. Die Studierenden erlangen Kompetenz in der Beurteilung von Aufbau und Funktion von Computersystemen, wobei multimediale und medienrelevante Besonderheiten im Vordergrund stehen. Dabei erlangen die Studierenden die Befähigung, ein Computersystem entsprechend einer vorgesehenen Hauptanwendung auszuwählen. Im Rahmen der praktischen Arbeit erlernen die Studierenden die Installation von Betriebssystemen, den Anschluss von Peripheriegeräten und die Vernetzung von Computern.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul gibt Einblicke in die Grundlagen der Informatik und die benötigten Hardwareplattformen. Behandelt werden in den Lehrveranstaltungen Betriebssysteme, Integrierte Softwarepakete, Webseitengestaltung, lokale Netzwerke und Onlinesysteme.</p> <p>Das Seminar PC-Technik behandelt folgende Themen: Geschichte und Entwicklung der Computertechnik; Klassifikation, Aufbau, Charakteristika gebräuchlicher Rechnerarchitekturen und Computersysteme; Funktionsweise, Leistungsmerkmale und Besonderheiten von Mikroprozessoren; Aufbau und Arbeitsweise der Basiskomponenten eines Computersystems; Funktionsweise von Erweiterungskarten, multimedialer Komponenten.</p> <p>Das Seminar „Webseitengestaltung und Standardsoftware“ vertieft die Kenntnisse der Studierenden im fachgerechten Umgang mit der Standardanwendungssoftware. Aufbauend auf den Grundkenntnissen der Standardsoftware werden sie mit der Webseitengestaltung mittels HTML Editoren vertraut gemacht.</p> <p>Die Vorlesung und das Seminar „Onlinesysteme, Netzwerke“ vermitteln den Studierenden Kenntnisse der grundlegenden Funktionsweisen von Netzwerken und deren Aufbau. Das OSI-Referenzmodell sowie LAN- und WAN-Technologien unter Einbeziehung der dazugehörigen Baugruppen stehen im Mittelpunkt der Lehrveranstaltungen.</p>		

Lernmethoden	<p>Das Seminar „PC-Technik“ (1SWS) schafft die Grundlagen zum Verständnis des Aufbaus und der Funktion von Rechnersystemen sowie deren Kenngrößen.</p> <p>Das Seminar „Webseitengestaltung und Standardsoftware“ (2 SWS) entwickelt durch den Anwenderbezug die Handlungskompetenz der Studierenden in der fachgerechten Nutzung der Software.</p> <p>Die Vorlesung „Onlinesysteme, Netzwerke“ (1 SWS) vermittelt die theoretischen Kenntnisse der Datennetze. Das begleitende Seminar (1 SWS) bietet den Studierenden die Gelegenheit, Netzwerke zu entwickeln und ihre erworbenen Kenntnisse in praxisgerechten Lösungen anzuwenden.</p>																																							
Dozententeam	Prof. Dr. rer. nat. habil Peter Will (Verantwortlich), Dr. Sergej Korsowezki, Brigitte Landwert-Rathje																																							
Teilnahmevoraussetzungen																																								
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																																							
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>Sem.</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>03041 PC-Technik</td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="3">Ms/90</td> <td rowspan="3">1</td> </tr> <tr> <td>03042 Webseitengestaltung und Standardsoftware</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>03043 Online-systeme, Netzwerke</td> <td>1</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL	03041 PC-Technik		1				Ms/90	1	03042 Webseitengestaltung und Standardsoftware		2				03043 Online-systeme, Netzwerke	1	1									
	Lerneinheiten -units		SWS							Prüfungen	Gewicht																													
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL																																		
	03041 PC-Technik		1				Ms/90	1																																
03042 Webseitengestaltung und Standardsoftware		2																																						
03043 Online-systeme, Netzwerke	1	1																																						
Empf. Literatur	<p>JOBST Fritz: Programmieren in Java, München 2005⁵ PILNY Manfred, WANDEL Martin: Fachwissen Medievorstufe, Itzehoe 2001¹ Bd.1-3, 2001 und 2002 SCHICKER Edwin: Datenbanken und SQL, Stuttgart 1996¹ SCHNEIDER Uwe, WERNER Dieter: Taschenbuch der Informatik, Leipzig 2004¹ GUMM Heinz-Peter, SOMMER Manfred: Einführung in die Informatik, München, Wien 2006⁷ MÜNZ Stefan, NEFZGER Wolfgang: HTML-Handbuch, Poing 2007¹</p>																																							
Weitere Verwendung	B.A. Film und Fernsehen, Modul 0402																																							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Journalistische Grundlagen	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0305		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt Kernkompetenzen des journalistisch-publizistischen Handwerks, die Studierende in die Lage versetzen, journalistische Beiträge in textorientierten Medien (Print- und Onlinemedien) nach fachlichen Gesichtspunkten zu analysieren, in Hinblick auf die professionelle Qualität zu bewerten und auf mittlerem Niveau zu erstellen. Neben den klassischen Kompetenzen des Journalisten (Sachkompetenz, Fachkompetenz und Vermittlungskompetenz) werden durch die gestellten Kommunikationsaufgaben und die Konfrontation mit der Kritik an den verfassten Texten übergeordnete Schlüsselkompetenzen gefördert.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul gibt einen Einblick in Quellen und Methoden der journalistischen Informationsbeschaffung und vermittelt weitergehende Formen der journalistischen Inhaltsvermittlung. Die Frage, was Gegenstand der journalistischen Berichterstattung sein kann, wird ebenso dargelegt wie Techniken und Methoden der Beschaffung von Inhalten unter den Gesichtspunkten journalistischer Sorgfaltspflicht, medienwirtschaftlicher Effizienz und Einbindung in den Produktionsablauf.</p> <p>Behandelt werden dazu: Informations- und Hilfsmittel in gedruckter und elektronischer Form, Planung und Organisation der Recherche, Agenturen, Datenbanken, Presseinformationen, Grundzüge der Pressearbeit von Institutionen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, Erschließung von Informationsquellen und Kontakten.</p> <p>Das Modul zeigt in welcher Form journalistische Inhalte dem Leser/ User vermittelt werden können. Neben der grundsätzlichen Vermittlungsleistung einzelner Darstellungsformen steht die Anpassung an die Erfordernisse eines Einzelmediums bzw. die Aufbereitung für die medienübergreifende Verwertung. Behandelt werden die klassischen Genres Nachricht, Bericht, Kommentar, Reportage, Dokumentation, Feature, Glosse, Portrait und die nonlineare Umsetzung von Inhalten für Onlinemedien.</p> <p>Daneben werden journalistische Organisations- und Arbeitstechniken vorgestellt, sowie die Grundlagen des Redaktionsmanagements und Redaktionssysteme.</p>		
Lernmethoden	<p>Eine vertiefende Übung „Journalistische Recherche und Darstellungsformen“ verbindet thematisch die periodischen Grundlagenvorlesungen „Journalistische Darstellungsformen“ sowie „Recherche und journalistische Informationssysteme“, deren Gegenstände im journalistischen Herstellungsprozess aufeinander folgen.</p>		

	<p>Die periodische Grundlagenvorlesung „Journalistische Arbeitstechniken“ gibt einen Einblick in Methoden der journalistischen Arbeitswelt. Die Beschaffung von Inhalten unter den Gesichtspunkten journalistischer Sorgfaltspflicht, medienwirtschaftlicher Effizienz und Einbindung in den Produktionsablauf wird im Zusammenhang mit Formen des Redaktionsmanagements oder von Redaktionssystemen besprochen.</p> <p>Darüber hinaus entsteht durch die praktischen Übungen bei der Recherche sowohl Sachkompetenz über konkrete Informationsquellen im Redaktionsgebiet des Hochschulstandortes als auch Fachkompetenz bezüglich der Arbeitsmethode. Der Ablauf der Übung sieht vor, dass die Teilnehmer mit konkreten Rechercheaufgaben arbeiten und die Ergebnisse zwischen den verschiedenen Sitzungen in die Darstellungsformen Nachricht, Bericht, Reportage, Dokumentation, Portrait und Feature umsetzen.</p> <p>Nach der Korrektur erhalten die Teilnehmer Gelegenheit, die erste Fassung entsprechend den Hinweisen der Dozenten und Erkenntnissen aus der Diskussion in der Seminargruppe zu überarbeiten. Die Informationsbeschaffung erfordert Kommunikationsgeschick der Teilnehmer und stärkt so eine der Schlüsselqualifikation des Studienganges. Die konkrete Umsetzung in journalistische Texte baut journalistische Vermittlungskompetenz auf. Die Diskussion der Ergebnisse durch Dozenten und Kommilitonen kontrolliert dies und fördert die Fähigkeit zur zielorientierten Verarbeitung von Kritik im Redaktionsteam.</p>																																	
Dozententeam	Prof. Horst Müller (Verantwortlich), Veit Bentlage, Dr. phil. habil. Harald Rau, Gerhard Specht																																	
Teilnahmevoraussetzungen																																		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																																	
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>Sem.</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>03051 Journalistische Darstellungsformen</td> <td>1</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="3">Msn/PA</td> <td rowspan="3">1</td> </tr> <tr> <td>03052 Recherche</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>03053 Journalistische Arbeitstechniken</td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL	03051 Journalistische Darstellungsformen	1	1				Msn/PA	1	03052 Recherche	1					03053 Journalistische Arbeitstechniken		1			
Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht																											
	Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL																													
03051 Journalistische Darstellungsformen	1	1				Msn/PA	1																											
03052 Recherche	1																																	
03053 Journalistische Arbeitstechniken		1																																
Empf. Literatur	<p>VON LAROCHE Walther: Einführung in den praktischen Journalismus, München 2008¹⁸</p> <p>RAUE Paul-Josef, SCHNEIDER Wolf: Das neue Handbuch des Journalismus, Berlin 2003²</p> <p>SIMONS Anton: Redaktionelles Wissensmanagement, Konstanz 2007¹</p>																																	
Weitere Verwendung																																		

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Angewandte Kommunikationsforschung	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0306		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt grundlegende Kompetenzen zum Verständnis und zum Einsatz von Methoden der Publikums-, Produkt- und Wirkungsforschung in der Kommunikationswirtschaft. Der Studierende wird in die Lage versetzt, Entscheidungen zu beurteilen und nachzuvollziehen, die durch solche Forschung zustande kommen. Er wird befähigt, die Instrumente der Medien- und Kommunikationsforschung aktiv zu nutzen und deren Anwendung auf Verlässlichkeit und Effizienz hin zu bewerten.</p> <p>Der Kontext dieser Entscheidungen ist vor allem der des Medien- oder Kommunikationsunternehmens bei der Vermarktung seiner Angebote. Schwerpunkt in diesem Modul sind deshalb quantitative Methoden zur Evaluation von Publikum und Produkten, aber auch qualitative Verfahren zur Abschätzung der Wirkung von Kommunikationsangeboten. Teil der praxisnahen Medienforschung ist ferner die systematische Einschätzung von Beschaffungsmärkten.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul führt in die Begriffe, Regeln und Ansätze der empirischen Kommunikationsforschung ein. Es macht die Teilnehmer mit dem Forschungsprozess vertraut und stellt die in der Forschung genutzten Verfahren im Einzelnen vor. Der Weg von der Ausgangsfragestellung zu einer konkreten Untersuchung wird vermittelt und nachvollzogen: von der Benennung des Problems über Theorien, Modelle, Begriffe und Hypothesen zu Variablen und deren Operationalisierung bis hin zur Datenerhebung, Auswertung, Analyse und Präsentation der Ergebnisse. Untersuchungsstrategien werden diskutiert und Gütekriterien aufgestellt. Einzelne Methodengruppen werden mit den ihnen spezifischen Forschungstechniken behandelt: Befragung, technische Messung, Inhaltsanalyse, Beobachtung, Experiment, Internetforschung, Erschließung von Sekundärdaten.</p> <p>Im Modul werden die speziellen statistischen Kenntnisse vermittelt, die die Kommunikationsforschung benötigt: Deskriptive Statistik (Kennziffern und Messwerte), Wahrscheinlichkeitstheorie, Stichprobentheorie und Auswahlverfahren, Hypothesenprüfung, Varianzanalysen, ausgewählte multivariate Analyseverfahren (Faktoren-, Cluster- und Diskriminanzanalyse). Es wird der Umgang mit rechnergestützten Verfahren zur Datenaufbereitung und -analyse vermittelt.</p> <p>Das Modul gibt Einblick in bedeutende Untersuchungen der standardisierten Medienforschung, mit denen die Nutzung von Hörfunk, Fernsehen und Printmedien kontinuierlich beobachtet wird. Es wird dargestellt, wie diese Ergebnisse zustande kommen, was die Aussagen bedeuten und wie die Kommunikationswirtschaft mit diesen umgeht.</p>		

	<p>Es wird erörtert, wie diese Informationen durch standardisierte Verbraucherstudien flankiert werden und welche Rolle sie im Werbemarkt spielen. Zudem wird die Mittweidaer Studie über Lokalfernsehen in Sachsen behandelt, für die es, analog zu den überregionalen Studien, ebenfalls kontinuierliche Erhebungen gibt. Wichtige Studien aus Medienwirkungsforschung und Programm-analyse werden vorgestellt: ihre Ansätze und Verfahren, ihre Ergebnisse und ihre Bedeutung für die Kommunikationswirtschaft.</p> <p>Datenbestände aus allen diesen Untersuchungen dienen einer praxisnahen Vermittlung aktueller Erhebungs- und Analysetechniken. Es wird Wert darauf gelegt, dass diese Daten nicht nur interpretiert, sondern auch für die Nutzung Beschaffungsmarkt aufbereitet und mit geeigneten Informationen aus Datenbanken ergänzt werden.</p>																																	
Lernmethoden	<p>Das Modul gliedert sich in:</p> <ul style="list-style-type: none"> - eine Vorlesung Einführung in die angewandte Kommunikationsforschung zu wissenschaftlichen Grundlagen und zur Methodik - eine Vorlesung zur Statistik und Datenanalyse sowie - ein Seminar Publikumsforschung. <p>Das Seminar setzt an konkreten Beispielen aus der aktuellen Forschung die in den beiden Vorlesungen vermittelten methodischen und statistischen Kenntnisse praktisch um. In der Begleitung laufender Forschungsvorhaben lernen die Studierenden, eigene Projekte zu entwickeln und durchzuführen.</p>																																	
Dozententeam	Prof. Dr. Ludwig Hilmer (Verantwortlich), Dr. phil. Klaus Christian Forster, Dr. phil. Dietrich Hildebrandt, Prof. Klaus Liepelt, Dr. Christian Metje																																	
Teilnahmevoraussetzungen																																		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																																	
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>Sem.</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>03061 Einführung in die angewandte Kommunikationsforschung</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="3">Ms/90</td> <td rowspan="3">1</td> </tr> <tr> <td>03062 Statistik und Datenanalyse</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>03063 Publikumsforschung</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL	03061 Einführung in die angewandte Kommunikationsforschung	1					Ms/90	1	03062 Statistik und Datenanalyse	2					03063 Publikumsforschung		2			
Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht																											
	Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL																													
03061 Einführung in die angewandte Kommunikationsforschung	1					Ms/90	1																											
03062 Statistik und Datenanalyse	2																																	
03063 Publikumsforschung		2																																

Empf. Literatur	<p>BORTZ Jürgen, DÖRING Nicola: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Berlin, Heidelberg 2006⁴</p> <p>MEYEN Michael: Mediennutzung, Medienforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster, Konstanz 2004²</p> <p>KIPPHAN Helmut: Handbuch der Printmedien, Berlin 2000¹</p> <p>BROSIUS H. B., HAAS A., KOSCHEL F.: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung, Wiesbaden 2008⁴</p> <p>KÜCHENHOFF Helmut, MATHES Harald: Statistik für Kommunikationswissenschaftler, Konstanz 2006²</p> <p>KLAMMER Bernd: Empirische Sozialforschung: Eine Einführung für Kommunikationswissenschaftler und Journalisten, Konstanz 2005¹</p> <p>WEISCHER Christoph: Sozialforschung, Konstanz 2007¹</p>
Weitere Verwendung	B.A. Medienmanagement, Modul 0214

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienbetriebswirtschaft	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0307		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt grundlegende Kompetenzen, mit denen der Studierende in die Lage versetzt werden soll, juristische, betriebswirtschaftliche und produktionstechnische Zusammenhänge zu erkennen und medienpezifisch zu reflektieren. Angestrebt wird ein Überblickswissen, das es ermöglicht, sich in Fragestellungen eines Medienunternehmens relativ rasch und selbständig einzuarbeiten, bzw. Schwerpunkte für den weiteren Studienverlauf bewusst auszuwählen.		
Lehrinhalte	<p>Das Modul gibt zunächst einen Einblick in Denkweisen und Methoden der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und des Marketing, legt aber seinen Schwerpunkt auf die Betrachtung medienpezifischer Fragen: Medienprodukte werden auf zwei Märkten angeboten, dem Rezipienten- und dem Werbemarkt, und haben damit oft völlig konträren Interessen gerecht zu werden. Weiter können Medien nur bedingt auf eine Steigerung von Skalenerträgen setzen und, spiegelbildlich, auf sinkende Nachfrage nicht einfach mit einer entsprechenden Senkung der Ausbringungsmenge reagieren. Die Konzepte der „klassischen“ Betriebswirtschaft bzw. des Marketing werden um entsprechende Antworten ergänzt.</p> <p>Die Vorlesung Wirtschaftsrecht beschäftigt sich mit der Wahl der Rechtsform von Unternehmen, dem Handels-, Wettbewerbs- und Kartellrecht. Das Tutorium „Key Studies“ vertieft die vorgenannten Themenbereiche anhand praktischer Beispiele.</p> <p>Das Seminar Produktionsplanung vermittelt die wesentlichen Produktions- und Steuerungsprozesse sowie logistische Fragen bei der Realisation eines Mediums.</p>		
Lernmethoden	Die Vorlesungen Medienbetriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsrecht erörtern die betriebswirtschaftlichen und juristischen Grundlagen der Medienproduktion. Anhand eines Fallbeispiels werden diese Erkenntnisse im Seminar Produktionsplanung praxisnah vertieft und angewendet. Im Tutorium „Key Studies“ werden Schwerpunkte der Medienbetriebswirtschaftslehre weiter vertieft, um die Handlungskompetenz der Studierenden zu stärken.		
Dozententeam	Prof. Günther Graßau (Verantwortlich), Heike Kunze, Dr. rer. oec. Alexander Schiemann, Prof. Tobias Stanislav (RA), Dr. rer. nat. / Dipl.-Phys. Diane Woitschitzky		
Teilnahmevoraussetzungen			
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 135 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 9 SWS) 165 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
Lehreinheitsformen	03071 Wirtschaftsrecht	2					Pls/90	2/3
	03072 Medienbetriebs- wirtschaft / Medienmarketing	2	2					
	03073 Key-Studies / Tutorium				1			
	03074 Produktionsplanung	1	1				Plsn/PA	1/3
Empf. Literatur	<p>SCHÄFER-KUNZ Jan, VAHS Ditmar: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart 2007⁵</p> <p>BURMANN Christoph, KIRCHGEORG Manfred, MEFFERT Heribert: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden 2007¹⁰</p> <p>ALTENDORFER Otto, HILMER Ludwig (Hg.): Medienmanagement, Wiesbaden 2006¹ 4 Bände (2006-2008)</p> <p>ESCH Franz-Rudolf: Marketing - Eine managementorientierte Einführung, München 2008²</p> <p>: HGB-Handelsgesetzbuch, München 2008⁴⁷</p> <p>SCHICK Stefan: Rechts- und Unternehmensformen, Baden-Baden 2003¹</p> <p>SYLVIE G.: Media Management, Abingdon 2007¹</p>							
Weitere Verwendung	B.A. Film und Fernsehen, Modul 0410							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Projektmanagement	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0308		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul widmet sich der Organisation und dem Arbeitsablauf in Werbe- und Eventagenturen. Agenturen bündeln das Wissen unterschiedlichster Spezialisten (z.B. Mediaplaner, Kreative, Marktforscher) um für ihre Kunden eine individuelle Problemlösung, die Kampagne, zu entwickeln. In einer Kampagne fließen alle Variablen einer erfolgsoptimierten Kommunikationsstrategie zusammen.</p> <p>Das Modul vermittelt zusätzlich Projekte zu planen, zu strukturieren, zu überwachen und zu steuern. Die Studierenden lernen die einzelnen Projektschritte zu bestimmen, Zeit abschätzen, die Interdependenzen zwischen den Aktivitäten festlegen und das Planen und Zuordnen von Ressourcen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Agenturen: Rechtsform der Agentur, Aufbau- und Ablauforganisation, Ressortmanagement, Etatmanagement, Key-Account-Management.</p> <p>Kampagnen: Zielgruppenanalyse, Budgetplanung (Minimal- oder Maximalprinzip), Copystrategie (Kommunikations-Strategie, -Medien und Mediaplanung) Zeitmanagement (Plastische Darstellung durch Netzplantechnik) Präventive rechtliche Absicherung der Kampagne (Urheberrechte, Markenrechte, GEMA, etc.)</p> <p>Projektmanagement: Postkommunikative Erfolgskontrolle Projektaufbau- und Projektablauforganisation, Projektstrukturplanung, Lasten- und Pflichtenheft, Aufwands- und Kostenschätzung (Budgetierung), Termin- und Ablaufplanung (durch Netzplantechnik), Projektsteuerung, Projektmanagement-Software (z.B. MS Project)</p>		
Lernmethoden	<p>Die Lehrveranstaltung Agenturen und Kampagnen vermittelt in vorlesungs- und seminaristischer Form den Einblick in die Arbeitsweisen von Agenturen, der Schwerpunkt liegt auf dem Erwerb von Kompetenzen zur Analyse, Bewertung und Erarbeitung von Strategien und Kampagnen vorwiegend im Medienunternehmen.</p> <p>Die Lehrveranstaltung Projektmanagement vermittelt in vorlesungs- und seminaristischer Form den Einblick in die Arbeitsweise von Projektmanagementsystemen sowie Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Analyse, Bewertung und Erarbeitung von Projektmanagementsystemen im Medienunternehmen.</p>		

Dozententeam	Dr. phil. Volker J. Kreyher (Verantwortlich), MBA Christian Naie, Heiner Sieger							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lehreinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03081 Agenturen und Kampagnen		2				Msn/PA	1
03082 Projektmanagement		2						
Empf. Literatur	<p>RÖTTGER Ulrike (Hg.): PR-Kampagnen: Über die Inszenierung von Öffentlichkeit, Wiesbaden 2006³</p> <p>BEA Franz, SCHEURER Steffen: Projektmanagement: Grundwissen der Ökonomik, Stuttgart 2008¹</p> <p>KERZNER Harold: Projektmanagement - ein systemorientierter Ansatz zur Planung und Steuerung, Bonn 2008²</p> <p>RATIONALISIERUNGSKURATORIUM der dt. Wirtschaft e. V.: Projektmanagement - Fachmann, Sternenfels 2008²</p> <p>KNÖDLER-BUNTE E., SCHMIDBAUER K.: Das Kommunikationskonzept, Potsdam 2007¹</p> <p>BENTELE G., FRÖHLICH R., SZYSZKA P: Handbuch der Public Relations, Wiesbaden 2007¹</p> <p>SCHRATTENECKER G., SCHWEIGER G.: Werbung, Stuttgart 2001⁵</p>							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Schreiben und Texten	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0309		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Ziel des Moduls ist es, die Studenten mit der Spezifik TV-journalistischer Arbeitstechniken in einer Art und Weise vertraut zu machen, so dass die Studenten in der Folge selbständig in der Lage sind, Texte von TV-Beiträgen zu bewerten und insbesondere selbst wirkungsvoll zu texten. In diesem Zusammenhang sollen von den Studenten gleichermaßen Texte von Fremd- als auch Eigenbeiträgen um- bzw. neu geschrieben werden.		
Lehrinhalte	<p>Im ersten Teil, den TV-Journalistischen Arbeitstechniken, werden den Studenten die Besonderheiten des Mediums Fernsehen aus journalistischer Sicht vermittelt. Dabei wird der Fokus speziell auf genrespezifische Aspekte wie Personalisierung, Emotionalisierung und Dramatisierung aber auch auf den richtigen Einsatz von Musik und Geräuschen sowie die Arbeit mit O-Tönen gelegt.</p> <p>Im anschließenden Teil, dem Texten fürs Fernsehen, wird zuerst eine Analyse von Filmbeispielen unter dem Gesichtspunkt des Zusammenspiels von Bild und Text vorgenommen. Es wird die Frage behandelt, was ein TV-Text leisten kann bzw. muss, um eine sinnvolle, aus Wirkungsaspekten optimale Verknüpfung von Text und Bild zu erreichen: Wie gelingt es, dass Texte aus Bildfolgen Geschichten und Bilder aus Texten packende Kommentare machen? Wie wird eine Story in Bildern erzählt, die der Text stützt? Welchen sprachlichen Duktus verlangt das Thema/ der Stoff? Neben der Erörterung typischer Mittel (Parallelität, Steigerung, Modifikation) wird ausführlich auf häufige Fehler (wie Bild-Text-Schere, Doppler u.ä.) beim Texten hingewiesen.</p>		
Lernmethoden	Nach einem grundlegenden theoretischen Teil und der dezidierten Analyse von Beispielen aus dem Fernsehen müssen die Studenten das Erlernete unter Anleitung in selbständigen Text- und Sprechübungen an eigenen und fremden TV-Beiträgen umsetzen.		
Dozententeam	Prof. Dr. Detlef Gwosc (Verantwortlich), Ralf Joachim Kraft, Dr. phil. habil. Harald Rau		
Teilnahmevoraussetzungen	keine		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03091 TV-journalistische Arbeitstechniken		2				Msn/PA	1
	03092 Texten für TV		2					
Empf. Literatur	FÖRSTER Hans-Peter: Texten wie ein Profi, Frankfurt/Main 2007 ⁹ ORDOLFF Martin, WACHTEL Stefan: Texten für TV: Ein Leitfaden zu verständlichen Fernsehbeiträgen, München 2004 ² VOGT Guido: Storyline: Texten fürs Fernsehen, Neu-Isenburg 2005 ¹							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss			B.A.			
Modulname	Kommunikationspolitik	Unterrichtssprache			Deutsch			
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz			1 Semester, ständig			
Modulnummer	0310							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits			5			
Ausbildungsziele	Ziele des Moduls sind die Vermittlung der Grundlagen und Methoden zur Erstellung von Konzeptionen für die Kommunikation von Unternehmen, Organisationen bzw. Institutionen, sowie die wesentlichen Kommunikationsinstrumente, ihre Funktionen und Inhalte und die Möglichkeiten und Wirkung von Integrierter Kommunikation.							
Lehrinhalte	Das Modul vermittelt die Grundlagen und Methoden zur Erstellung von Konzeptionen: Techniken zur Entwicklung kreativer Ideen, Strukturierung mit Situationsanalyse, Bestimmung der Ziele, Zielgruppen, Wege, Realisierungsvorschlag, Erfolgskontrolle, Zeitplan und Budgetierung sowie Präsentationsvorlage. Dies im Kontext von strategischer Vorgaben bzw. Wettbewerbsanalysen. Dabei bezieht sich die Konzeption im Schwerpunkt auf die Kommunikation von Unternehmen, Organisationen bzw. Institutionen. Im Teilmodul Kommunikationsinstrumente werden die wesentlichen Instrumente wie PR, Werbung, Verkaufsförderung, persönlicher Verkauf und ihre Funktionen und Inhalte innerhalb der Kommunikationspolitik dargestellt sowie in der Integrierten Kommunikation die Möglichkeiten, Synergien und Wirkung einer konsistenten und aufeinander abgestimmten Kommunikation vermittelt.							
Lernmethoden	Die Inhalte der Vorlesungen werden im Seminar anhand von anwenderorientierten Praxisbeispielen dargestellt und zusammen mit den Studierenden entwickelt und vertieft.							
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer (Verantwortlich), Dr. phil. Volker J. Kreyher							
Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Leereinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03101 Konzeptionen	1	1				Ms/90	1
	03102 Kommunikationsinstrumente		1					
03103 Integrierte Kommunikation		1						

Empf. Literatur	<p>BRUHN Manfred: Kommunikationspolitik, München 2007⁴ LEIPZIGER Jörg W.: Konzepte entwickeln: Handfeste Anleitungen für bessere Kommunikation, Frankfurt am Main 2007² BRUHN Manfred: Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation : strategische Planung und operative Umsetzung, Stuttgart 2006⁴ KNÖDLER-BUNTE E., SCHMIDBAUER K.: Das Kommunikationskonzept, Potsdam 2007¹ BENTELE G., FRÖHLICH R., SZYSZKA P: Handbuch der Public Relations, Wiesbaden 2007¹ DÖRRBECKER K., FISSENEWERT-GOßMANN R.: Wie Profis PR-Konzeptionen entwickeln, Frankfurt/Main 1997³ HANSEN R., SCHMIDT S.: Konzeptionspraxis, Frankfurt/Main 2006² PIWINGER M., ZERFAß A.: Handbuch Unternehmenskommunikation, Wiesbaden 2007¹ LYCZEK B., SCHMID B.F.: Unternehmenskommunikation, Wiesbaden 2006¹ SCHRATTENECKER G., SCHWEIGER G.: Werbung, Stuttgart 2001⁵ PICKERT M.: Die Konzeption der Werbung, Heidelberg 1994¹</p>
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Human Resource Management	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0311		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt den Studierenden die Kenntnisse, um Personal- und Führungsverantwortung im Rahmen von Medienproduktionen zu übernehmen. Besonders die medienspezifischen Beschäftigungsformen incl. der Personalbeschaffung sowie die Rechtssicherheit stehen im Mittelpunkt des Moduls.		
Lehrinhalte	<p>Die Vorlesung Personalmanagement thematisiert das Phänomen von „Führung“ und die Entstehung von Führungsbeziehungen. Begonnen wird mit klassischen Organisationsproblemen wie der optimalen Strukturierung von Aufgaben bzw. der Stellen- und Abteilungsbildung. Danach folgen praktische Auswirkungen der Mitarbeitermotivation, Aufbau und Pflege einer vertrauensvollen Führungsbeziehung und die Orientierung an Gruppenstrukturen sowie Konsequenzen einer zunehmenden Internationalisierung der Medienproduktionen auf Führungsbeziehung und -stil. Im Seminar Personalmanagement setzen sich die Studierenden mit der Personalbeschaffung für die Medienproduktionen auseinander. An Fallbeispielen wird die exponierte Stellung des Castings für den Erfolg der Medienproduktion herausgearbeitet.</p> <p>Die Vorlesung Arbeitsrecht behandelt die Bereiche des individuellen und des kollektiven Arbeitsrechts, die für die Personalwirtschaft von besonderer Bedeutung sind. Dazu zählen Begründung, Inhalt, Übergang und Beendigung eines Arbeitsverhältnisses, bzw. Koalitions- und Tarif- Arbeitskampf- und Betriebsverfassungsrecht.</p>		
Lernmethoden	Das Modul verbindet theoretische Analysen mit praktischen Anwendungsbeispielen und bezieht relevante Ergebnisse benachbarter Disziplinen mit ein. Die Vorlesung „Personalmanagement“ (1 SWS) sowie das dazugehörige Seminar (1 SWS) vermitteln den Studierenden die erforderliche Handlungskompetenz bei der Personalführung und Personalbeschaffung. Die dazu notwendige juristische Kompetenz wird in der Vorlesung „Arbeitsrecht“ (1 SWS) vermittelt.		
Dozententeam	Prof. Günther Graßau (Verantwortlich), Carmen Mackensen, Dr.-Ing. Dietmar Sobottka, Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold		
Teilnahmevoraussetzungen			
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehre	Lehrinhaltsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
			Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
		03111 Personal- management	1	1				Ms/90	1
		03112 Arbeitsrecht	2						
	Empf. Literatur	<p>OLFERT Klaus, STEINBUCH Pitter: Organisation, Ludwigshafen 2006¹⁴</p> <p>BELL Cecil H., FRENCH Wendell L.: Organisationsentwicklung – sozialwissenschaftliche Strategien zur Organisationsveränderung, Stuttgart 2008⁵</p> <p>SCHULER Heinz (Hg.): Lehrbuch der Organisationspsychologie, Bern 2007⁴</p> <p>ULICH Eberhard: Arbeitspsychologie, Stuttgart 2005⁶</p> <p>HROMADKA Wolfgang, MASCHMANN Frank: Arbeitsrecht. Bd.1: Individualarbeitsrecht, Heidelberg 2005²</p> <p>BLOM Hermann, MEIER Harald: Interkulturelles Management, Herne 2004²</p> <p>ROSENSTIEL Lutz von: Führung von Mitarbeitern, Stuttgart 2003⁵</p> <p>MEIER Harald, ROEHR Sigmar (Hg.): Einführung in das Internationale Management, Herne, Berlin 2004¹</p> <p>COMELLI Gerhard, ROSENSTIEL Lutz von: Führung durch Motivation, München 2008⁴</p> <p>HROMADKA Wolfgang, MASCHMANN Frank: Arbeitsrecht. Bd.2 : Kollektivarbeitsrecht und Arbeitsstreitigkeiten, Heidelberg 2007²</p> <p>KIRCHLER Erich: Arbeits- und Organisationspsychologie, Stuttgart 2008²</p> <p>STEINERT Carsten: Der Weg zur Führungskraft, Hamburg 2000¹⁸ IN: Gordon, Thomas (Hg.), Managerkonferenz: Effektives Führungstraining</p> <p>HILB Martin: Integriertes Personalmanagement: Ziele - Strategien - Instrumente, Köln 2007¹⁷</p>							
	Weitere Verwendung	B.A. Film und Fernsehen, Modul 0409							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Kommunikation und Gestaltung	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0312		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt den Studierenden Kernkompetenzen der erfolgreichen Darstellung von Personen und/oder Inhalten in personenzentrierten oder medialen Situationen. Den Teilnehmern wird die Befähigung vermittelt, Gesprächspartner für die eigenen Positionen zu gewinnen, indem Gedanken richtig und überzeugend präsentiert werden. Eingegangen wird auch auf die Bedeutung der eigenen Stimme, diese zu erkennen und Wege zu deren optimalem Einsatz zu erlernen. Zudem eignen sich die Studenten die grundlegenden Formen und Einsatzmöglichkeiten von Grafik und Design an.</p>		
Lehrinhalte	<p>Moderation und Präsentation: Grundlagen der Phonetik, Ausdrucksweise; Sprachstil, Atmung, Sprechsituationen, Argumentationstraining, Mimik und Gestik; Strukturierung von Präsentationen, Präsentationstechniken, Moderation im Kommunikationsprozess von in der direkten und der medienvermittelten Kommunikation, spezielle Moderationsstile der Medien; Anwendung der Atem-, Sprech- und Darstellungstechniken in der Moderation.</p> <p>Grafik und Design: Grundlagen der Gestaltung: Grundformen, Proportionen, Farblehre, Farbsysteme, Komposition; Stilformen; Layout; Corporate Design Einsatz von Grafik und Design im Media Mix.</p> <p>Der Anwendungsanteil konzentriert sich auf Kenntnisse und Erfahrungen zum Einsatz dramaturgischer und technischer Hilfsmittel zur Erzeugung von Effekten, Stimmungen oder Eindrücken. Hinzu kommt ein Überblick über Möglichkeiten von Kommunikationsdesign und Grafikdesign.</p>		
Lernmethoden	<p>Die Lehrveranstaltungen werden als Seminar mit Übungsanteilen durchgeführt.</p> <p>Das Teilmodul Moderation und Präsentation nutzt gemeinsame Sprachübungen zum spielerischen Umgang mit den Besonderheiten der eigenen Sprache. Die anschließende Analyse schafft die Voraussetzung für gezieltes Einüben von Techniken, die dann in Präsentationsübungen zu konkreten Anwendungen führen. Die Übungen vermitteln das erforderliche Grundwissen für die Arbeit in der Kommunikation, Moderation und Präsentation als Handwerkzeug des Managements in allen Arbeitsplattformen. Die Studierenden werden zu Anwendungsfeldern geführt und zur kreativen Praxis animiert.</p>		

	Im Teilmodul Grafik und Design erlangen die Studierenden Kompetenzen zur eigenverantwortlichen Einsatzstrategie und zur praktischen Anwendung. Die kreative Gestaltung erfordert von den Studierenden Kommunikationsgeschick, Medienfertigkeiten, Planungs- und Innovationsmanagement. Die Teilnehmer stärken so die wichtigen Schlüsselqualifikation des Studienganges. Die konkrete Umsetzung baut kreative und journalistische Vermittlungskompetenz auf. Die Diskussion der Ergebnisse durch Dozenten und Kommilitonen kontrolliert dies und fördert die Fähigkeit zur zielorientierten Verarbeitung von Kritik im Team.																																				
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Robert J. Wierzbicki (Verantwortlich), Elke Schlehahn, Dr. Steffen Walter																																				
Teilnahmevoraussetzungen																																					
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																																				
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>Sem.</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>03121 Moderation und Präsentation</td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td>Plm/15</td> <td>1/2</td> </tr> <tr> <td>03122 Grafik und Design</td> <td></td> <td>2</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td>Plsn/PA</td> <td>1/2</td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL	03121 Moderation und Präsentation			2			Plm/15	1/2	03122 Grafik und Design		2	1			Plsn/PA	1/2							
	Lerneinheiten -units		SWS							Prüfungen	Gewicht																										
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL																															
03121 Moderation und Präsentation			2			Plm/15	1/2																														
03122 Grafik und Design		2	1			Plsn/PA	1/2																														
Empf. Literatur	<p>DÜCHTING Hajo: Grundlagen der künstlerischen Gestaltung, Köln 2003¹</p> <p>ZUFFO Dario: Die Grundlagen der visuellen Gestaltung, Sulgen, Zürich 2002³</p> <p>ALLHOF Dieter, ALLHOF Waltraud: Rhetorik und Kommunikation, München 2006¹⁴</p> <p>ENDER Bianca, HAMEYER Uwe, PALLASCH Waldemar: Moderation, Wien 2008¹</p> <p>FUNK Rüdiger, HARTMANN Martin: Präsentieren: Präsentationen: zielgerichtet und adressatenorientiert, Weinheim, Basel 2008⁸</p> <p>FRIES Christian: Grundlagen der Mediengestaltung: Konzeption, Ideenfindung, Visualisierung, Bildaufbau, Farbe, Typografie, Leipzig 2008³</p> <p>HICKMANN Fons, NARDIN Christof: Beyond graphic design, Mainz 2007¹</p>																																				
Weitere Verwendung	B.A. Film und Fernsehen, Modul 0404																																				

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss			B.A.			
Modulname	Videotechnik	Unterrichtssprache			Deutsch			
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz			1 Semester, ständig			
Modulnummer	0313							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits			5			
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt die notwendigen Kompetenzen, Funktionen komplexer Geräte der elektronischen Berichterstattung und Studioteknik zu verstehen und Studio- und EB-Produktionen eigenständig herstellen zu können.</p> <p>Die Fachkompetenzen umfassen neben dem praktischen Einsatz der Fernseh-Technik auch die Fertigkeit, Grundlagen des Fernsehproduktionsmanagements unter dem Gesichtspunkt des praktischen Einsatzes zu erarbeiten und anzuwenden sowie Handlungsabläufe bei Studioproduktionen durchzuführen.</p>							
Lehrinhalte	<p>Im Modul Videoproduktion lernen die Teilnehmer die für Studio- und EB-Produktionen notwendige Technik kennen und erlernen die grundlegende Bedienung wesentlicher Teile dieser Technik. Weiterhin wird der praktische Einsatz der Technik eingeübt.</p> <p>Daneben vermittelt das Modul den typischen Ablauf einer Fernsehproduktion und ihre Gerätetechnik; Informationen über Systeme zur Bildabtastung; Bildaufnahme, Bildwiedergabe und Bildspeicherung.</p> <p>Verbunden mit der praktischen Ausbildung lernt der Studierende die technische Ausrüstung und die Handlungsabläufe im Studio, bei der Sendeabwicklung und der Nachbearbeitung von Beiträgen kennen.</p>							
Lernmethoden	Das Modul Videotechnik ist Bestandteil der Vermittlung von Wissen über die entscheidenden unterschiedlichen Medienproduktionssysteme. Dabei geht es bei der Videotechnik vorrangig um die technischen Komponenten und den konkreten praktische Einsatz.							
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Rainer Zschockelt (Verantwortlich), M. Sc. (Econ.) Hanna Christensen, Dr. Michael Jacobsen							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 45 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 3 SWS) 105 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			3				Msn/PA	1

Empf. Literatur	ULRICH Schmidt (Hg.): Einführung in die Videofilmproduktion: Konzeption, Licht, Bild und Bewegtbild, Ton, Schnitt, Rechtliche Aspekte, München 2003 ¹ MÄUSL Rudolf: Fernsehtechnik: Vom Studiosignal zum DVB-Sendesignal, Heidelberg 2006 ⁴ BLAES Ruth, HEUSSEN Gregor Alexander (Herausgeber): ABC des Fernsehens, Konstanz 1997 ¹ VAN APPELDORN Werner: Handbuch der Filmproduktion und Fernsehproduktion, keine Angabe 2000 ¹
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Audiotechnik	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0314		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt die Grundlagen der Audiotechnik sowie Kenntnisse und Fertigkeiten zur Produktion von Hörfunkprogrammen. Dies betrifft sowohl die Formatkonzeption als auch die inhaltliche Gestaltung des Programms mit den wichtigen Programmelementen Musik und Moderation.</p> <p>Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Produktionen im Audiobereich und anderen Medienproduktionen mit Audioanteil zu planen, durchzuführen und zu beurteilen. Die Voraussetzungen werden gelehrt, bestehende Senderkonzepte zu analysieren, neue Konzepte zu entwerfen und diese Konzepte mit geeigneten Programmelementen in der Praxis zu untersetzen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Im Modul erhalten die Studenten einen wesentlichen Einblick in die Produktion von Hörfunkprogrammen.</p> <p>Dabei behandelt die Übung Hörfunkproduktion folgende theoretische Grundlagen und Inhalte:</p> <p>Physikalische Grundlagen, Schall und elektroakustische Übertragungskette; Geräte der Audiotechnik; Tonstudioteknik; Aufnahmetechnik; Beschallungstechnik; Schnitt und Produktionssoftware.</p> <p>Formatanalyse und -konzeption, Aufbau und Struktur eines Radiosenders, Imagebildung, Positionierung am Markt und als Marke, On- und Off-Air-Promotion, Media-Analyse, Themenfindung- und Aufbereitung im Hörfunk.</p>		
Lernmethoden	<p>Im Seminar „Audiotechnik“ (2 SWS) werden dem Studierenden die notwendigen technischen und organisatorischen Schritte vermittelt, die notwendig sind, um ein Audioprodukt zu erzeugen; wobei bei den Studierenden der Angewandten Medienwirtschaft der Schwerpunkt auf die Geräte der Audio- und Tonstudioteknik und deren grundsätzlichen Einsatzmöglichkeiten gerichtet wird.</p> <p>Im Seminar „Hörfunkproduktion“ (1 SWS) werden, parallel zur praktischen Arbeit im Modul Medienpraxis, den Studierenden weiterführende und eingehende Unterweisungen in die Gesamtproblematik Hörfunk gegeben. Während das Seminar „Audiotechnik“ sich mit gesamtheitlich gesehenen Aspekten des Betriebs eines Hörfunksenders auseinandersetzt, erfolgt die theoretische und auch praktische Vertiefungen in die Programmelemente.</p>		
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), M. Sc. (Econ.) Hanna Christensen, Dr. Michael Jacobsen		
Teilnahmevoraussetzungen			

Arbeitslast	150 Stunden, davon: 45 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 3 SWS) 105 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			3				Msn/PA	1
Empf. Literatur	DICKREITER Michael: Handbuch der Tonstudiotchnik Bd. I (Raumakustik, Schallquellen, u.a.), München 1997 ⁶ BUCHHOLZ Axel, LA ROCHE Walter von: Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk, München 2004 ⁸ WACHTEL Stefan: Sprechen und Moderieren in Hörfunk und Fernsehen, Konstanz 2003 ¹ RAFFASEDER Hannes: Audiodesign: Kommunikationskette, Schall, Klangsynthese, Effektbearbeitung, Akustische Gestaltung, Leipzig 2002 ¹							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Technik der Printmedien	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0315		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt die grundsätzlichen praktischen Kenntnisse bei der Herstellung einer einfachen Zeitung. In der Druckvorstufe werden Sinn, Möglichkeiten und Grenzen von Redaktionssystemen praktisch erfahrbar. Schwerpunkt liegt beim Offsetdruckverfahren, das in Deutschland bei nahezu allen Zeitungen genutzt wird. Es wird ein Überblick gegeben über Methoden und Techniken der Weiterverarbeitung sowie den Einsatz unterschiedlicher Materialien. Im Zusammenhang mit der Vermittlung von Kenntnissen und Fertigkeiten zur Printproduktion wird auf die erforderlichen Kenntnisse der Funktion und Bedienungsweise komplexer Geräte der Entwurfs- und Drucktechnik orientiert, um den Absolventen mit einem anwendungssicheren Wissen für den Berufseinstieg auszurüsten.</p>		
Lehrinhalte	<p>Im Modul erhalten die Studenten einen wesentlichen Einblick in die Technik der Printproduktion und deren professionelle Nutzung bzw. Anwendung.</p> <p>Gegenstand der Lehre sind: Druckverfahren, Weiterverarbeitung und Materialien. Einführung in den polygrafischen Gesamtprozess; Grundlagen der elektronischen Reproduktionstechnik; Einführung in Redaktionssysteme; Einführung in Satztechnik und Layout; Einführung in die elektronische Bildverarbeitung; Colormanagement.</p>		
Lernmethoden	<p>Im Seminar des 1. Semesters werden dem Studierenden die notwendigen technischen und organisatorischen Schritte vermittelt, die notwendig sind, um ein Printprodukt zu erzeugen; unterschieden wird dabei nach einzelnen Produkten wie Zeitung, Zeitschrift, Buch, Katalog, Flyer, wobei bei den Studierenden der Angewandten Medienwirtschaft der Schwerpunkt auf die Zeitung gerichtet wird.</p> <p>Im Seminar des 2. Semesters werden, parallel zur praktischen Arbeit im Modul Medienpraxis, den Studierenden weiterführende und eingehende Unterweisungen in die Spezifik Printmedien gegeben. Die seminaristische Ausbildung ist mit den praktischen Komponenten so verknüpft, dass an Hand praktischer Aufgabenstellungen anwendungsorientiertes theoretisches Wissen vermittelt wird. Das Fortführungsmodul im 2. Semester dient gesamtheitlich der Vertiefung theoretischer und auch praktischer Kenntnisse in der Printproduktion.</p>		
Dozententeam	Prof. Horst Müller (Verantwortlich), Prof. Peter Fischer-Piel, Dr. Michael Jacobsen		
Teilnahmevoraussetzungen			

Arbeitslast	150 Stunden, davon: 45 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 3 SWS) 105 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			3				Msn/PA	1
Empf. Literatur	BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick, ZIEGLER Hanns-Jürgen: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin Heidelberg 2008 ⁴ KIPPHAN Helmut: Handbuch der Printmedien, Berlin 2000 ¹ PISANI Patricia, RADTKE Susanne, WOLTERS Walburga: Handbuch visuelle Mediengestaltung, Berlin 2004 ² : Onlinehandbücher der Hersteller, - - ¹							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Veranstaltungstechnik / Bühne	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0316		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt Kompetenzen im Planungs-, Projekt- und Innovationsmanagement für Veranstaltungen mit dem Schwerpunkt Bühne. Dabei wird das Ziel verfolgt, den Studierenden zu befähigen, adäquate Bühnentechnik kostenoptimal und kreativ sinnvoll einsetzen zu können.</p> <p>Angestrebt wird die umfassende Beherrschung sowohl der möglichen modernen Geräte- und Ausstattungstechnik als auch der optimale Einsatz mediengerechter Wirkungsprinzipien in Kombination mit wirtschaftlicher Machbarkeit.</p> <p>Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Veranstaltungen aus technischer Perspektive zu planen, durchzuführen und zu evaluieren. Sie erlangen die Voraussetzungen für die Analyse bestehender Veranstaltungskonzepte, den Entwurf innovativer Konzepte sowie deren Umsetzung unter Einsatz geeigneter Gestaltungselemente.</p>		
Lehrinhalte	<p>Lehrinhalte sind:</p> <p>Veranstaltungstechnik als Komponente des Veranstaltungsmanagements, Grundlagen der Veranstaltungstechnik (allg.), Technikplanung; Technikhandling, Akustik und Beleuchtungstechnik als gestaltbare Parameter, Räume und Prozesse; Akustik (allg.), Raumakustik, Simulationssoftware, Aufnahme- und Wiedergabetechnik, Beschallungstechnik, Beleuchtungstechnik, Video- und Multimediatechnik (aus Perspektive der in der Veranstaltungspraxis immer breiter eingesetzten Projektionen).</p>		
Lernmethoden	<p>Im Seminar (3 SWS) werden den Studierenden technische und technisch-organisatorische Grundlagen mit Überblickscharakter vermittelt.</p> <p>Parallel zur praktischen Ausbildung werden im Modul Medienpraxis, den Studierenden weiterführende und eingehende Unterweisungen in die Veranstaltungstechnik gegeben. Die seminaristische Ausbildung ist mit den praktischen Komponenten so verknüpft, dass an Hand praktischer Aufgabenstellungen anwendungs-orientiertes theoretisches Wissen vermittelt wird.</p>		
Dozententeam	Manuel Schöbel (Verantwortlich), Dr. Michael Jacobsen		
Teilnahmevoraussetzungen			

Arbeitslast	150 Stunden, davon: 45 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 3 SWS) 105 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			3				Msn/PA	1
Empf. Literatur	<p>ALTENDORFER Otto, HILMER Ludwig: Lehrbuch Medienmanagement, Wiesbaden 2006¹ 4 Bde., 2006 bis 2008</p> <p>ALTENDORFER Otto, HOLLERITH Josef, MÜLLER Gerd: Die Inszenierung der Parteien, Eichstätt 2003¹</p> <p>HOLZBAUR Ulrich (et al.): Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Heidelberg 2005³</p> <p>HEINZE Robert: All area access. Produktionsleitung in der Veranstaltungsbranche, Bergkirchen 2003¹</p> <p>DEUTSCHES INSTITUT FÜR NORMUNG : Veranstaltungstechnik 1: Theater-, Studio- und Hallentechnik, Berlin u.a. 2005²</p>							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Technik der interaktiven Medien	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0317							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5					
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt grundlegende technische und gestalterische Konzepte sowie theoretische und praktische Kompetenzen bei der Konzeption, Gestaltung und Publizierung digitaler Medien. Der Studierende soll sich insbesondere mit der Technik der interaktiven Narrativität (Story-Telling) im multimedialen Kontext auseinandersetzen. Im Modul werden außerdem die spezifischen Themen des Medienengineerings, des Aufbaus und Programmierung von Multimedia-Systemen und der Zurverfügungstellung von eContent erklärt. Darüber hinaus werden Metaphern interaktiver Situationen und deren Verbildlichung und Konkretisierung diskutiert.							
Lehrinhalte	Im Modul erhalten die Studierenden einen Einblick in die wichtigsten Techniken von Multimedia. Im Einzelnen erlangen Sie Kenntnisse in den folgenden Bereichen: - Konzeption - Mediengestaltung - Mensch-Maschine-Schnittstelle - Multimedia-Objekte und -Systeme - Autorenwerkzeuge und Programmieransätze							
Lernmethoden	Im Seminar werden dem Studierenden die notwendigen technischen und gestalterischen Voraussetzungen zur Gestaltung interaktiver Medien und Multimedia-Systemen vermittelt. Ebenso werden parallel zur praktischen Arbeit im Modul Medienpraxis weiterführende Unterweisungen in die Spezifika der Interaktiven Medien und Multimedia-Systeme gegeben. Anhand von konkreten Aufgabestellungen werden die erworbenen Kenntnisse praktisch erprobt.							
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Robert J. Wierzbicki (Verantwortlich), Prof. Peter Fischer-Piel, Dr. Michael Jacobsen							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 45 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 3 SWS) 105 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			3				Msn/PA	1

Empf. Literatur	BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick, ZIEGLER Hanns-Jürgen: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin Heidelberg 2008 ⁴ LUBKOWITZ Mark: Webseiten programmieren und gestalten, Bonn 2003 ¹ STEINMETZ Ralf: Multimedia-Technologie. Grundlagen, Komponenten und Systeme, Berlin, Heidelberg, New York 2000 ³ SCHWEIZER Peter: Webdesign, Bonn 2003 ¹ MÜNZ Stefan, NEFZGER Wolfgang: HTML-Handbuch, Poing 2007 ¹
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Hörfunk	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0318		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt durch die praxisbezogene Arbeit in einem Radioprojekt Anwendungskompetenzen für das bisher erlangte journalistisch-publizistische und technische Grundlagenwissen im Bereich Hörfunk. Ziel ist es, die Vertrautheit mit den Aufgaben eines Hörfunkproduzenten herzustellen und Fähigkeiten zur Analyse, Bewertung, Konzeption und Durchführung eines 24h-Radioprogrammes zu vermitteln. Die Studierenden werden so in die Lage versetzt, journalistische Beiträge, Nachrichten und Moderationen im Hörfunk nach fachlichen Gesichtspunkten zu analysieren, in Hinblick auf die professionelle Qualität zu bewerten und auf hohem Niveau selbst zu erstellen. Während des Moduls setzen sich so die Studenten mit allen in einem Radiosender anfallenden Aufgaben intensiv auseinander, angefangen bei der Programmplanung für ein Radio-Programm bis hin zur Produktion von Sendungen. Neben den klassischen Kompetenzen des Journalisten (Sachkompetenz, Fachkompetenz und Vermittlungskompetenz) und der technischen Anwendungskompetenz auf dem Gebiet der Audiotechnik werden durch die gestellten Kommunikationsaufgaben und die Konfrontation mit der Kritik an den verfassten Programmelementen übergeordnete Schlüsselkompetenzen gefördert.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul beinhaltet die praktische Arbeit in einer Redaktionsstruktur mit den Aufgabengebieten Programmgestaltung, Produktion von Beiträgen, Schneiden als redaktionelles Arbeiten, Nachrichten und Nachrichtenpräsentation, Planung und Produktion kompletter Sendungen und Programme sowie die Moderation von Sendungen.</p>		
Lernmethoden	<p>Die Lehrveranstaltung richtet sich nach der Struktur und Arbeitsweise eines Redaktionsteams. Das bedeutet, dass alle Fragen zur Produktion eines Vollprogramms in der Gruppe behandelt werden. Die Produktionspraxis bildet den Kern der Wissensvermittlung, wobei der Studierende durch aktive Beiträge gefordert wird. Das Modul beinhaltet die Aufgabengebiete Programmgestaltung, Produktion von Beiträgen, Schneiden als redaktionelles Arbeiten, Nachrichten und Nachrichtenpräsentation, Planung und Produktion kompletter Sendungen und Programme sowie die Moderation von Sendungen im Selbstfahrermodus.</p>		
Dozententeam	<p>Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), Floria Fee Fassihi, Master of Sciences André Hartlapp</p>		
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Journalistische Grundlagen, Projektmanagement</p>		

Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	FRIGGE Uwe, HAAS Michael, ZIMMER Gert: Radio-Management. Ein Handbuch für Radio-Journalisten, Köln 1991 ¹ BUCHHOLZ Axel, LA ROCHE Walter von: Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk, München 2004 ⁸ LYNEN Patrick: Das wundervolle Radiobuch: Personality, Moderation und Motivation, München 2006 ² KOIDL Roman M.: Radio Business. Radiostationen unternehmerisch führen, Wiesbaden 1995 ¹							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0328 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0338							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Online	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0319		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul versteht sich als ein Aufbaumodul, das die theoretischen und technischen Kenntnisse aus dem Modul Medienproduktionssysteme voraussetzt und anwendet. Durch die Kombination technischen Wissens mit den kreativen Anforderungen der „Multimedialen Kunst“ erlangt der Student Kenntnisse und Fähigkeiten, seine eigenen Gestaltungsvorschläge und Ideen professionell und marktnah umzusetzen. Während es gesamten Moduls trainiert der Studierende die Handwerkszeuge der Onlinemedien und wendet diese an.</p> <p>Dabei geht das Modul über die bloße Anwendung von technischen Hilfsmitteln und Kenntnissen hinaus. Vielmehr werden die traditionellen Künste (Poesie, Malerei, Film, Musik, Skulptur, Fotografie) im Modul Medienpraxis Online um die digitalen Übertragungsformen erweitert. Die Studierenden erlernen die grundlegenden Konzepte der innovativen Mediengestaltung und Programmierung multimedialer Anwendungen. Sie lernen interaktive Mensch-Maschine-Schnittstellen zu konzipieren und aufzubauen. Das Modul fordert und fördert zudem interdisziplinär orientierte, multimediale Experimente und ist auf die Sensibilisierung der Wahrnehmung von formalen und ästhetischen Eigenheiten kunstorientierter Multimediaprodukte ausgerichtet. Der Student wird in die Lage versetzt ein Differenzierungsbewusstsein zu entwickeln, welches ihm erlaubt, unterschiedliche virtuelle Umgebungen voneinander zu unterscheiden.</p>		
Lehrinhalte	<p>Die Lehrveranstaltung wird praktisch in Form einer Redaktionssitzung „Multimediale Kunst“ durchgeführt, in der hauptsächlich Fragen mit virtuellen Ausdrucksformen, mit digitaler Kunst und digitaler Ästhetik behandelt werden. Im Modul werden Techniken zur Konzeption, Gestaltung und Programmierung kunstorientierter Multimedia-Produkte und digitaler Welten erklärt und angewendet. Zudem finden relevante VR-Themen und -Technologien wie Interaktion in virtuellen Umgebungen, Avatare, Ambient- und Bio-Multimedia sowie fortgeschrittene multimediale Formen der Virtualität - Mixed und Augmented Reality - Anwendung. Die Konzeption und der Aufbau innovativer Mensch-Maschine-Schnittstellen bilden unter Anleitung eines Tutors aus der Praxis einen weiteren Schwerpunkt des Moduls. Das Modul versetzt die Studierenden in die Lage ganzheitliche Onlineprodukte zu konzeptionieren, Arbeitsschritte zu evaluieren und optimieren sowie interdisziplinäres Wissen aus Technik und Kunst anzuwenden.</p>		

Lernmethoden	Grundlage der Ausbildung stellt die „Redaktionssitzung“ dar. Wichtiges Element zusätzlich zur theoretischen Wissensvermittlung des Tutors ist das kreative Brainstorming sowie die praktische Anwendung. Die während der Lehrveranstaltung gesammelten Erfahrungen und Beobachtungen sollen in die Ausarbeitung einer Mixed Reality-Dramaturgie für ein modulabschließendes Media-Event einfließen. Die Kunst-Komponente soll die Studierenden dazu herausfordern, sich auf kreative Art und Weise mit fortgeschrittenen Multimedia-Themen auseinander zu setzen und unter anderem dazu motivieren, beispielsweise an Multimedia-Wettbewerben teilzunehmen. Die Teilnehmer erarbeiten im Rahmen des Multimedia-Events eine interaktive Multimedia-Installation und präsentieren diese öffentlich mit den erstellten Anwendungen.																												
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Robert J. Wierzbicki (Verantwortlich), Marc Fiedler, Prof. Dr.-Ing. Wilfried Schmalwasser																												
Teilnahmevoraussetzungen	Medienproduktionssysteme																												
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																												
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>Sem.</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td>Msn/PA</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL			2		2		Msn/PA	1							
	Lerneinheiten -units		SWS							Prüfungen	Gewicht																		
Vorl.		Sem.	Prakt.	Tut.	PVL																								
		2		2		Msn/PA	1																						
Empf. Literatur	<p>BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick, ZIEGLER Hanns-Jürgen: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin Heidelberg 2008⁴</p> <p>GIBSON William, JORDAN Ken (Herausgeber), PACKER Randall: Multimedia. From Wagner to Virtual Reality, New York 2003¹</p> <p>BAUMGARDT Michael: Web Design kreativ, Berlin 2000⁴</p> <p>OHTA Yuichi, TAMURA Hideyuki: Mixed Reality, Merging Real and Virtual Worlds, Tokyo 1999¹</p> <p>MÜNZ Stefan, NEFZGER Wolfgang: HTML-Handbuch, Poing 2007¹</p> <p>DEWDNEY Andrew, RIDE Peter: The New Media Handbook, Abingdon 2008¹</p>																												
Weitere Verwendung	<p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0329</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0339</p>																												

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Fernsehen	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0320		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul versteht sich als ein Aufbaumodul, das die theoretischen und technischen Kenntnisse aus dem Modul Medienproduktionssysteme Videotechnik voraussetzt und anwendet. Das Modul vermittelt Kernkompetenzen der Produktion eines formatgerechten und formattreuen Fernseh-Magazins. Die Umsetzung des Moduls erfolgt praktisch und vermittelt die Fachkompetenz, fernsehtypische Redaktions- und Produktionsabläufe einzuüben und zu beherrschen und gibt Einblick in ein Produktionsfeld unter EB- und/oder Studiobedingungen.		
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung umfasst die Definition des Formats, den Aufbau einer Produktions- und einer Redaktionsstruktur, die Produktion der Magazinbeiträge von der Themenidee bis zur Endabnahme sowie die dafür notwendige Produktionstechnik. Weiterhin wird eingegangen auf Möglichkeiten, auch über längere Zeiträume formatgerecht zu arbeiten, kaufmännische Aspekte der Produktion zu beachten, wie Etat zu kalkulieren und die Einhaltung der Mittelansätze zu überwachen. Weiterführend werden auch die Möglichkeiten des Erlösmanagements, Distribution der produzierten Sendungen und Redaktionsmarketing betrachtet. Zudem entwickeln die Studierenden durch den Charakter der Lehrveranstaltung Softskills.		
Lernmethoden	Die Teilnehmer produzieren unter Anleitung eine komplette Fernsehsendung. Dabei sind sie unter Mitarbeit eines Praktikers aus dem Fernsehbereich für die Erarbeitung und Einhaltung der Organisations- und Produktionsstrukturen verantwortlich. Durch die projektbezogene und teamorientierte Arbeit werden die Studenten in die Lage versetzt, das erlernte journalistische, technische und betriebswirtschaftliche Fachwissen aktiv zu demonstrieren. Mit Hilfe der Reaktionsstruktur des Seminars wird außerdem eine Interaktions- und Kommunikationsstrategie erreicht, die im besonderen Maße die Ergebnisevaluierung unterstreicht. In den Seminaren werden die Inhalte der Sendung und die dafür notwendige Produktionstechnik geplant und abgesprochen, die Einhaltung der Produktion und Vorgaben überwacht und die erzielten Ergebnisse ausgewertet.		
Dozententeam	Prof. Günther Graßau (Verantwortlich), M. Sc. (Econ.) Hanna Christensen, Floria Fee Fassih		
Teilnahmevoraussetzungen	Journalistische Grundlagen, Medienproduktionssysteme Videotechnik		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehrinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	BUCHHOLZ Axel, SCHULT Gerhard: Fernsehjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, München 2006 ⁷ ORDOLFF Martin: Fernsehjournalismus, Konstanz 2005 ¹ MARCINIAK Carl: Fernsehjournalismus: Praxiswissen für Einsteiger, Augsburg 2007 ¹							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0330 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0340							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Event	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0321		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul versteht sich als ein Aufbaumodul, das die theoretischen und technischen Kenntnisse aus dem Modul Medienproduktionssysteme Veranstaltungstechnik voraussetzt und anwendet. Ziel ist die Vermittlung und Vertiefung von Kompetenzen zur Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, insbesondere die Vermittlung von Kenntnissen und Fertigkeiten in strategischer, redaktioneller und produktionstechnischer Hinsicht im Bereich von Events und des Eventmanagements. Der Studierende wird in die Lage versetzt, das erworbene Wissen interdisziplinär und praxisgerecht umzusetzen.		
Lehrinhalte	Das Modul gibt einen Einblick in eventspezifisches Know-how, u.a. die Planung, Positionierung, Konzeptionierung, Durchführung und Nachbereitung von Events aller Arten, speziell im Medien- und Kommunikationsbereich sowie der nationalen und internationalen Medienwirtschaft. Dazu zählen Strategien von Events, Inszenierung von Erlebniswelten, Projekt und Budgetplanung, Agenturauswahl, Medienauswahl, Event-Kommunikation, Event-Sponsoring sowie Erfolgs- und Budgetkontrolle. Durch Erteilung konkreter Recherche- und Durchführungsaufgaben werden Praktiken geübt und mit der Korrektur der Konzepte eine kritische Kreativität entwickelt.		
Lernmethoden	Die Vermittlung des Wissens erfolgt anhand eines Praxisprojektes in Anlehnung an den Studienort. Der Ablauf des Seminars sieht vor, dass die Studierenden konkrete Recherche- und Durchführungsaufgaben im Umfeld des Studienganges erhalten und die Ergebnisse zwischen den Seminarsitzungen in diverse Planungen und Konzepte umsetzen. Die Korrektur erfolgt in den Sitzungen, wobei studentische Tutoren die Arbeitsgruppen betreuen und externe Lehrbeauftragte zugezogen werden. Durch die Einbettung der Aufgaben in den Eventmarkt werden so die Fähigkeiten zur Informationsbeschaffung und –bewertung sowie die Einschätzung von medialen Märkten gestärkt.		
Dozententeam	Prof. Dr. Ludwig Hilmer (Verantwortlich), Prof. Peter Fischer-Piel, Julia Scheschonka		
Teilnahmevoraussetzungen	Medienproduktionssysteme , Veranstaltungstechnik		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehrinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	ALTENDORFER Otto, HILMER Ludwig: Lehrbuch Medienmanagement, Wiesbaden 2006 ¹ 4 Bde., 2006 bis 2008 ALTENDORFER Otto, HOLLERITH Josef, MÜLLER Gerd: Die Inszenierung der Parteien, Eichstätt 2003 ¹ HOLZBAUR Ulrich (et al.): Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Heidelberg 2005 ³ HOLZBAUR Ulrich (et al.): Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Heidelberg 2005 ³ FÖRSTER J., HEBBEL-SEEGER A.: Eventmanagement und Marketing im Sport, Berlin 2008 ¹							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0331 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0341							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Film	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0322							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5					
Ausbildungsziele	Das Modul versteht sich als ein Aufbaumodul, das die theoretischen und technischen Kenntnisse aus dem Modul Medienproduktionssysteme Videotechnik voraussetzt und anwendet. Das Modul vermittelt Kernkompetenzen der Produktion von Fernsehfilmen. Die Teilnehmer werden befähigt, die wesentlichen Produktionsschritte der Entstehung von Fernseh- und Dokumentarfilmen kennenzulernen und in Grundzügen zu beherrschen.							
Lehrinhalte	Anhand eines konkreten Kurzfilm- und Dokumentarfilmprojektes werden die theoretischen und praktischen Aufgaben eingeübt. Das Modul behandelt in diesem Rahmen die wesentlichen Schritte der Entstehung und Durchführung von Filmprojekten. Im Mittelpunkt der Arbeit stehen die Prozess-Schritte: Stoffentwicklung, Stoffaufbereitung und Drehbuchschreiben. Die praktische Arbeit wird im Rahmen einer Kurzfilmproduktion die theoretisch behandelten Arbeitsschritte und Arbeitsweisen anwenden und vertiefen. In den Seminaren wird sich zudem mit dem Projektstand auseinandergesetzt und eine kritische Kreativität entwickelt.							
Lernmethoden	Die Vermittlung erfolgt in seminaristischer Form anhand von konkreten Projekten. Das Modul umfasst die Arbeit an einem entwickelten und konzipierten Kurzfilmprojekt. Die Teilnehmer werden mit den theoretischen Grundlagen der einzelnen zentralen Prozess-Schritte vertraut gemacht. In Einzel- oder Gruppenarbeit werden Aufgaben wie Stoffentwicklung oder Drehbuchschreiben praktisch eingeübt, mit den Dozenten besprochen und gesamtheitlich evaluiert.							
Dozententeam	Prof. Peter Gottschalk (Verantwortlich), Dr. phil. Helmar Baum, Andreas Voigt							
Teilnahmevoraussetzungen	Module Medienproduktionssysteme, Videotechnik							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS				Prüfungen	Gewicht	
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.			PVL
			2		2		Msn/PA	1

Empf. Literatur	VON APPELDORN Werner: Handbuch der Film- und Fernseh-Produktion, München 2002 ⁵ CLEVÉ Bastian: Von der Idee zum Film, Gerlingen 2004 ⁴ DRESS Peter: Vor Drehbeginn, Bergisch Gladbach 2002 ¹ GEISSENDÖRFER Hans Werner, LESCHINSKY Alexander: Handbuch Fernsehproduktion, Neuwied 2002 ¹ LEEB Hugo, SEHR Peter: Filmproduktion Bd.3: Kalkulation, München 1998 ²
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0332 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0342

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	PR	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0323		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt Kernkompetenzen zur vorbereitenden Analyse, Konzeption und Umsetzung von Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit. Die Absolventen werden befähigt, eine Institution, ein Projekt bzw. ein Produkt öffentlichkeitswirksam in allen Medien darstellen zu können, bzw. die Leistungen entsprechender Beratungsunternehmen bezüglich Inhalt, Form und Kosten zu erfassen, auszuwerten und einzuschätzen. Dabei geht das Modul nicht nur auf die inhaltlichen Belange einer PR-Strategie ein, sondern betrachtet auch die betriebswirtschaftlichen Eckpunkte und das gesellschaftliche Umfeld.		
Lehrinhalte	Anhand eines konkreten PR-Projektes erfährt der Student die theoretischen und praktischen Aufgaben der Agenturarbeit. Das Modul zeigt den Teilnehmern die wesentlichen Schritte einer PR-Kampagne und deren praktische Umsetzung und Implementierung. Im Rahmen des Seminars werden die Vorgehensweisen der Projektarbeit vorgestellt, eingeschätzt und abgestimmt. Dabei kommen die Formen der klassischen PR wie zum Beispiel Sozialmarketing, Medienarbeit oder Lobbying projektbezogen zum Einsatz. Im Mittelpunkt der Arbeit stehen dabei Analyse, Konzeption und Mediaplanung sowie Strategien der Öffentlichkeitsarbeit und der „neuen PR“. In den Seminaren werden der Projektstand reflektiert und eine kritische Kreativität entwickelt.		
Lernmethoden	Die Vermittlung erfolgt in seminaristischer Form anhand von konkreten Projekten. Das Modul umfasst die Arbeit an einer experimentellen oder realistischen Mediakampagne. Die Teilnehmer werden mit den theoretischen Grundlagen der einzelnen zentralen Prozess-Schritte vertraut gemacht. In den Arbeitsgruppen werden die PR-Maßnahmen praktisch entwickelt und mit klassischer Medienarbeit sowie mit den Methoden und Techniken der „neuen PR“ verknüpft. Die entstandenen Ideen, Strategien und Konzepte werden im Seminar ausgewertet, diskutiert und modelliert und als Abschlussprojekt in einer Gesamtpräsentation vorgestellt.		
Dozententeam	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold (Verantwortlich), Katja Haß, M.A. Ilka Riege		
Teilnahmevoraussetzungen	Modul Medienproduktionssysteme		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehrinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	AVENARIUS Horst: Public Relations: Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation, Stuttgart 2008 ¹ BARBAN Arnold, CRISTOL Steven M., KOPEC Frank R.: Essentials of Media Planning, Lincolnwood 2001 ¹ BURNETT John, MORIARTY Sandra: Introduction to Integrated Marketing Communications, Upper Saddle River 2000 ¹ GUNNING Ellen: Public Relations: A Practical Approach, Dublin 2003 ¹ SCHNETTLER Josef, WENDT Gero: Konzeption und Mediaplanung für Werbe- und Kommunikationsberufe, Berlin 2003 ¹ ATKIN Charles, RICE Ronald: Public Commuincations Campaigns, Newbury Park 2001 ³							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0333 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0343							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Musik	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0324		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul versteht sich als ein Aufbaumodul der Lehrveranstaltung Medienproduktionssysteme. Das Modul vermittelt Kernkompetenzen der Produktion und des Managements von Musikprodukten. Die bisher erworbenen theoretischen und technischen Kenntnisse werden hierbei projektbezogen angewendet. Die Teilnehmer werden befähigt, die wesentlichen Produktionsschritte und die managementrelevanten Hintergründe einer Musikproduktion in den Grundzügen selbstständig anzuwenden. Die Studenten sollen während des Moduls die Verknüpfung der einzelnen Bereiche und die Zusammenhänge zwischen ihnen erkennen und in der Lage sein diese zu evaluieren.		
Lehrinhalte	Anhand eines konkreten Projektes werden die theoretischen und praktischen Aufgaben eingeübt. Das Modul behandelt in diesem Rahmen die wesentlichen Schritte der Entstehung und Durchführung von Musikproduktionen. Im Mittelpunkt der Arbeit stehen die Prozess-Schritte: Musikmanagement und Musikproduktion in Verbindung mit Musikvermittlung und Musikjournalismus. Dabei spielen auch aktuelle Entwicklungen im Bereich der populären Musik und der Medien eine zentrale Rolle. Die praktische Arbeit vertieft dabei unter Anleitung eines Tutors die theoretisch behandelten Arbeitsschritte und Arbeitsweisen. In den Seminaren wird sich zudem mit dem Projektstand auseinandergesetzt und eine kritische Kreativität entwickelt.		
Lernmethoden	Die Vermittlung des Lehrstoffes erfolgt in seminaristischer Form anhand eines konkreten Projektes. Das Modul umfasst die Arbeit an einer experimentellen oder realistischen Musikproduktion. Die Teilnehmer werden mit den theoretischen Grundlagen der einzelnen zentralen Prozess-Schritte vertraut gemacht und evaluieren kritisch die Vorgehensweise. Dabei werden aktuelle Marktbeobachtungen und Entwicklungen einbezogen. In der Projektgruppe werden alle Maßnahmen diskutiert und praktisch entwickelt. Die entstandenen Ideen, Strategien und Konzepte werden im Seminar ausgewertet und modelliert und als Abschlussprojekt in einer Gesamtpräsentation vorgestellt.		
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), Prof. Dr.-Ing. Gerd Dost, Matthias Suschke		
Teilnahmevoraussetzungen	Journalistische Grundlagen, Modul Medienproduktionssysteme (Tontechnik, Veranstaltungstechnik)		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	<p>EISNER Uli: Mixing Workshop: Leitfaden für Beschallung und Home-Recording, Bergkirchen 2002⁶</p> <p>MATYS Erwin: Praxishandbuch Produktmanagement: Grundlagen und Instrumente, Frankfurt am Main 2008⁴</p> <p>ECKERT Heiko van: Praxishandbuch Vertrieb: Massgeschneiderte Lösungen für den Kunden - Den Mitarbeiter zum Partner machen - Optimale Rahmenbedingungen schaffen, Berlin 2005¹</p> <p>WESTWOOD John: 30 Minuten für den erfolgssicheren Marketingplan, Offenbach 2000¹</p> <p>KESSLER Robert R.: Crashkurs Musikmanagement, Bergkirchen 2007²</p> <p>BERNDORFF Gunnar, BERNDORFF Barbara, EIGLER Knut: Musikrecht: Die häufigsten Fragen des Musikgeschäfts, Bergkirchen 2007⁵</p> <p>HAPKE Tom: Die Studiobibel, Berlin 2006¹</p>							
Weitere Verwendung	<p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0334</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0344</p>							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Print	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0325		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt grundlegende Praxiskenntnisse für die Arbeit im Printbereich sowohl in der technischen Umsetzung als auch in der redaktionellen Arbeit und Organisationsstruktur. Die Studenten werden befähigt, ein Printprodukt von der Planung bis zur Auslieferung umsetzen zu können. Das Modul ist am Beispiel einer Zeitungsredaktion strukturiert. Die Studierenden erfüllen den praktischen Teil des Modules eigenständig unter Anleitung eines Tutors, wodurch auch die soziale Kompetenz und die Softskills entwickelt werden sollen. Ziel ist, das bisher erlangte Grundlagen- und Methodenwissen durch praktische Erfahrungen in realen Projekten anzuwenden und damit die Fähigkeit zur selbstständigen Arbeit zu erlangen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul wird in Form einer Lehrredaktion durchgeführt. Dies umfasst Themenrecherche und deren Bearbeitung, Redigieren sowie die Organisation und Struktur redaktioneller Arbeitsprozesse, bis hin zu Herstellung und Vertrieb eines Printprodukts. Ausgegangen wird von der Annahme, ein marktfähiges Produkt erstellen zu müssen. Die Studierenden durchlaufen die unterschiedlichen Entwicklungsphasen des zu erstellenden Printproduktes von der Idee bis zum Druck, einschließlich der Akquise von Anzeigenaufträgen und die Organisation eines Vertriebssystems. Durch das Modul erlangen die Studierenden Kompetenz zur interdisziplinären Verknüpfung von Journalismus, Technik und Betriebswirtschaft. Durch die praktische Durchführung des Moduls werden die Studierenden befähigt neben Sach- und Fachkompetenz auch die Kompetenz zur praktischen Arbeit sowie Softskills zu entwickeln.</p>		
Lernmethoden	<p>Im Vordergrund steht die praktische, weitgehend autonome Arbeit der Studierenden unter der professionellen Anleitung eines Tutors. Der Dozent spielt dabei die Rolle eines Ausbildungsredakteurs, Verlags- oder Druckereileiters, der individuell auf die auftretenden Problemstellungen der Studenten eingehen kann. Zudem werden von ihm auch Qualitätsrichtlinien aufgestellt und besprochen. Die erreichten Ergebnisse werden in der Gruppe ausgewertet.</p>		
Dozententeam	Prof. Horst Müller (Verantwortlich), Prof. Peter Fischer-Piel, Peter Adolf Stadler		
Teilnahmevoraussetzungen	Journalistische Grundlagen, Medienproduktionssysteme		
Arbeitslast	<p>150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</p>		

Lehrinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	VON LA ROCHE Walter: Einführung in den praktischen Journalismus, München 2008 ¹⁸ BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick, ZIEGLER Hanns-Jürgen: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin Heidelberg 2008 ⁴ KIPPHAN Helmut: Handbuch der Printmedien, Berlin 2000 ¹ PISANI Patricia, RADTKE Susanne, WOLTERS Walburga: Handbuch visuelle Mediengestaltung, Berlin 2004 ²							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0335 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0345							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Sport	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0326		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Die Lehrveranstaltung versteht sich als Aufbaumodul für die bisher erlangten journalistisch-publizistischen, technischen und projektmanagementorientierten Kenntnisse. Durch die praxisbezogene Arbeit in einem Projekt im Bereich Sport/Sportmanagement werden die Aufgaben einer solchen Produktion verdeutlicht und Fähigkeiten zur Analyse, Bewertung, Konzeption und Durchführung eines Sportevents bzw. eines Sportmanagers entwickelt. Das Modul wird gruppenorientiert unter Anleitung eines Tutors durchgeführt, wodurch auch soziale Kompetenz und Softskills entwickelt werden sollen. Das bisher erlangte Grundlagen- und Methodenwissen findet durch die praktischen Erfahrungen in Projekten Anwendung mit dem Ziel, bei den Studierenden die Fähigkeit zur selbstständigen Arbeit zu fördern und diese evaluieren zu können.		
Lehrinhalte	Das Modul behandelt in diesem Rahmen die wesentlichen Schritte der Entstehung und Durchführung eines Sportevents bzw. einer sportspezifischen Produktion. Im Mittelpunkt der Arbeit stehen die Prozess-Schritte: Sportmanagement und Sportmedienproduktion in Verbindung mit Sportjournalismus. Dabei spielen auch aktuelle Entwicklungen in diesem Bereich sowie die Spezifika der Sportlervermarktung und der Sponsorenakquisition eine zentrale Rolle. Die praktische Arbeit vertieft dabei unter Anleitung eines Tutors die theoretisch behandelten Arbeitsschritte und Arbeitsweisen und umreißt praktisch wie eine solide erfolgsorientierte Planung und Durchführung unter sportlichen sowie ökonomischen Gesichtspunkten funktioniert. In den Seminaren wird sich zudem kritisch mit dem Projektstand auseinandergesetzt, wobei auch einzelne Arbeitsschritte evaluiert werden.		
Lernmethoden	Im Vordergrund steht die praktische und teamorientierte Arbeit der Studierenden unter der professionellen Anleitung eines Tutors. Der Dozent spielt dabei die Rolle eines Ausbildungsmanagers. Die Aufgabe des Tutors ist es, individuell auf die auftretenden Problemstellungen der Studenten einzugehen und die erwachsenden Problemstellungen auszuwerten und entsprechende Lösungsansätze gemeinsam zu erarbeiten. Zudem werden von ihm auch Qualitätskriterien aufgestellt, anhand des Projektstandes kontrolliert und evaluiert. Die erreichten Ergebnisse werden in der Gruppe ausgewertet und modelliert.		
Dozententeam	Dr. Sportwiss./Dipl. Sportlehrer Edgar Unger (Verantwortlich), Dr. Anke Delow, Dr. Thomas Horky		
Teilnahmevoraussetzungen	Module Medienproduktionssysteme, Journalistische Grundlagen		

Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	DREYER Axel, KRÜGER Arnd: Sportmanagement: Eine themenbezogene Einführung, München, Wien 2004 ¹ PARENT Milena (Hg.), SLACK Trevor (Hg.): International Perspectives on the Management of Sport: An International Perspective, Burlington 2007 ¹ FISCHER Christoooh (Hg.), HACKFORTH Josef (Hg.): ABC des Sportjournalismus, München 2007 ² HERMANNNS A., RIEDMEIER Florian: Sponsoring und Events im Sport, München 2003 ¹							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0336 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0346							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Bühne	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0327		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul erweitert durch die praxisbezogene Arbeit in einem experimentellen szenischen Projekt das bisher erlangte journalistisch-publizistische, technische und projektmanagementorientierte und veranstaltungstechnische Grundlagenwissen um fundierte Anwendungskompetenzen des Theatermanagements. Ziel ist es, Vertrautheit mit den Aufgaben einer Theaterproduktion herzustellen und Fähigkeiten zur Analyse, Bewertung, Konzeption und Durchführung eines Theaterbetriebes zu entwickeln. Die Studierenden werden so in die Lage versetzt, Aspekte klassischer und moderner Dramaturgie sowie die Strukturen des theaterspezifischen Produktionsprozesses zu erfassen, miteinander zu verbinden und im Hinblick auf professionelles Management zu bewerten. Zusätzlich kommen Grundlagen der Personalführung sowie technische Anwendungskompetenzen zum tragen</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul beinhaltet die praktische Arbeit eines Theatermanagements mit den Aufgabengebieten Programmgestaltung, Theaterproduktion, Künstler und Künstleragenturen sowie die Anwendung und Vertiefung von Kenntnissen klassischer und moderner Dramaturgie. Zudem wird die Fähigkeit erlernt, Vermittler und Manager zwischen den am Produktionsprozess beteiligten Künstlern, Verwaltungsangestellten und Technikern zu sein und diese Tätigkeiten professionell auszuführen</p>		
Lernmethoden	<p>Im Vordergrund steht die praktische und teamorientierte Arbeit der Studierenden unter der professionellen Anleitung eines Tutors. Der Dozent spielt dabei die Rolle eines Ausbildungsmanagers im Bereich Theaterorganisation und Struktur. Die Aufgabe des Tutors ist es, individuell auf die auftretenden Problemstellungen der Studenten einzugehen und die erwachsenden Problemstellungen auszuwerten und entsprechende Lösungsansätze gemeinsam zu erarbeiten. Zudem werden von ihm auch Qualitätskriterien aufgestellt, anhand des Projektstandes kontrolliert und evaluiert. Die erreichten Ergebnisse werden in der Gruppe ausgewertet und modelliert.</p>		
Dozententeam	<p>Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer (Verantwortlich), Susanne Schwab, Diplom-Kulturwissenschaftler Petra Schwarz</p>		
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Module: Medienproduktionssystemen, Veranstaltungstechnik und Audiotechnik</p>		
Arbeitslast	<p>150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</p>		

Lehrinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	PEIPE Sabine: Basiswissen Projektmanagement, Freiburg im Breisgau 2007 ¹							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0337 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0347							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Hörfunk	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0328		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt durch die praxisbezogene Arbeit in einem Radioprojekt Anwendungskompetenzen für das bisher erlangte journalistisch-publizistische und technische Grundlagenwissen im Bereich Hörfunk. Ziel ist es, die Vertrautheit mit den Aufgaben eines Hörfunkproduzenten herzustellen und Fähigkeiten zur Analyse, Bewertung, Konzeption und Durchführung eines 24h-Radioprogrammes zu vermitteln. Die Studierenden werden so in die Lage versetzt, journalistische Beiträge, Nachrichten und Moderationen im Hörfunk nach fachlichen Gesichtspunkten zu analysieren, in Hinblick auf die professionelle Qualität zu bewerten und auf hohem Niveau selbst zu erstellen. Während des Moduls setzen sich so die Studenten mit allen in einem Radiosender anfallenden Aufgaben intensiv auseinander, angefangen bei der Programmplanung für ein Radio-Programm bis hin zur Produktion von Sendungen. Neben den klassischen Kompetenzen des Journalisten (Sachkompetenz, Fachkompetenz und Vermittlungskompetenz) und der technischen Anwendungskompetenz auf dem Gebiet der Audiotechnik werden durch die gestellten Kommunikationsaufgaben und die Konfrontation mit der Kritik an den verfassten Programmelementen übergeordnete Schlüsselkompetenzen gefördert.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul beinhaltet die praktische Arbeit in einer Redaktionsstruktur mit den Aufgabengebieten Programmgestaltung, Produktion von Beiträgen, Schneiden als redaktionelles Arbeiten, Nachrichten und Nachrichtenpräsentation, Planung und Produktion kompletter Sendungen und Programme sowie die Moderation von Sendungen.</p>		
Lernmethoden	<p>Die Lehrveranstaltung richtet sich nach der Struktur und Arbeitsweise eines Redaktionsteams. Das bedeutet, dass alle Fragen zur Produktion eines Vollprogramms in der Gruppe behandelt werden. Die Produktionspraxis bildet den Kern der Wissensvermittlung, wobei der Studierende durch aktive Beiträge gefordert wird. Das Modul beinhaltet die Aufgabengebiete Programmgestaltung, Produktion von Beiträgen, Schneiden als redaktionelles Arbeiten, Nachrichten und Nachrichtenpräsentation, Planung und Produktion kompletter Sendungen und Programme sowie die Moderation von Sendungen im Selbstfahrermodus.</p>		
Dozententeam	<p>Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), Floria Fee Fassihi, Master of Sciences André Hartlapp</p>		
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Journalistische Grundlagen, Projektmanagement</p>		
Arbeitslast	<p>150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</p>		

Lehrinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	FRIGGE Uwe, HAAS Michael, ZIMMER Gert: Radio-Management. Ein Handbuch für Radio-Journalisten, Köln 1991 ¹ BUCHHOLZ Axel, LA ROCHE Walter von: Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk, München 2004 ⁸ LYNEN Patrick: Das wundervolle Radiobuch: Personality, Moderation und Motivation, München 2006 ² KOIDL Roman M.: Radio Business. Radiostationen unternehmerisch führen, Wiesbaden 1995 ¹							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0318 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0338							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Online	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0329		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul versteht sich als ein Aufbaumodul, das die theoretischen und technischen Kenntnisse aus dem Modul Medienproduktionssysteme voraussetzt und anwendet. Durch die Kombination technischen Wissens mit den kreativen Anforderungen der „Multimedialen Kunst“ erlangt der Student Kenntnisse und Fähigkeiten, seine eigenen Gestaltungsvorschläge und Ideen professionell und marktnah umzusetzen. Während es gesamten Moduls trainiert der Studierende die Handwerkszeuge der Onlinemedien und wendet diese an.</p> <p>Dabei geht das Modul über die bloße Anwendung von technischen Hilfsmitteln und Kenntnissen hinaus. Vielmehr werden die traditionellen Künste (Poesie, Malerei, Film, Musik, Skulptur, Fotografie) im Modul Medienpraxis Online um die digitalen Übertragungsformen erweitert. Die Studierenden erlernen die grundlegenden Konzepte der innovativen Mediengestaltung und Programmierung multimedialer Anwendungen. Sie lernen interaktive Mensch-Maschine-Schnittstellen zu konzipieren und aufzubauen. Das Modul fordert und fördert zudem interdisziplinär orientierte, multimediale Experimente und ist auf die Sensibilisierung der Wahrnehmung von formalen und ästhetischen Eigenheiten kunstorientierter Multimediaprodukte ausgerichtet. Der Student wird in die Lage versetzt ein Differenzierungsbewusstsein zu entwickeln, welches ihm erlaubt, unterschiedliche virtuelle Umgebungen voneinander zu unterscheiden.</p>		
Lehrinhalte	<p>Die Lehrveranstaltung wird praktisch in Form einer Redaktionssitzung „Multimediale Kunst“ durchgeführt, in der hauptsächlich Fragen mit virtuellen Ausdrucksformen, mit digitaler Kunst und digitaler Ästhetik behandelt werden. Im Modul werden Techniken zur Konzeption, Gestaltung und Programmierung kunstorientierter Multimedia-Produkte und digitaler Welten erklärt und angewendet. Zudem finden relevante VR-Themen und -Technologien wie Interaktion in virtuellen Umgebungen, Avatare, Ambient- und Bio-Multimedia sowie fortgeschrittene multimediale Formen der Virtualität - Mixed und Augmented Reality - Anwendung. Die Konzeption und der Aufbau innovativer Mensch-Maschine-Schnittstellen bilden unter Anleitung eines Tutors aus der Praxis einen weiteren Schwerpunkt des Moduls. Das Modul versetzt die Studierenden in die Lage ganzheitliche Onlineprodukte zu konzeptionieren, Arbeitsschritte zu evaluieren und optimieren sowie interdisziplinäres Wissen aus Technik und Kunst anzuwenden.</p>		

Lernmethoden	Grundlage der Ausbildung stellt die „Redaktionssitzung“ dar. Wichtiges Element zusätzlich zur theoretischen Wissensvermittlung des Tutors ist das kreative Brainstorming sowie die praktische Anwendung. Die während der Lehrveranstaltung gesammelten Erfahrungen und Beobachtungen sollen in die Ausarbeitung einer Mixed Reality-Dramaturgie für ein modulabschließendes Media-Event einfließen. Die Kunst-Komponente soll die Studierenden dazu herausfordern, sich auf kreative Art und Weise mit fortgeschrittenen Multimedia-Themen auseinander zu setzen und unter anderem dazu motivieren, beispielsweise an Multimedia-Wettbewerben teilzunehmen. Die Teilnehmer erarbeiten im Rahmen des Multimedia-Events eine interaktive Multimedia-Installation und präsentieren diese öffentlich mit den erstellten Anwendungen.							
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Robert J. Wierzbicki (Verantwortlich), Marc Fiedler, Prof. Dr.-Ing. Wilfried Schmalwasser							
Teilnahmevoraussetzungen	Medienproduktionssysteme							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	<p>BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick, ZIEGLER Hanns-Jürgen: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin Heidelberg 2008⁴</p> <p>GIBSON William, JORDAN Ken (Herausgeber), PACKER Randall: Multimedia. From Wagner to Virtual Reality, New York 2003¹</p> <p>BAUMGARDT Michael: Web Design kreativ, Berlin 2000⁴</p> <p>OHTA Yuichi, TAMURA Hideyuki: Mixed Reality, Merging Real and Virtual Worlds, Tokyo 1999¹</p> <p>MÜNZ Stefan, NEFZGER Wolfgang: HTML-Handbuch, Poing 2007¹</p> <p>DEWDNEY Andrew, RIDE Peter: The New Media Handbook, Abingdon 2008¹</p>							
Weitere Verwendung	<p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0319</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0339</p>							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Fernsehen	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0330		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul versteht sich als ein Aufbaumodul, das die theoretischen und technischen Kenntnisse aus dem Modul Medienproduktionssysteme Videotechnik voraussetzt und anwendet. Das Modul vermittelt Kernkompetenzen der Produktion eines formatgerechten und formattreuen Fernseh-Magazins. Die Umsetzung des Moduls erfolgt praktisch und vermittelt die Fachkompetenz, fernsehtypische Redaktions- und Produktionsabläufe einzuüben und zu beherrschen und gibt Einblick in ein Produktionsfeld unter EB- und/oder Studiobedingungen.		
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung umfasst die Definition des Formats, den Aufbau einer Produktions- und einer Redaktionsstruktur, die Produktion der Magazinbeiträge von der Themenidee bis zur Endabnahme sowie die dafür notwendige Produktionstechnik. Weiterhin wird eingegangen auf Möglichkeiten, auch über längere Zeiträume formatgerecht zu arbeiten, kaufmännische Aspekte der Produktion zu beachten, wie Etat zu kalkulieren und die Einhaltung der Mittelansätze zu überwachen. Weiterführend werden auch die Möglichkeiten des Erlösmanagements, Distribution der produzierten Sendungen und Redaktionsmarketing betrachtet. Zudem entwickeln die Studierenden durch den Charakter der Lehrveranstaltung Softskills.		
Lernmethoden	Die Teilnehmer produzieren unter Anleitung eine komplette Fernsehsendung. Dabei sind sie unter Mitarbeit eines Praktikers aus dem Fernsehbereich für die Erarbeitung und Einhaltung der Organisations- und Produktionsstrukturen verantwortlich. Durch die projektbezogene und teamorientierte Arbeit werden die Studenten in die Lage versetzt, das erlernte journalistische, technische und betriebswirtschaftliche Fachwissen aktiv zu demonstrieren. Mit Hilfe der Reaktionsstruktur des Seminars wird außerdem eine Interaktions- und Kommunikationsstrategie erreicht, die im besonderen Maße die Ergebnisevaluierung unterstreicht. In den Seminaren werden die Inhalte der Sendung und die dafür notwendige Produktionstechnik geplant und abgesprochen, die Einhaltung der Produktion und Vorgaben überwacht und die erzielten Ergebnisse ausgewertet.		
Dozententeam	Prof. Günther Graßau (Verantwortlich), M. Sc. (Econ.) Hanna Christensen, Floria Fee Fasshi		
Teilnahmevoraussetzungen	Journalistische Grundlagen, Medienproduktionssysteme Videotechnik		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehrinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	BUCHHOLZ Axel, SCHULT Gerhard: Fernsehjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, München 2006 ⁷ ORDOLFF Martin: Fernsehjournalismus, Konstanz 2005 ¹ MARCINIAK Carl: Fernsehjournalismus: Praxiswissen für Einsteiger, Augsburg 2007 ¹							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0320 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0340							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Event	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0331		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul versteht sich als ein Aufbaumodul, das die theoretischen und technischen Kenntnisse aus dem Modul Medienproduktionssysteme Veranstaltungstechnik voraussetzt und anwendet. Ziel ist die Vermittlung und Vertiefung von Kompetenzen zur Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, insbesondere die Vermittlung von Kenntnissen und Fertigkeiten in strategischer, redaktioneller und produktionstechnischer Hinsicht im Bereich von Events und des Eventmanagements. Der Studierende wird in die Lage versetzt, das erworbene Wissen interdisziplinär und praxisgerecht umzusetzen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul gibt einen Einblick in eventspezifisches Know-how, u.a. die Planung, Positionierung, Konzeptionierung, Durchführung und Nachbereitung von Events aller Arten, speziell im Medien- und Kommunikationsbereich sowie der nationalen und internationalen Medienwirtschaft. Dazu zählen Strategien von Events, Inszenierung von Erlebniswelten, Projekt und Budgetplanung, Agenturauswahl, Medienauswahl, Event-Kommunikation, Event-Sponsoring sowie Erfolgs- und Budgetkontrolle. Durch Erteilung konkreter Recherche- und Durchführungsaufgaben werden Praktiken geübt und mit der Korrektur der Konzepte eine kritische Kreativität entwickelt.</p>		
Lernmethoden	<p>Die Vermittlung des Wissens erfolgt anhand eines Praxisprojektes in Anlehnung an den Studienort. Der Ablauf des Seminars sieht vor, dass die Studierenden konkrete Recherche- und Durchführungsaufgaben im Umfeld des Studienganges erhalten und die Ergebnisse zwischen den Seminarsitzungen in diverse Planungen und Konzepte umsetzen. Die Korrektur erfolgt in den Sitzungen, wobei studentische Tutoren die Arbeitsgruppen betreuen und externe Lehrbeauftragte zugezogen werden. Durch die Einbettung der Aufgaben in den Eventmarkt werden so die Fähigkeiten zur Informationsbeschaffung und –bewertung sowie die Einschätzung von medialen Märkten gestärkt.</p>		
Dozententeam	Prof. Dr. Ludwig Hilmer (Verantwortlich), Prof. Peter Fischer-Piel, Julia Scheschonka		
Teilnahmevoraussetzungen	Medienproduktionssysteme , Veranstaltungstechnik		
Arbeitslast	<p>150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</p>		

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	ALTENDORFER Otto, HILMER Ludwig: Lehrbuch Medienmanagement, Wiesbaden 2006 ¹ 4 Bde., 2006 bis 2008 ALTENDORFER Otto, HOLLERITH Josef, MÜLLER Gerd: Die Inszenierung der Parteien, Eichstätt 2003 ¹ HOLZBAUR Ulrich (et al.): Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Heidelberg 2005 ³ HOLZBAUR Ulrich (et al.): Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Heidelberg 2005 ³ FÖRSTER J., HEBBEL-SEEGER A.: Eventmanagement und Marketing im Sport, Berlin 2008 ¹							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0321 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0341							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Film	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0332							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5					
Ausbildungsziele	Das Modul versteht sich als ein Aufbaumodul, das die theoretischen und technischen Kenntnisse aus dem Modul Medienproduktionssysteme Videotechnik voraussetzt und anwendet. Das Modul vermittelt Kernkompetenzen der Produktion von Fernsehfilmen. Die Teilnehmer werden befähigt, die wesentlichen Produktionsschritte der Entstehung von Fernseh- und Dokumentarfilmen kennenzulernen und in Grundzügen zu beherrschen.							
Lehrinhalte	Anhand eines konkreten Kurzfilm- und Dokumentarfilmprojektes werden die theoretischen und praktischen Aufgaben eingeübt. Das Modul behandelt in diesem Rahmen die wesentlichen Schritte der Entstehung und Durchführung von Filmprojekten. Im Mittelpunkt der Arbeit stehen die Prozess-Schritte: Stoffentwicklung, Stoffaufbereitung und Drehbuchschreiben. Die praktische Arbeit wird im Rahmen einer Kurzfilmproduktion die theoretisch behandelten Arbeitsschritte und Arbeitsweisen anwenden und vertiefen. In den Seminaren wird sich zudem mit dem Projektstand auseinandergesetzt und eine kritische Kreativität entwickelt.							
Lernmethoden	Die Vermittlung erfolgt in seminaristischer Form anhand von konkreten Projekten. Das Modul umfasst die Arbeit an einem entwickelten und konzipierten Kurzfilmprojekt. Die Teilnehmer werden mit den theoretischen Grundlagen der einzelnen zentralen Prozess-Schritte vertraut gemacht. In Einzel- oder Gruppenarbeit werden Aufgaben wie Stoffentwicklung oder Drehbuchschreiben praktisch eingeübt, mit den Dozenten besprochen und gesamtheitlich evaluiert.							
Dozententeam	Prof. Peter Gottschalk (Verantwortlich), Dr. phil. Helmar Baum, Andreas Voigt							
Teilnahmevoraussetzungen	Module Medienproduktionssysteme, Videotechnik							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS				Prüfungen	Gewicht	
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.			PVL
			2		2		Msn/PA	1

Empf. Literatur	VON APPELDORN Werner: Handbuch der Film- und Fernseh-Produktion, München 2002 ⁵ CLEVÉ Bastian: Von der Idee zum Film, Gerlingen 2004 ⁴ DRESS Peter: Vor Drehbeginn, Bergisch Gladbach 2002 ¹ GEISSENDÖRFER Hans Werner, LESCHINSKY Alexander: Handbuch Fernsehproduktion, Neuwied 2002 ¹ LEEB Hugo, SEHR Peter: Filmproduktion Bd.3: Kalkulation, München 1998 ²
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0322 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0342

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	PR	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0333		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt Kernkompetenzen zur vorbereitenden Analyse, Konzeption und Umsetzung von Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit. Die Absolventen werden befähigt, eine Institution, ein Projekt bzw. ein Produkt öffentlichkeitswirksam in allen Medien darstellen zu können, bzw. die Leistungen entsprechender Beratungsunternehmen bezüglich Inhalt, Form und Kosten zu erfassen, auszuwerten und einzuschätzen. Dabei geht das Modul nicht nur auf die inhaltlichen Belange einer PR-Strategie ein, sondern betrachtet auch die betriebswirtschaftlichen Eckpunkte und das gesellschaftliche Umfeld.		
Lehrinhalte	Anhand eines konkreten PR-Projektes erfährt der Student die theoretischen und praktischen Aufgaben der Agenturarbeit. Das Modul zeigt den Teilnehmern die wesentlichen Schritte einer PR-Kampagne und deren praktische Umsetzung und Implementierung. Im Rahmen des Seminars werden die Vorgehensweisen der Projektarbeit vorgestellt, eingeschätzt und abgestimmt. Dabei kommen die Formen der klassischen PR wie zum Beispiel Sozialmarketing, Medienarbeit oder Lobbying projektbezogen zum Einsatz. Im Mittelpunkt der Arbeit stehen dabei Analyse, Konzeption und Mediaplanung sowie Strategien der Öffentlichkeitsarbeit und der „neuen PR“. In den Seminaren werden der Projektstand reflektiert und eine kritische Kreativität entwickelt.		
Lernmethoden	Die Vermittlung erfolgt in seminaristischer Form anhand von konkreten Projekten. Das Modul umfasst die Arbeit an einer experimentellen oder realistischen Mediakampagne. Die Teilnehmer werden mit den theoretischen Grundlagen der einzelnen zentralen Prozess-Schritte vertraut gemacht. In den Arbeitsgruppen werden die PR-Maßnahmen praktisch entwickelt und mit klassischer Medienarbeit sowie mit den Methoden und Techniken der „neuen PR“ verknüpft. Die entstandenen Ideen, Strategien und Konzepte werden im Seminar ausgewertet, diskutiert und modelliert und als Abschlussprojekt in einer Gesamtpräsentation vorgestellt.		
Dozententeam	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold (Verantwortlich), Katja Haß, M.A. Ilka Riege		
Teilnahmevoraussetzungen	Modul Medienproduktionssysteme		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehrinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	AVENARIUS Horst: Public Relations: Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation, Stuttgart 2008 ¹ BARBAN Arnold, CRISTOL Steven M., KOPEC Frank R.: Essentials of Media Planning, Lincolnwood 2001 ¹ BURNETT John, MORIARTY Sandra: Introduction to Integrated Marketing Communications, Upper Saddle River 2000 ¹ GUNNING Ellen: Public Relations: A Practical Approach, Dublin 2003 ¹ SCHNETTLER Josef, WENDT Gero: Konzeption und Mediaplanung für Werbe- und Kommunikationsberufe, Berlin 2003 ¹ ATKIN Charles, RICE Ronald: Public Commuincations Campaigns, Newbury Park 2001 ³							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0323 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0343							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Musik	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0334		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul versteht sich als ein Aufbaumodul der Lehrveranstaltung Medienproduktionssysteme. Das Modul vermittelt Kernkompetenzen der Produktion und des Managements von Musikprodukten. Die bisher erworbenen theoretischen und technischen Kenntnisse werden hierbei projektbezogen angewendet. Die Teilnehmer werden befähigt, die wesentlichen Produktionsschritte und die managementrelevanten Hintergründe einer Musikproduktion in den Grundzügen selbstständig anzuwenden. Die Studenten sollen während des Moduls die Verknüpfung der einzelnen Bereiche und die Zusammenhänge zwischen ihnen erkennen und in der Lage sein diese zu evaluieren.</p>		
Lehrinhalte	<p>Anhand eines konkreten Projektes werden die theoretischen und praktischen Aufgaben eingeübt. Das Modul behandelt in diesem Rahmen die wesentlichen Schritte der Entstehung und Durchführung von Musikproduktionen. Im Mittelpunkt der Arbeit stehen die Prozess-Schritte: Musikmanagement und Musikproduktion in Verbindung mit Musikvermittlung und Musikjournalismus. Dabei spielen auch aktuelle Entwicklungen im Bereich der populären Musik und der Medien eine zentrale Rolle. Die praktische Arbeit vertieft dabei unter Anleitung eines Tutors die theoretisch behandelten Arbeitsschritte und Arbeitsweisen. In den Seminaren wird sich zudem mit dem Projektstand auseinandergesetzt und eine kritische Kreativität entwickelt.</p>		
Lernmethoden	<p>Die Vermittlung des Lehrstoffes erfolgt in seminaristischer Form anhand eines konkreten Projektes. Das Modul umfasst die Arbeit an einer experimentellen oder realistischen Musikproduktion. Die Teilnehmer werden mit den theoretischen Grundlagen der einzelnen zentralen Prozess-Schritte vertraut gemacht und evaluieren kritisch die Vorgehensweise. Dabei werden aktuelle Marktbeobachtungen und Entwicklungen einbezogen. In der Projektgruppe werden alle Maßnahmen diskutiert und praktisch entwickelt. Die entstandenen Ideen, Strategien und Konzepte werden im Seminar ausgewertet und modelliert und als Abschlussprojekt in einer Gesamtpräsentation vorgestellt.</p>		
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), Prof. Dr.-Ing. Gerd Dost, Matthias Suschke		
Teilnahmevoraussetzungen	Journalistische Grundlagen, Modul Medienproduktionssysteme (Tontechnik, Veranstaltungstechnik)		
Arbeitslast	<p>150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</p>		

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	<p>EISNER Uli: Mixing Workshop: Leitfaden für Beschallung und Home-Recording, Bergkirchen 2002⁶</p> <p>MATYS Erwin: Praxishandbuch Produktmanagement: Grundlagen und Instrumente, Frankfurt am Main 2008⁴</p> <p>ECKERT Heiko van: Praxishandbuch Vertrieb: Massgeschneiderte Lösungen für den Kunden - Den Mitarbeiter zum Partner machen - Optimale Rahmenbedingungen schaffen, Berlin 2005¹</p> <p>WESTWOOD John: 30 Minuten für den erfolgssicheren Marketingplan, Offenbach 2000¹</p> <p>KESSLER Robert R.: Crashkurs Musikmanagement, Bergkirchen 2007²</p> <p>BERNDORFF Gunnar, BERNDORFF Barbara, EIGLER Knut: Musikrecht: Die häufigsten Fragen des Musikgeschäfts, Bergkirchen 2007⁵</p> <p>HAPKE Tom: Die Studiobibel, Berlin 2006¹</p>							
Weitere Verwendung	<p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0324</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0344</p>							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Print	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0335		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt grundlegende Praxiskenntnisse für die Arbeit im Printbereich sowohl in der technischen Umsetzung als auch in der redaktionellen Arbeit und Organisationsstruktur. Die Studenten werden befähigt, ein Printprodukt von der Planung bis zur Auslieferung umsetzen zu können. Das Modul ist am Beispiel einer Zeitungsredaktion strukturiert. Die Studierenden erfüllen den praktischen Teil des Modules eigenständig unter Anleitung eines Tutors, wodurch auch die soziale Kompetenz und die Softskills entwickelt werden sollen. Ziel ist, das bisher erlangte Grundlagen- und Methodenwissen durch praktische Erfahrungen in realen Projekten anzuwenden und damit die Fähigkeit zur selbstständigen Arbeit zu erlangen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul wird in Form einer Lehrredaktion durchgeführt. Dies umfasst Themenrecherche und deren Bearbeitung, Redigieren sowie die Organisation und Struktur redaktioneller Arbeitsprozesse, bis hin zu Herstellung und Vertrieb eines Printprodukts. Ausgegangen wird von der Annahme, ein marktfähiges Produkt erstellen zu müssen. Die Studierenden durchlaufen die unterschiedlichen Entwicklungsphasen des zu erstellenden Printproduktes von der Idee bis zum Druck, einschließlich der Akquise von Anzeigenaufträgen und die Organisation eines Vertriebssystems. Durch das Modul erlangen die Studierenden Kompetenz zur interdisziplinären Verknüpfung von Journalismus, Technik und Betriebswirtschaft. Durch die praktische Durchführung des Moduls werden die Studierenden befähigt neben Sach- und Fachkompetenz auch die Kompetenz zur praktischen Arbeit sowie Softskills zu entwickeln.</p>		
Lernmethoden	<p>Im Vordergrund steht die praktische, weitgehend autonome Arbeit der Studierenden unter der professionellen Anleitung eines Tutors. Der Dozent spielt dabei die Rolle eines Ausbildungsredakteurs, Verlags- oder Druckereileiters, der individuell auf die auftretenden Problemstellungen der Studenten eingehen kann. Zudem werden von ihm auch Qualitätsrichtlinien aufgestellt und besprochen. Die erreichten Ergebnisse werden in der Gruppe ausgewertet.</p>		
Dozententeam	Prof. Horst Müller (Verantwortlich), Prof. Peter Fischer-Piel, Peter Adolf Stadler		
Teilnahmevoraussetzungen	Journalistische Grundlagen, Medienproduktionssysteme		
Arbeitslast	<p>150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</p>		

Lehrinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	VON LA ROCHE Walter: Einführung in den praktischen Journalismus, München 2008 ¹⁸ BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick, ZIEGLER Hanns-Jürgen: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin Heidelberg 2008 ⁴ KIPPHAN Helmut: Handbuch der Printmedien, Berlin 2000 ¹ PISANI Patricia, RADTKE Susanne, WOLTERS Walburga: Handbuch visuelle Mediengestaltung, Berlin 2004 ²							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0325 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0345							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Sport	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0336		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Die Lehrveranstaltung versteht sich als Aufbaumodul für die bisher erlangten journalistisch-publizistischen, technischen und projektmanagementorientierten Kenntnisse. Durch die praxisbezogene Arbeit in einem Projekt im Bereich Sport/Sportmanagement werden die Aufgaben einer solchen Produktion verdeutlicht und Fähigkeiten zur Analyse, Bewertung, Konzeption und Durchführung eines Sportevents bzw. eines Sportmanagers entwickelt. Das Modul wird gruppenorientiert unter Anleitung eines Tutors durchgeführt, wodurch auch soziale Kompetenz und Softskills entwickelt werden sollen. Das bisher erlangte Grundlagen- und Methodenwissen findet durch die praktischen Erfahrungen in Projekten Anwendung mit dem Ziel, bei den Studierenden die Fähigkeit zur selbstständigen Arbeit zu fördern und diese evaluieren zu können.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul behandelt in diesem Rahmen die wesentlichen Schritte der Entstehung und Durchführung eines Sportevents bzw. einer sportspezifischen Produktion. Im Mittelpunkt der Arbeit stehen die Prozess-Schritte: Sportmanagement und Sportmedienproduktion in Verbindung mit Sportjournalismus. Dabei spielen auch aktuelle Entwicklungen in diesem Bereich sowie die Spezifika der Sportlervermarktung und der Sponsorenakquisition eine zentrale Rolle. Die praktische Arbeit vertieft dabei unter Anleitung eines Tutors die theoretisch behandelten Arbeitsschritte und Arbeitsweisen und umreißt praktisch wie eine solide erfolgsorientierte Planung und Durchführung unter sportlichen sowie ökonomischen Gesichtspunkten funktioniert. In den Seminaren wird sich zudem kritisch mit dem Projektstand auseinandergesetzt, wobei auch einzelne Arbeitsschritte evaluiert werden.</p>		
Lernmethoden	<p>Im Vordergrund steht die praktische und teamorientierte Arbeit der Studierenden unter der professionellen Anleitung eines Tutors. Der Dozent spielt dabei die Rolle eines Ausbildungsmanagers. Die Aufgabe des Tutors ist es, individuell auf die auftretenden Problemstellungen der Studenten einzugehen und die erwachsenden Problemstellungen auszuwerten und entsprechende Lösungsansätze gemeinsam zu erarbeiten. Zudem werden von ihm auch Qualitätskriterien aufgestellt, anhand des Projektstandes kontrolliert und evaluiert. Die erreichten Ergebnisse werden in der Gruppe ausgewertet und modelliert.</p>		
Dozententeam	Dr. Sportwiss./Dipl. Sportlehrer Edgar Unger (Verantwortlich), Dr. Anke Delow, Dr. Thomas Horky		
Teilnahmevoraussetzungen	Module Medienproduktionssysteme, Journalistische Grundlagen		

Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	<p>DREYER Axel, KRÜGER Arnd: Sportmanagement: Eine themenbezogene Einführung, München, Wien 2004¹</p> <p>PARENT Milena (Hg.), SLACK Trevor (Hg.): International Perspectives on the Management of Sport: An International Perspective, Burlington 2007¹</p> <p>FISCHER ChristooH (Hg.), HACKFORTH Josef (Hg.): ABC des Sportjournalismus, München 2007²</p> <p>HERMANNNS A., RIEDMEIER Florian: Sponsoring und Events im Sport, München 2003¹</p>							
Weitere Verwendung	<p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0326</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0346</p>							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Bühne	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0337		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul erweitert durch die praxisbezogene Arbeit in einem experimentellen szenischen Projekt das bisher erlangte journalistisch-publizistische, technische und projektmanagementorientierte und veranstaltungstechnische Grundlagenwissen um fundierte Anwendungskompetenzen des Theatermanagements. Ziel ist es, Vertrautheit mit den Aufgaben einer Theaterproduktion herzustellen und Fähigkeiten zur Analyse, Bewertung, Konzeption und Durchführung eines Theaterbetriebes zu entwickeln. Die Studierenden werden so in die Lage versetzt, Aspekte klassischer und moderner Dramaturgie sowie die Strukturen des theaterspezifischen Produktionsprozesses zu erfassen, miteinander zu verbinden und im Hinblick auf professionelles Management zu bewerten. Zusätzlich kommen Grundlagen der Personalführung sowie technische Anwendungskompetenzen zum tragen</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul beinhaltet die praktische Arbeit eines Theatermanagements mit den Aufgabengebieten Programmgestaltung, Theaterproduktion, Künstler und Künstleragenturen sowie die Anwendung und Vertiefung von Kenntnissen klassischer und moderner Dramaturgie. Zudem wird die Fähigkeit erlernt, Vermittler und Manager zwischen den am Produktionsprozess beteiligten Künstlern, Verwaltungsangestellten und Technikern zu sein und diese Tätigkeiten professionell auszuführen</p>		
Lernmethoden	<p>Im Vordergrund steht die praktische und teamorientierte Arbeit der Studierenden unter der professionellen Anleitung eines Tutors. Der Dozent spielt dabei die Rolle eines Ausbildungsmanagers im Bereich Theaterorganisation und Struktur. Die Aufgabe des Tutors ist es, individuell auf die auftretenden Problemstellungen der Studenten einzugehen und die erwachsenden Problemstellungen auszuwerten und entsprechende Lösungsansätze gemeinsam zu erarbeiten. Zudem werden von ihm auch Qualitätskriterien aufgestellt, anhand des Projektstandes kontrolliert und evaluiert. Die erreichten Ergebnisse werden in der Gruppe ausgewertet und modelliert.</p>		
Dozententeam	<p>Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer (Verantwortlich), Susanne Schwab, Diplom-Kulturwissenschaftler Petra Schwarz</p>		
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Module: Medienproduktionssystemen, Veranstaltungstechnik und Audiotechnik</p>		
Arbeitslast	<p>150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</p>		

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	PEIPE Sabine: Basiswissen Projektmanagement, Freiburg im Breisgau 2007 ¹							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0327 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0347							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Hörfunk	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0338		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt durch die praxisbezogene Arbeit in einem Radioprojekt Anwendungskompetenzen für das bisher erlangte journalistisch-publizistische und technische Grundlagenwissen im Bereich Hörfunk. Ziel ist es, die Vertrautheit mit den Aufgaben eines Hörfunkproduzenten herzustellen und Fähigkeiten zur Analyse, Bewertung, Konzeption und Durchführung eines 24h-Radioprogrammes zu vermitteln. Die Studierenden werden so in die Lage versetzt, journalistische Beiträge, Nachrichten und Moderationen im Hörfunk nach fachlichen Gesichtspunkten zu analysieren, in Hinblick auf die professionelle Qualität zu bewerten und auf hohem Niveau selbst zu erstellen. Während des Moduls setzen sich so die Studenten mit allen in einem Radiosender anfallenden Aufgaben intensiv auseinander, angefangen bei der Programmplanung für ein Radio-Programm bis hin zur Produktion von Sendungen. Neben den klassischen Kompetenzen des Journalisten (Sachkompetenz, Fachkompetenz und Vermittlungskompetenz) und der technischen Anwendungskompetenz auf dem Gebiet der Audiotechnik werden durch die gestellten Kommunikationsaufgaben und die Konfrontation mit der Kritik an den verfassten Programmelementen übergeordnete Schlüsselkompetenzen gefördert.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul beinhaltet die praktische Arbeit in einer Redaktionsstruktur mit den Aufgabengebieten Programmgestaltung, Produktion von Beiträgen, Schneiden als redaktionelles Arbeiten, Nachrichten und Nachrichtenpräsentation, Planung und Produktion kompletter Sendungen und Programme sowie die Moderation von Sendungen.</p>		
Lernmethoden	<p>Die Lehrveranstaltung richtet sich nach der Struktur und Arbeitsweise eines Redaktionsteams. Das bedeutet, dass alle Fragen zur Produktion eines Vollprogramms in der Gruppe behandelt werden. Die Produktionspraxis bildet den Kern der Wissensvermittlung, wobei der Studierende durch aktive Beiträge gefordert wird. Das Modul beinhaltet die Aufgabengebiete Programmgestaltung, Produktion von Beiträgen, Schneiden als redaktionelles Arbeiten, Nachrichten und Nachrichtenpräsentation, Planung und Produktion kompletter Sendungen und Programme sowie die Moderation von Sendungen im Selbstfahrermodus.</p>		
Dozententeam	<p>Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), Floria Fee Fassihi, Master of Sciences André Hartlapp</p>		
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Journalistische Grundlagen, Projektmanagement</p>		

Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	FRIGGE Uwe, HAAS Michael, ZIMMER Gert: Radio-Management. Ein Handbuch für Radio-Journalisten, Köln 1991 ¹ BUCHHOLZ Axel, LA ROCHE Walter von: Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk, München 2004 ⁸ LYNEN Patrick: Das wundervolle Radiobuch: Personality, Moderation und Motivation, München 2006 ² KOIDL Roman M.: Radio Business. Radiostationen unternehmerisch führen, Wiesbaden 1995 ¹							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0318 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0328							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Online	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0339		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul versteht sich als ein Aufbaumodul, das die theoretischen und technischen Kenntnisse aus dem Modul Medienproduktionssysteme voraussetzt und anwendet. Durch die Kombination technischen Wissens mit den kreativen Anforderungen der „Multimedialen Kunst“ erlangt der Student Kenntnisse und Fähigkeiten, seine eigenen Gestaltungsvorschläge und Ideen professionell und marktnah umzusetzen. Während es gesamten Moduls trainiert der Studierende die Handwerkszeuge der Onlinemedien und wendet diese an.</p> <p>Dabei geht das Modul über die bloße Anwendung von technischen Hilfsmitteln und Kenntnissen hinaus. Vielmehr werden die traditionellen Künste (Poesie, Malerei, Film, Musik, Skulptur, Fotografie) im Modul Medienpraxis Online um die digitalen Übertragungsformen erweitert. Die Studierenden erlernen die grundlegenden Konzepte der innovativen Mediengestaltung und Programmierung multimedialer Anwendungen. Sie lernen interaktive Mensch-Maschine-Schnittstellen zu konzipieren und aufzubauen. Das Modul fordert und fördert zudem interdisziplinär orientierte, multimediale Experimente und ist auf die Sensibilisierung der Wahrnehmung von formalen und ästhetischen Eigenheiten kunstorientierter Multimediaprodukte ausgerichtet. Der Student wird in die Lage versetzt ein Differenzierungsbewusstsein zu entwickeln, welches ihm erlaubt, unterschiedliche virtuelle Umgebungen voneinander zu unterscheiden.</p>		
Lehrinhalte	<p>Die Lehrveranstaltung wird praktisch in Form einer Redaktionssitzung „Multimediale Kunst“ durchgeführt, in der hauptsächlich Fragen mit virtuellen Ausdrucksformen, mit digitaler Kunst und digitaler Ästhetik behandelt werden. Im Modul werden Techniken zur Konzeption, Gestaltung und Programmierung kunstorientierter Multimedia-Produkte und digitaler Welten erklärt und angewendet. Zudem finden relevante VR-Themen und -Technologien wie Interaktion in virtuellen Umgebungen, Avatare, Ambient- und Bio-Multimedia sowie fortgeschrittene multimediale Formen der Virtualität - Mixed und Augmented Reality - Anwendung. Die Konzeption und der Aufbau innovativer Mensch-Maschine-Schnittstellen bilden unter Anleitung eines Tutors aus der Praxis einen weiteren Schwerpunkt des Moduls. Das Modul versetzt die Studierenden in die Lage ganzheitliche Onlineprodukte zu konzeptionieren, Arbeitsschritte zu evaluieren und optimieren sowie interdisziplinäres Wissen aus Technik und Kunst anzuwenden.</p>		

Lernmethoden	Grundlage der Ausbildung stellt die „Redaktionssitzung“ dar. Wichtiges Element zusätzlich zur theoretischen Wissensvermittlung des Tutors ist das kreative Brainstorming sowie die praktische Anwendung. Die während der Lehrveranstaltung gesammelten Erfahrungen und Beobachtungen sollen in die Ausarbeitung einer Mixed Reality-Dramaturgie für ein modulabschließendes Media-Event einfließen. Die Kunst-Komponente soll die Studierenden dazu herausfordern, sich auf kreative Art und Weise mit fortgeschrittenen Multimedia-Themen auseinander zu setzen und unter anderem dazu motivieren, beispielsweise an Multimedia-Wettbewerben teilzunehmen. Die Teilnehmer erarbeiten im Rahmen des Multimedia-Events eine interaktive Multimedia-Installation und präsentieren diese öffentlich mit den erstellten Anwendungen.																												
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Robert J. Wierzbicki (Verantwortlich), Marc Fiedler, Prof. Dr.-Ing. Wilfried Schmalwasser																												
Teilnahmevoraussetzungen	Medienproduktionssysteme																												
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																												
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>Sem.</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td>Msn/PA</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL			2		2		Msn/PA	1							
	Lerneinheiten -units		SWS							Prüfungen	Gewicht																		
Vorl.		Sem.	Prakt.	Tut.	PVL																								
		2		2		Msn/PA	1																						
Empf. Literatur	<p>BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick, ZIEGLER Hanns-Jürgen: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin Heidelberg 2008⁴</p> <p>GIBSON William, JORDAN Ken (Herausgeber), PACKER Randall: Multimedia. From Wagner to Virtual Reality, New York 2003¹</p> <p>BAUMGARDT Michael: Web Design kreativ, Berlin 2000⁴</p> <p>OHTA Yuichi, TAMURA Hideyuki: Mixed Reality, Merging Real and Virtual Worlds, Tokyo 1999¹</p> <p>MÜNZ Stefan, NEFZGER Wolfgang: HTML-Handbuch, Poing 2007¹</p> <p>DEWDNEY Andrew, RIDE Peter: The New Media Handbook, Abingdon 2008¹</p>																												
Weitere Verwendung	<p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0319</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0329</p>																												

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Fernsehen	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0340		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul versteht sich als ein Aufbaumodul, das die theoretischen und technischen Kenntnisse aus dem Modul Medienproduktionssysteme Videotechnik voraussetzt und anwendet. Das Modul vermittelt Kernkompetenzen der Produktion eines formatgerechten und formattreuen Fernseh-Magazins. Die Umsetzung des Moduls erfolgt praktisch und vermittelt die Fachkompetenz, fernsehtypische Redaktions- und Produktionsabläufe einzuüben und zu beherrschen und gibt Einblick in ein Produktionsfeld unter EB- und/oder Studiobedingungen.		
Lehrinhalte	Die Lehrveranstaltung umfasst die Definition des Formats, den Aufbau einer Produktions- und einer Redaktionsstruktur, die Produktion der Magazinbeiträge von der Themenidee bis zur Endabnahme sowie die dafür notwendige Produktionstechnik. Weiterhin wird eingegangen auf Möglichkeiten, auch über längere Zeiträume formatgerecht zu arbeiten, kaufmännische Aspekte der Produktion zu beachten, wie Etat zu kalkulieren und die Einhaltung der Mittelansätze zu überwachen. Weiterführend werden auch die Möglichkeiten des Erlösmanagements, Distribution der produzierten Sendungen und Redaktionsmarketing betrachtet. Zudem entwickeln die Studierenden durch den Charakter der Lehrveranstaltung Softskills.		
Lernmethoden	Die Teilnehmer produzieren unter Anleitung eine komplette Fernsehsendung. Dabei sind sie unter Mitarbeit eines Praktikers aus dem Fernsehbereich für die Erarbeitung und Einhaltung der Organisations- und Produktionsstrukturen verantwortlich. Durch die projektbezogene und teamorientierte Arbeit werden die Studenten in die Lage versetzt, das erlernte journalistische, technische und betriebswirtschaftliche Fachwissen aktiv zu demonstrieren. Mit Hilfe der Reaktionsstruktur des Seminars wird außerdem eine Interaktions- und Kommunikationsstrategie erreicht, die im besonderen Maße die Ergebnisevaluierung unterstreicht. In den Seminaren werden die Inhalte der Sendung und die dafür notwendige Produktionstechnik geplant und abgesprochen, die Einhaltung der Produktion und Vorgaben überwacht und die erzielten Ergebnisse ausgewertet.		
Dozententeam	Prof. Günther Graßau (Verantwortlich), M. Sc. (Econ.) Hanna Christensen, Floria Fee Fasshi		
Teilnahmevoraussetzungen	Journalistische Grundlagen, Medienproduktionssysteme Videotechnik		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehrinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	BUCHHOLZ Axel, SCHULT Gerhard: Fernsehjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, München 2006 ⁷ ORDOLFF Martin: Fernsehjournalismus, Konstanz 2005 ¹ MARCINIAK Carl: Fernsehjournalismus: Praxiswissen für Einsteiger, Augsburg 2007 ¹							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0320 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0330							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Event	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0341		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul versteht sich als ein Aufbaumodul, das die theoretischen und technischen Kenntnisse aus dem Modul Medienproduktionssysteme Veranstaltungstechnik voraussetzt und anwendet. Ziel ist die Vermittlung und Vertiefung von Kompetenzen zur Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, insbesondere die Vermittlung von Kenntnissen und Fertigkeiten in strategischer, redaktioneller und produktionstechnischer Hinsicht im Bereich von Events und des Eventmanagements. Der Studierende wird in die Lage versetzt, das erworbene Wissen interdisziplinär und praxisgerecht umzusetzen.		
Lehrinhalte	Das Modul gibt einen Einblick in eventspezifisches Know-how, u.a. die Planung, Positionierung, Konzeptionierung, Durchführung und Nachbereitung von Events aller Arten, speziell im Medien- und Kommunikationsbereich sowie der nationalen und internationalen Medienwirtschaft. Dazu zählen Strategien von Events, Inszenierung von Erlebniswelten, Projekt und Budgetplanung, Agenturauswahl, Medienauswahl, Event-Kommunikation, Event-Sponsoring sowie Erfolgs- und Budgetkontrolle. Durch Erteilung konkreter Recherche- und Durchführungsaufgaben werden Praktiken geübt und mit der Korrektur der Konzepte eine kritische Kreativität entwickelt.		
Lernmethoden	Die Vermittlung des Wissens erfolgt anhand eines Praxisprojektes in Anlehnung an den Studienort. Der Ablauf des Seminars sieht vor, dass die Studierenden konkrete Recherche- und Durchführungsaufgaben im Umfeld des Studienganges erhalten und die Ergebnisse zwischen den Seminarsitzungen in diverse Planungen und Konzepte umsetzen. Die Korrektur erfolgt in den Sitzungen, wobei studentische Tutoren die Arbeitsgruppen betreuen und externe Lehrbeauftragte zugezogen werden. Durch die Einbettung der Aufgaben in den Eventmarkt werden so die Fähigkeiten zur Informationsbeschaffung und –bewertung sowie die Einschätzung von medialen Märkten gestärkt.		
Dozententeam	Prof. Dr. Ludwig Hilmer (Verantwortlich), Prof. Peter Fischer-Piel, Julia Scheschonka		
Teilnahmevoraussetzungen	Medienproduktionssysteme , Veranstaltungstechnik		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehrinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	ALTENDORFER Otto, HILMER Ludwig: Lehrbuch Medienmanagement, Wiesbaden 2006 ¹ 4 Bde., 2006 bis 2008 ALTENDORFER Otto, HOLLERITH Josef, MÜLLER Gerd: Die Inszenierung der Parteien, Eichstätt 2003 ¹ HOLZBAUR Ulrich (et al.): Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Heidelberg 2005 ³ HOLZBAUR Ulrich (et al.): Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Heidelberg 2005 ³ FÖRSTER J., HEBBEL-SEEGER A.: Eventmanagement und Marketing im Sport, Berlin 2008 ¹							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0321 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0331							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Film	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0342							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5					
Ausbildungsziele	Das Modul versteht sich als ein Aufbaumodul, das die theoretischen und technischen Kenntnisse aus dem Modul Medienproduktionssysteme Videotechnik voraussetzt und anwendet. Das Modul vermittelt Kernkompetenzen der Produktion von Fernsehfilmen. Die Teilnehmer werden befähigt, die wesentlichen Produktionsschritte der Entstehung von Fernseh- und Dokumentarfilmen kennenzulernen und in Grundzügen zu beherrschen.							
Lehrinhalte	Anhand eines konkreten Kurzfilm- und Dokumentarfilmprojektes werden die theoretischen und praktischen Aufgaben eingeübt. Das Modul behandelt in diesem Rahmen die wesentlichen Schritte der Entstehung und Durchführung von Filmprojekten. Im Mittelpunkt der Arbeit stehen die Prozess-Schritte: Stoffentwicklung, Stoffaufbereitung und Drehbuchschreiben. Die praktische Arbeit wird im Rahmen einer Kurzfilmproduktion die theoretisch behandelten Arbeitsschritte und Arbeitsweisen anwenden und vertiefen. In den Seminaren wird sich zudem mit dem Projektstand auseinandergesetzt und eine kritische Kreativität entwickelt.							
Lernmethoden	Die Vermittlung erfolgt in seminaristischer Form anhand von konkreten Projekten. Das Modul umfasst die Arbeit an einem entwickelten und konzipierten Kurzfilmprojekt. Die Teilnehmer werden mit den theoretischen Grundlagen der einzelnen zentralen Prozess-Schritte vertraut gemacht. In Einzel- oder Gruppenarbeit werden Aufgaben wie Stoffentwicklung oder Drehbuchschreiben praktisch eingeübt, mit den Dozenten besprochen und gesamtheitlich evaluiert.							
Dozententeam	Prof. Peter Gottschalk (Verantwortlich), Dr. phil. Helmar Baum, Andreas Voigt							
Teilnahmevoraussetzungen	Module Medienproduktionssysteme, Videotechnik							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinsichtsformen	Lerneinheiten -units	SWS				Prüfungen	Gewicht	
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.			PVL
			2		2		Msn/PA	1

Empf. Literatur	VON APPELDORN Werner: Handbuch der Film- und Fernseh-Produktion, München 2002 ⁵ CLEVÉ Bastian: Von der Idee zum Film, Gerlingen 2004 ⁴ DRESS Peter: Vor Drehbeginn, Bergisch Gladbach 2002 ¹ GEISSENDÖRFER Hans Werner, LESCHINSKY Alexander: Handbuch Fernsehproduktion, Neuwied 2002 ¹ LEEB Hugo, SEHR Peter: Filmproduktion Bd.3: Kalkulation, München 1998 ²
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0322 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0332

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	PR	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0343		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt Kernkompetenzen zur vorbereitenden Analyse, Konzeption und Umsetzung von Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit. Die Absolventen werden befähigt, eine Institution, ein Projekt bzw. ein Produkt öffentlichkeitswirksam in allen Medien darstellen zu können, bzw. die Leistungen entsprechender Beratungsunternehmen bezüglich Inhalt, Form und Kosten zu erfassen, auszuwerten und einzuschätzen. Dabei geht das Modul nicht nur auf die inhaltlichen Belange einer PR-Strategie ein, sondern betrachtet auch die betriebswirtschaftlichen Eckpunkte und das gesellschaftliche Umfeld.		
Lehrinhalte	Anhand eines konkreten PR-Projektes erfährt der Student die theoretischen und praktischen Aufgaben der Agenturarbeit. Das Modul zeigt den Teilnehmern die wesentlichen Schritte einer PR-Kampagne und deren praktische Umsetzung und Implementierung. Im Rahmen des Seminars werden die Vorgehensweisen der Projektarbeit vorgestellt, eingeschätzt und abgestimmt. Dabei kommen die Formen der klassischen PR wie zum Beispiel Sozialmarketing, Medienarbeit oder Lobbying projektbezogen zum Einsatz. Im Mittelpunkt der Arbeit stehen dabei Analyse, Konzeption und Mediaplanung sowie Strategien der Öffentlichkeitsarbeit und der „neuen PR“. In den Seminaren werden der Projektstand reflektiert und eine kritische Kreativität entwickelt.		
Lernmethoden	Die Vermittlung erfolgt in seminaristischer Form anhand von konkreten Projekten. Das Modul umfasst die Arbeit an einer experimentellen oder realistischen Mediakampagne. Die Teilnehmer werden mit den theoretischen Grundlagen der einzelnen zentralen Prozess-Schritte vertraut gemacht. In den Arbeitsgruppen werden die PR-Maßnahmen praktisch entwickelt und mit klassischer Medienarbeit sowie mit den Methoden und Techniken der „neuen PR“ verknüpft. Die entstandenen Ideen, Strategien und Konzepte werden im Seminar ausgewertet, diskutiert und modelliert und als Abschlussprojekt in einer Gesamtpräsentation vorgestellt.		
Dozententeam	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold (Verantwortlich), Katja Haß, M.A. Ilka Riege		
Teilnahmevoraussetzungen	Modul Medienproduktionssysteme		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehrinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	AVENARIUS Horst: Public Relations: Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation, Stuttgart 2008 ¹ BARBAN Arnold, CRISTOL Steven M., KOPEC Frank R.: Essentials of Media Planning, Lincolnwood 2001 ¹ BURNETT John, MORIARTY Sandra: Introduction to Integrated Marketing Communications, Upper Saddle River 2000 ¹ GUNNING Ellen: Public Relations: A Practical Approach, Dublin 2003 ¹ SCHNETTLER Josef, WENDT Gero: Konzeption und Mediaplanung für Werbe- und Kommunikationsberufe, Berlin 2003 ¹ ATKIN Charles, RICE Ronald: Public Commuincations Campaigns, Newbury Park 2001 ³							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0323 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0333							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Musik	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0344		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul versteht sich als ein Aufbaumodul der Lehrveranstaltung Medienproduktionssysteme. Das Modul vermittelt Kernkompetenzen der Produktion und des Managements von Musikprodukten. Die bisher erworbenen theoretischen und technischen Kenntnisse werden hierbei projektbezogen angewendet. Die Teilnehmer werden befähigt, die wesentlichen Produktionsschritte und die managementrelevanten Hintergründe einer Musikproduktion in den Grundzügen selbstständig anzuwenden. Die Studenten sollen während des Moduls die Verknüpfung der einzelnen Bereiche und die Zusammenhänge zwischen ihnen erkennen und in der Lage sein diese zu evaluieren.		
Lehrinhalte	Anhand eines konkreten Projektes werden die theoretischen und praktischen Aufgaben eingeübt. Das Modul behandelt in diesem Rahmen die wesentlichen Schritte der Entstehung und Durchführung von Musikproduktionen. Im Mittelpunkt der Arbeit stehen die Prozess-Schritte: Musikmanagement und Musikproduktion in Verbindung mit Musikvermittlung und Musikjournalismus. Dabei spielen auch aktuelle Entwicklungen im Bereich der populären Musik und der Medien eine zentrale Rolle. Die praktische Arbeit vertieft dabei unter Anleitung eines Tutors die theoretisch behandelten Arbeitsschritte und Arbeitsweisen. In den Seminaren wird sich zudem mit dem Projektstand auseinandergesetzt und eine kritische Kreativität entwickelt.		
Lernmethoden	Die Vermittlung des Lehrstoffes erfolgt in seminaristischer Form anhand eines konkreten Projektes. Das Modul umfasst die Arbeit an einer experimentellen oder realistischen Musikproduktion. Die Teilnehmer werden mit den theoretischen Grundlagen der einzelnen zentralen Prozess-Schritte vertraut gemacht und evaluieren kritisch die Vorgehensweise. Dabei werden aktuelle Marktbeobachtungen und Entwicklungen einbezogen. In der Projektgruppe werden alle Maßnahmen diskutiert und praktisch entwickelt. Die entstandenen Ideen, Strategien und Konzepte werden im Seminar ausgewertet und modelliert und als Abschlussprojekt in einer Gesamtpräsentation vorgestellt.		
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), Prof. Dr.-Ing. Gerd Dost, Matthias Suschke		
Teilnahmevoraussetzungen	Journalistische Grundlagen, Modul Medienproduktionssysteme (Tontechnik, Veranstaltungstechnik)		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	<p>EISNER Uli: Mixing Workshop: Leitfaden für Beschallung und Home-Recording, Bergkirchen 2002⁶</p> <p>MATYS Erwin: Praxishandbuch Produktmanagement: Grundlagen und Instrumente, Frankfurt am Main 2008⁴</p> <p>ECKERT Heiko van: Praxishandbuch Vertrieb: Massgeschneiderte Lösungen für den Kunden - Den Mitarbeiter zum Partner machen - Optimale Rahmenbedingungen schaffen, Berlin 2005¹</p> <p>WESTWOOD John: 30 Minuten für den erfolgssicheren Marketingplan, Offenbach 2000¹</p> <p>KESSLER Robert R.: Crashkurs Musikmanagement, Bergkirchen 2007²</p> <p>BERNDORFF Gunnar, BERNDORFF Barbara, EIGLER Knut: Musikrecht: Die häufigsten Fragen des Musikgeschäfts, Bergkirchen 2007⁵</p> <p>HAPKE Tom: Die Studiobibel, Berlin 2006¹</p>							
Weitere Verwendung	<p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0324</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0334</p>							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Print	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0345		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt grundlegende Praxiskenntnisse für die Arbeit im Printbereich sowohl in der technischen Umsetzung als auch in der redaktionellen Arbeit und Organisationsstruktur. Die Studenten werden befähigt, ein Printprodukt von der Planung bis zur Auslieferung umsetzen zu können. Das Modul ist am Beispiel einer Zeitungsredaktion strukturiert. Die Studierenden erfüllen den praktischen Teil des Modules eigenständig unter Anleitung eines Tutors, wodurch auch die soziale Kompetenz und die Softskills entwickelt werden sollen. Ziel ist, das bisher erlangte Grundlagen- und Methodenwissen durch praktische Erfahrungen in realen Projekten anzuwenden und damit die Fähigkeit zur selbstständigen Arbeit zu erlangen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul wird in Form einer Lehrredaktion durchgeführt. Dies umfasst Themenrecherche und deren Bearbeitung, Redigieren sowie die Organisation und Struktur redaktioneller Arbeitsprozesse, bis hin zu Herstellung und Vertrieb eines Printprodukts. Ausgegangen wird von der Annahme, ein marktfähiges Produkt erstellen zu müssen. Die Studierenden durchlaufen die unterschiedlichen Entwicklungsphasen des zu erstellenden Printproduktes von der Idee bis zum Druck, einschließlich der Akquise von Anzeigenaufträgen und die Organisation eines Vertriebssystems. Durch das Modul erlangen die Studierenden Kompetenz zur interdisziplinären Verknüpfung von Journalismus, Technik und Betriebswirtschaft. Durch die praktische Durchführung des Moduls werden die Studierenden befähigt neben Sach- und Fachkompetenz auch die Kompetenz zur praktischen Arbeit sowie Softskills zu entwickeln.</p>		
Lernmethoden	<p>Im Vordergrund steht die praktische, weitgehend autonome Arbeit der Studierenden unter der professionellen Anleitung eines Tutors. Der Dozent spielt dabei die Rolle eines Ausbildungsredakteurs, Verlags- oder Druckereileiters, der individuell auf die auftretenden Problemstellungen der Studenten eingehen kann. Zudem werden von ihm auch Qualitätsrichtlinien aufgestellt und besprochen. Die erreichten Ergebnisse werden in der Gruppe ausgewertet.</p>		
Dozententeam	Prof. Horst Müller (Verantwortlich), Prof. Peter Fischer-Piel, Peter Adolf Stadler		
Teilnahmevoraussetzungen	Journalistische Grundlagen, Medienproduktionssysteme		
Arbeitslast	<p>150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</p>		

Lehrinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	VON LA ROCHE Walter: Einführung in den praktischen Journalismus, München 2008 ¹⁸ BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick, ZIEGLER Hanns-Jürgen: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin Heidelberg 2008 ⁴ KIPPHAN Helmut: Handbuch der Printmedien, Berlin 2000 ¹ PISANI Patricia, RADTKE Susanne, WOLTERS Walburga: Handbuch visuelle Mediengestaltung, Berlin 2004 ²							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0325 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0335							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Sport	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0346		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Die Lehrveranstaltung versteht sich als Aufbaumodul für die bisher erlangten journalistisch-publizistischen, technischen und projektmanagementorientierten Kenntnisse. Durch die praxisbezogene Arbeit in einem Projekt im Bereich Sport/Sportmanagement werden die Aufgaben einer solchen Produktion verdeutlicht und Fähigkeiten zur Analyse, Bewertung, Konzeption und Durchführung eines Sportevents bzw. eines Sportmanagers entwickelt. Das Modul wird gruppenorientiert unter Anleitung eines Tutors durchgeführt, wodurch auch soziale Kompetenz und Softskills entwickelt werden sollen. Das bisher erlangte Grundlagen- und Methodenwissen findet durch die praktischen Erfahrungen in Projekten Anwendung mit dem Ziel, bei den Studierenden die Fähigkeit zur selbstständigen Arbeit zu fördern und diese evaluieren zu können.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul behandelt in diesem Rahmen die wesentlichen Schritte der Entstehung und Durchführung eines Sportevents bzw. einer sportspezifischen Produktion. Im Mittelpunkt der Arbeit stehen die Prozess-Schritte: Sportmanagement und Sportmedienproduktion in Verbindung mit Sportjournalismus. Dabei spielen auch aktuelle Entwicklungen in diesem Bereich sowie die Spezifika der Sportlervermarktung und der Sponsorenakquisition eine zentrale Rolle. Die praktische Arbeit vertieft dabei unter Anleitung eines Tutors die theoretisch behandelten Arbeitsschritte und Arbeitsweisen und umreißt praktisch wie eine solide erfolgsorientierte Planung und Durchführung unter sportlichen sowie ökonomischen Gesichtspunkten funktioniert. In den Seminaren wird sich zudem kritisch mit dem Projektstand auseinandergesetzt, wobei auch einzelne Arbeitsschritte evaluiert werden.</p>		
Lernmethoden	<p>Im Vordergrund steht die praktische und teamorientierte Arbeit der Studierenden unter der professionellen Anleitung eines Tutors. Der Dozent spielt dabei die Rolle eines Ausbildungsmanagers. Die Aufgabe des Tutors ist es, individuell auf die auftretenden Problemstellungen der Studenten einzugehen und die erwachsenden Problemstellungen auszuwerten und entsprechende Lösungsansätze gemeinsam zu erarbeiten. Zudem werden von ihm auch Qualitätskriterien aufgestellt, anhand des Projektstandes kontrolliert und evaluiert. Die erreichten Ergebnisse werden in der Gruppe ausgewertet und modelliert.</p>		
Dozententeam	Dr. Sportwiss./Dipl. Sportlehrer Edgar Unger (Verantwortlich), Dr. Anke Delow, Dr. Thomas Horky		
Teilnahmevoraussetzungen	Module Medienproduktionssysteme, Journalistische Grundlagen		

Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	DREYER Axel, KRÜGER Arnd: Sportmanagement: Eine themenbezogene Einführung, München, Wien 2004 ¹ PARENT Milena (Hg.), SLACK Trevor (Hg.): International Perspectives on the Management of Sport: An International Perspective, Burlington 2007 ¹ FISCHER Christoooh (Hg.), HACKFORTH Josef (Hg.): ABC des Sportjournalismus, München 2007 ² HERMANNNS A., RIEDMEIER Florian: Sponsoring und Events im Sport, München 2003 ¹							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0326 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0336							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Bühne	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0347		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul erweitert durch die praxisbezogene Arbeit in einem experimentellen szenischen Projekt das bisher erlangte journalistisch-publizistische, technische und projektmanagementorientierte und veranstaltungstechnische Grundlagenwissen um fundierte Anwendungskompetenzen des Theatermanagements. Ziel ist es, Vertrautheit mit den Aufgaben einer Theaterproduktion herzustellen und Fähigkeiten zur Analyse, Bewertung, Konzeption und Durchführung eines Theaterbetriebes zu entwickeln. Die Studierenden werden so in die Lage versetzt, Aspekte klassischer und moderner Dramaturgie sowie die Strukturen des theaterspezifischen Produktionsprozesses zu erfassen, miteinander zu verbinden und im Hinblick auf professionelles Management zu bewerten. Zusätzlich kommen Grundlagen der Personalführung sowie technische Anwendungskompetenzen zum tragen</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul beinhaltet die praktische Arbeit eines Theatermanagements mit den Aufgabengebieten Programmgestaltung, Theaterproduktion, Künstler und Künstleragenturen sowie die Anwendung und Vertiefung von Kenntnissen klassischer und moderner Dramaturgie. Zudem wird die Fähigkeit erlernt, Vermittler und Manager zwischen den am Produktionsprozess beteiligten Künstlern, Verwaltungsangestellten und Technikern zu sein und diese Tätigkeiten professionell auszuführen</p>		
Lernmethoden	<p>Im Vordergrund steht die praktische und teamorientierte Arbeit der Studierenden unter der professionellen Anleitung eines Tutors. Der Dozent spielt dabei die Rolle eines Ausbildungsmanagers im Bereich Theaterorganisation und Struktur. Die Aufgabe des Tutors ist es, individuell auf die auftretenden Problemstellungen der Studenten einzugehen und die erwachsenden Problemstellungen auszuwerten und entsprechende Lösungsansätze gemeinsam zu erarbeiten. Zudem werden von ihm auch Qualitätskriterien aufgestellt, anhand des Projektstandes kontrolliert und evaluiert. Die erreichten Ergebnisse werden in der Gruppe ausgewertet und modelliert.</p>		
Dozententeam	<p>Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer (Verantwortlich), Susanne Schwab, Diplom-Kulturwissenschaftler Petra Schwarz</p>		
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Module: Medienproduktionssystemen, Veranstaltungstechnik und Audiotechnik</p>		
Arbeitslast	<p>150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</p>		

Lehrinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			2		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	PEIPE Sabine: Basiswissen Projektmanagement, Freiburg im Breisgau 2007 ¹							
Weitere Verwendung	B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0327 B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0337							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Cross Media	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0348		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10
Ausbildungsziele	<p>Den Studierenden werden anhand eines Praxisprojektes Kompetenzen zur Erstellung, Analyse und Bewertung von medienübergreifenden Projekten und zur kaufmännischen, inhaltlich-journalistischen, organisatorischen und technischen Abwicklung von medienübergreifenden Projekten vermittelt.</p> <p>Weiteres Ziel ist es, einen Überblick über die Entwicklung und Vermarktung von Multiplattformstrategien, die Möglichkeiten der Ideen- und Konzeptentwicklung, die Entwicklung von Business-Plänen, die Analyse und Entwicklung neuer Vermarktungskonzeptionen einschließlich effizienter Public-Relations-Strategien zu geben.</p> <p>Damit entwickeln die Studenten die Fähigkeit, über die bisherigen Grenzen der einzelnen Online- und Offlinemedien hinaus zu denken. Ziel des Moduls ist es, Grundlagen des Projektmanagements als besondere Kompetenz zur Bewältigung komplexer Aufgaben zu vermitteln und den Umgang mit zukünftigen Kunden im Medienbereich zu erlernen und zu festigen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Den Studierenden werden Kenntnisse auf dem Gebiet des komplexen Projektmanagements vermittelt. Das Grundwissen für die Arbeit an und mit Multiplattformstrategien sowie Projektmanagement und Public Relations (PR) als Schlüsselkompetenz ist Schwerpunkt der Lehre. Im praktischen Teil werden bereits realisierte Projekte analysiert und die Konzeption und Realisierung eines konkreten Cross Media Projektes praktiziert.</p> <p>Das Modul macht mithin vertraut mit den Techniken und Methoden der medienübergreifenden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generierung von Inhalten (Creation), - Projektentwicklung - Produktion - Distribution/Implementierung - PR - Web 2.0 <p>im Rahmen eines praktischen, auf den Markt ausgerichteten Projektes. Vermittelt werden dabei wichtige existierende Ansätze der Cross Media Produktion - zum Beispiel im Bereich des Interaktiven TV.</p> <p>Die Vermittlung von grundlegenden Kenntnissen auf dem Gebiet des Projekt-Management (Abhängigkeiten, Realisation, Risikomanagement) sowie der Projektdurchführung steht im Mittelpunkt des Moduls.</p>		

Lernmethoden	<p>Das Praxismodul vermittelt in Kombination von Theorie und praktischer Umsetzung eines konkreten Projektes das erforderlichlich fachübergreifende Grundwissen für die Arbeit an und mit Multiplattformstrategien. Hierzu zählen die Grundbegriffe, vorhandene oder sich abzeichnende Basiskonzepte, die technischen Rahmenbedingungen bei der Produktion und der Verbreitung.</p> <p>Daneben wird das Projektmanagement als Schlüsselkompetenz an Fallbeispielen vorgestellt und erläutert und zudem dann in einem konkreten Projekt mit realen Kunden umgesetzt.</p> <p>Am Ende des Moduls wird erwartet, dass die Studenten innerhalb einer schriftlichen Reflexion die gemachten Erfahrungen bei der praktischen Umsetzung des Projekts (selbst-)kritisch betrachten und auswerten.</p>							
Dozententeam	Prof. Dr. Detlef Gwosc (Verantwortlich), Jürgen Braun, Dr. Steffen Walter							
Teilnahmevoraussetzungen	Grundkurs Wirtschaft							
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 120 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 8 SWS) 180 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03481 Projektentwicklung		2				Msn/PA	1
	03482 Produktion / Realisation		4					
03483 Distribution / Implementierung		2						
Empf. Literatur	<p>BIEGER Thomas (Herausgeber): Zukünftige Geschäftsmodelle, Berlin Heidelberg 2007¹</p> <p>BRÖSEL Gerrit, KEUPER Frank: Medienmanagement - Aufgaben und Lösungen, München, Wien 2003¹</p> <p>SCHOEGEL Kerstin: Geschäftsmodelle. Konstrukt, Bezugsrahmen, Management., München 2001¹</p> <p>JAKUBETZ Christian: Crossmedia, Konstanz 2008¹</p> <p>MÜLLER-KALTHOFF Björn: Cross-Media Management: Content-Strategien erfolgreich umsetzen, Berlin 2002²</p>							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Visuelle Kommunikation	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0349							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5					
Ausbildungsziele	Den Studierenden werden in diesem Modul Grundlagen der Wahrnehmung und Gestaltung sowie der Bilddramaturgie vermittelt, die ihn befähigen sollen, Kommunikationsanlässe schnell zu erkennen, kreativ zu bearbeiten und in Kommunikationsprozesse professionell einfließen zu lassen.							
Lehrinhalte	Schwerpunkte der Lehrveranstaltungen sind: Bildsprache als technisches und gestalterisches Mittel zur Umsetzung spezifischer Aufgabenstellungen. Als Handwerkszeug werden Möglichkeiten vermittelt und geübt, mit der Kamera Räume, Perspektiven und Stimmungen zu kreieren.							
Lernmethoden	Die Kombination von Vorlesung und Übung vermittelt das erforderliche Grundwissen für die Arbeit in der praktischen Kommunikation an Hand von Beispielen und aktiviert zu eigenen Beiträgen. Die Studierenden werden zu Anwendungsfeldern geführt und zur kreativen Praxis animiert.							
Dozententeam	Prof. Dr. Detlef Gwosc (Verantwortlich), Prof. Peter Fischer-Piel, Peter Adolf Stadler							
Teilnahmevoraus.								
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03491 Einführung visuelle Kommunikation	2					Ms/90	1
03492 Bildaufbau / Bildgestaltung		2						
Empf. Literatur	BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick, ZIEGLER Hanns-Jürgen: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin Heidelberg 2008 ⁴ DÜCHTING Hajo: Grundlagen der künstler. Gestaltung, Köln 2003 ¹ THEATO Gerhard: Digitale Fotografie, St.Gallen 2003 ¹ BELLER Hans (Hg.): Handbuch der Filmmontage, Konstanz 2007 ⁵							
Weitere Verwend.								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Recording	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0350							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	15					
Ausbildungsziele	Den Studierenden werden in diesem Modul Grundlagen sowie Arbeits- und Gestaltungstechniken für die TV-Aufnahme in Verbindung mit den erforderlichen physikalischen Grundlagen vermittelt, die sie befähigen sollen, TV-Beiträge schnell zu analysieren, kreativ zu bearbeiten und in eigene Beiträge professionell einfließen zu lassen.							
Lehrinhalte	Schwerpunkte der Lehrveranstaltungen sind: Kamerakunde: Auge, Raum, Licht, Optik, Farben; Aufbau und Bedienung von Camcordern; Kameragrundübungen und Kamerabewegung, Lichtsetzung sowie Tonaufzeichnung im Rahmen von EB-Berichterstattung und Außenübertragung. Als Arbeitsmittel muss der Umgang mit den Einflussgrößen geübt und vertieft werden, um in der Praxis erfolgreich arbeitsfähig zu sein.							
Lernmethoden	Die Kombination von Vorlesung und Übungen vermittelt das erforderliche Fachwissen für die Arbeit mit der Kamera bei der praktischen Gestaltung von TV-Beiträgen an Hand von Beispielen und aktiviert zu eigenständigem Arbeiten. Die Studierenden werden zu Anwendungsfeldern geführt und zur kreativen Praxis animiert, um ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten kontinuierlich zu vertiefen.							
Dozententeam	Prof. Dr. Detlef Gwosc (Verantwortlich), M. Sc. (Econ.) Hanna Christensen, Master of Sciences André Hartlapp							
Teilnahmevoraus.								
Arbeitslast	450 Stunden, davon: 195 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 13 SWS) 255 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinsheitsformen	Lehreinsheits- -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03501 Recording I	2	2				Msn/PA	1
	03502 Recording II	2	2					
03503 Recording III	3	2						
Empf. Literatur	VON APPELDORN Werner: Handbuch der Film- und Fernseh-Produktion, München 2002 ⁵ CONRAD Jan-Friedrich: Recording, Bergkirchen 2006 ⁶ KUCHLING Horst: Taschenbuch der Physik, München 2007 ¹⁹							
Weitere Verwend.								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Postproduction	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0351							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5					
Ausbildungsziele	Den Studierenden werden in diesem Modul Montagetechniken vermittelt, die zur Bearbeitung von TV-Beiträgen befähigen.							
Lehrinhalte	Übersicht über Montagetechniken, Nonlineare Schnittsysteme, Nonlinearer Schnitt, Schnittübungen. Als Arbeitsmittel wird der Umgang mit den Einflussgrößen geübt und vertieft, um in der Praxis erfolgreich arbeitsfähig zu sein.							
Lernmethoden	<p>Die Kombination von Vorlesung und Übung hat aufbauenden Charakter und vermittelt das erforderliche Fachwissen für die Arbeit bei der praktischen Gestaltung von kürzeren und längeren Filmbeiträgen an Hand von Beispielen und motiviert zu eigenem Arbeiten.</p> <p>Die Studierenden werden zu Anwendungsfeldern geführt und zur kreativen Praxis animiert, um ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten kontinuierlich zu vertiefen.</p>							
Dozententeam	Prof. Dr. Detlef Gwosc (Verantwortlich), M. Sc. (Econ.) Hanna Christensen, Master of Sciences André Hartlapp							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 90 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 6 SWS) 60 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03511 Postproduction I	2					Msn/PA	1
03512 Postproduction II		4						
Empf. Literatur	<p>VON APPELDORN Werner: Handbuch der Film- und Fernseh-Produktion, München 2002⁵</p> <p>BELLER Hans (Hg.): Handbuch der Filmmontage, Konstanz 2007⁵</p> <p>GERSTMEIR Peter: DV-Postproduction, Wesseling 2003¹</p>							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Distribution	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0352							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5					
Ausbildungsziele	Das Modul gibt einen Einblick in die medienwirtschaftlichen und technischen Mechanismen der Programmverteilung und der TV-Übertragung, die zur professionellen Bearbeitung von TV-Prozessen befähigen.							
Lehrinhalte	Analoge und digitale Übertragung; Terrestrische und Digitale Übertragungssysteme - Satellitenübertragung, IP-gestützte Übertragung; Networking; programmbegleitende Dienste in analogen und digitalen Programmsystemen; klassische und neue Distributionsformen; Internetverbreitung; Business-TV. Die theoretischen Kenntnisse werden im Umgang mit den anwendungsnahen Aufgabenstellungen geübt.							
Lernmethoden	Die Kombination von Vorlesung und Übung hat komplementären Charakter und vermittelt das erforderliche Fachwissen für die praktische Arbeit. Die Studierenden werden zu Anwendungsfeldern geführt, um ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten kontinuierlich zu vertiefen.							
Dozententeam	Prof. Dr. Detlef Gwosc (Verantwortlich), M. Sc. (Econ.) Hanna Christensen, Master of Sciences André Hartlapp							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehrinhaltsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03521 Distribution I	2					Msn/PA	1
03522 Distribution II		2						
Empf. Literatur	JOHANN Jens: Modulationsverfahren, Berlin 1998 ¹ LOCHMANN Dietmar: Digitale Nachrichtentechnik, Berlin 2002 ¹ ROPPEL Carsten: Grundlagen der digitalen Kommunikationstechnik: Übertragungstechnik - Signalverarbeitung - Netze, München, Wien 2006 ¹							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Producing	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0353							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10					
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt vertiefende Kenntnisse und Fähigkeiten zur Produktion von Fernsehbeiträgen durch praktische Anwendung der Produktionstechnik.							
Lehrinhalte	Im Modul werden gelehrt: Tätigkeitsfelder und Produktionsaufgaben in Redaktion, technischer Regie, Aufnahmeleitung und TV-Produktionsplanung; Produktionsformen: EB-Berichterstattung, Newsproduktion, Internetfernsehen; Unterschiede zwischen Live-Produktionen und Aufzeichnungen.							
Lernmethoden	Die Kombination von Vorlesung und Übung hat komplementären Charakter und vermittelt das erforderliche Fachwissen für die Produktion von Fernsehbeiträgen. Die Studierenden werden zu Anwendungsfeldern geführt, um ihre Fähigkeiten und Fertigkeiten kontinuierlich zu vertiefen.							
Dozententeam	Prof. Dr. Detlef Gwosc (Verantwortlich), M. Sc. (Econ.) Hanna Christensen, Master of Sciences André Hartlapp							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 120 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 8 SWS) 180 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03531 Producing I	2	2				Msn/PA	1
03532 Producing II	2	2						
Empf. Literatur	DRESS Peter: Vor Drehbeginn, Bergisch Gladbach 2002 ¹ GEISSENDÖRFER Hans Werner, LESCHINSKY Alexander: Handbuch Fernsehproduktion, Neuwied 2002 ¹ CLEVÉ Bastian: Investoren im Visier, Gerlingen 2002 ²							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.																												
Modulname	Visuelle Kommunikation der interaktiven Medien	Unterrichtssprache	Deutsch																												
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig																												
Modulnummer	0354																														
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5																												
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt das Verständnis für den Wirkungszusammenhang von Gestaltungsmitteln und Gestaltungstechniken der bildgestützten Kommunikation.																														
Lehrinhalte	<p>Im Modul werden gelehrt:</p> <p>Fotografie: Analoge und Digitale Fotografie als Kommunikationstechniken, Kameraeinstellung, Licht, Brennweite, Micro- und Macroaufnahmen, Serienfilm.</p> <p>Corporate Design: Farbpsychologie, Beeinflussung durch Farben und Formen und Zeichen. Bedeutung des Corporate.</p> <p>Typografie: Historie der Typografie, Aussagekraft und Bedeutung von Schriften z.B. Minuskeln, Majuskeln, Serifen, linear Antiqua.</p>																														
Lernmethoden	Die Kombination von Vorlesung und Übung dient dazu, in der Vorlesung vermitteltes theoretisches Wissen in den Übungen anzuwenden und an Hand praktischer Aufgabenstellungen zu vertiefen.																														
Dozententeam	Prof. Frank Heinrich (Verantwortlich), Barbara Etz, Prof. Peter Fischer-Piel																														
Teilnahmevoraussetzungen																															
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																														
Lehreinsheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>Sem.</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>03541 Visuelle Kommunikation</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="2">Ms/90</td> <td rowspan="2">1</td> </tr> <tr> <td>03542 Gestaltungsmittel der visuellen Kommunikation</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL	03541 Visuelle Kommunikation	2					Ms/90	1	03542 Gestaltungsmittel der visuellen Kommunikation		2						
	Lerneinheiten -units		SWS							Prüfungen	Gewicht																				
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL																									
03541 Visuelle Kommunikation	2					Ms/90	1																								
03542 Gestaltungsmittel der visuellen Kommunikation		2																													

Empf. Literatur	THISSEN Frank: Screen Design Handbuch. Effektiv informieren und kommunizieren mit Multimedia, Berlin Heidelberg 2003 ³ BÜRCEL Matthias, NEUMANN Walter: Screen Design und visuelle Kommunikation, Heidelberg 2001 ¹ BALDWIN Jonathan, ROBERTS Lucienne: Visuelle Kommunikation in Theorie und Praxis, München 2007 ¹
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Digitales Gestalten I	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0355		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt Anwendungen und Verbindungen von Design-Techniken im Workflow der Medienproduktion sowie den sicheren Umgang mit den digitalen Werkzeugen des Web-Flash-Designs und der Erstellung von dynamischen interaktiven Inhalten. Der Studierende wird in die Lage versetzt, die verschiedenen Elemente des Digitalen Gestaltens mit Hilfe der notwendigen Fach- und Methodenkompetenz zielgruppengerecht mit Hilfe der notwendigen Softwareprogramme umzusetzen.		
Lehrinhalte	<p>Im Modul werden gelehrt:</p> <p>Bildbearbeitung: Bearbeitung von Pixelgrafiken mit Bildbearbeitungsprogrammen; Tonwertkorrektur, Retusche, Formatierung (PDF, Jpeg, Tiff).</p> <p>Illustration: Bearbeitung von Vektorgrafiken, statisch beginnend bis hin zur Animation; Logoentwicklung, Geschäftsausstattung, Komponentenfusion durch Animation.</p> <p>HTML: Basisgerüst interaktiver Auftritte mit Flash. Vermittlung Grundlagen sowie Flash-spezifisches Know-how.</p> <p>Editoren: Professionelle Entwicklungsumgebung und weit verbreiteter Editor in Agenturen. CSS: Perfekte, detailgetreue Formatierung von HTML Dateien</p> <p>Script-Programmierung: Einführung in die Scriptprogrammierung z.B. CSS, Java-Script usw.</p>		
Lernmethoden	<p>Das Modul führt die wesentlichen Werkzeuge des Gestaltens zusammen und gibt in der Übung breiten Raum für die kreative anwendungsorientierte Entwicklung von praktischen Fähigkeiten und Fertigkeiten.</p> <p>Durch die integrierte Projektarbeit sollen die Studierenden an ganzheitliche Aufgabenstellungen arbeiten und diese dann zu fertigen Projekten zusammenführen.</p>		
Dozententeam	Prof. Frank Heinrich (Verantwortlich), Prof. Peter Fischer-Piel, Michael Markus Wende		
Teilnahmevoraussetzungen			

Arbeitslast	300 Stunden, davon: 90 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 6 SWS) 210 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03551 Grundlagen Digitales Gestalten	1	1				Msn/PA	1
	03552 Programmierung I	1	1					
03553 Web-Design		2						
Empf. Literatur	BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick, ZIEGLER Hanns-Jürgen: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin Heidelberg 2008 ⁴ PISANI Patricia, RADTKE Susanne, WOLTERS Walburga: Handbuch visuelle Mediengestaltung, Berlin 2004 ² BÜRGELE Matthias, NEUMANN Walter: Screen Design und visuelle Kommunikation, Heidelberg 2001 ¹ SCHWEIZER Peter: Webdesign, Bonn 2003 ¹ MÜNZ Stefan, NEFZGER Wolfgang: HTML-Handbuch, Poing 2007 ¹							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.																																		
Modulname	Klassisches Gestalten	Unterrichtssprache	Deutsch																																		
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig																																		
Modulnummer	0356																																				
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5																																		
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt die Grundlagen für eine gestalterische und kreative Tätigkeit: Die Entwicklung der künstlerischen Gestaltung, Fotografie und Typografie mit ihren wesentlichen Inhalten als Basis, Quelle und Instrumentarium für Design.																																				
Lehrinhalte	<p>Die Einführung in die Gestaltung vermittelt das Grundlagenwissen zur Kunst, ihre Entstehungsbedingungen, Konzeption und Wirkung, Gesetze der Wahrnehmung, Kenntnisse der Perspektive und Kompositionslehre sowie ein geschichtlicher Abriss zur Bedeutung der Farbe und den Techniken der Kunst.</p> <p>Die Fotografie die Grundlagen der Fotografie-Geschichte und Wahrnehmungslehre, das fotografische Sehen, den visuellen Code, Gestaltung von Form, Farbe und Symbolik, Manipulationen, visuelle Möglichkeiten, visuelles Brainstorming, Portraitfotografie und journalistische Fotografie</p> <p>Die Typografie vermittelt einen geschichtlichen Abriss zur Schrift und deren Wahrnehmung, die Schriftfamilien und Schriftcharakteren und die wesentlichen Fachbegriffe, das Ordnungssystem durch Typografie und die auf Layouts bezogenen Regeln.</p>																																				
Lernmethoden	Die Vorlesungen gibt eine grundlegende Einführung, im Seminar werden die jeweiligen Bereich auf dieser Basis vertieft und anhand von Praxisbeispielen dargestellt und zusammen mit den Studierenden entwickelt.																																				
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Robert J. Wierzbicki (Verantwortlich), Peter Braun (Grafikdesigner), Prof. Peter Fischer-Piel																																				
Teilnahmevoraussetzungen																																					
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 45 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 3 SWS) 105 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																																				
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>Sem.</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>03561 Einführung in die Gestaltung</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="3">Msn/PA</td> <td rowspan="3">1</td> </tr> <tr> <td>03562 Fotografie</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>03563 Typografie</td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL	03561 Einführung in die Gestaltung	1					Msn/PA	1	03562 Fotografie		2				03563 Typografie		1						
	Lerneinheiten -units		SWS							Prüfungen	Gewicht																										
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL																															
	03561 Einführung in die Gestaltung	1					Msn/PA	1																													
03562 Fotografie		2																																			
03563 Typografie		1																																			

Empf. Literatur	BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick, ZIEGLER Hanns-Jürgen: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin Heidelberg 2008 ⁴ PISANI Patricia, RADTKE Susanne, WOLTERS Walburga: Handbuch visuelle Mediengestaltung, Berlin 2004 ² DÜCHTING Hajo: Grundlagen der künstlerischen Gestaltung, Köln 2003 ¹
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Produktion von Video- und Audiosequenzen	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0357		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt Kenntnisse der Grundlagen für die Herstellung von Video- und Audiosequenzen. Der Studierende soll den gesamten Ablauf einer Produktion bis zum fertigen Produkt in seinen unterschiedlichen Prozessphasen durchlaufen, um deren Komplexität und zusammenwirken anwenden zu können. Besonders die praktische Umsetzung der notwendigen Methodenkompetenzen im Rahmen komplexer Aufgabenstellungen (das richtige Produkt unter Zeitdruck termingerecht fertig zu stellen) stehen neben der Vermittlung der Fachkenntnisse im Vordergrund. Durch die seminaristische Form des Unterrichtes wird gleichzeitig die Sozial- und Mitteilungskompetenz weiter entwickelt.</p>		
Lehrinhalte	<p>Im Modul werden gelehrt:</p> <p>Grundlagen der Film- und Fernsehproduktion, Darstellungsformen und Genres, Produktionsstufen Treatment, Drehbuch, Storyboard.</p> <p>Pre-Produktion: Drehpläne, Vorbereitung von Equipment und Location. Anforderungsliste für Schauspiel, Regie, Kamera, Licht und Ton.</p> <p>Produktion: Aufnahme mit digitalem AV-Equipment, Kamertechnik und Kameraführung, Licht- und Tongestaltung.</p> <p>Post-Produktion: Materialsichtung und Komposition unter Storybordbedingungen als auch unter „Freehand“ – Bedingungen. Erstellen von Titelgeneration, Trailern. Soundbearbeitung: Filmmusik, Loops, Geräusche, Sprache.</p> <p>Audiophysik: Pegelung, Formatierung (wav, mp3)</p> <p>DVD-Produktion: DVD-Herstellung, Coverproduktion, Scripting, Audiogeneration, Textgeneration, Glasmastering</p>		
Lernmethoden	<p>Das Modul vermittelt die Fähigkeiten Video- und Audiosequenzen zu erstellen, zu bearbeiten und für Auftragsarbeiten professionell einzusetzen.</p>		
Dozententeam	<p>Prof. Peter Gottschalk (Verantwortlich), Katrin Bernhard, M. Sc. (Econ.) Hanna Christensen</p>		

Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 120 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 8 SWS) 180 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03571 Von der Idee zum Storyboard		2				Msn/PA	1
	03572 Preproduction		2					
	03573 Production		2					
03574 Postproduction		2						
Empf. Literatur	VON APPELDORN Werner: Handbuch der Film- und Fernseh-Produktion, München 2002 ⁵ WEBERS Johannes: Handbuch der Film- und Videotechnik, Poing 2007 ⁸							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Digitales Gestalten II	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0358		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul vertieft Anwendungen und Verbindungen von Design-Techniken im Workflow der Medienproduktion sowie den sicheren Umgang mit den digitalen Werkzeugen des Web-Flash-Designs und der Erstellung von dynamischen interaktiven Inhalten. Der Studierende wird in die Lage versetzt, die verschiedenen Elemente des Digitalen Gestaltens mit Hilfe der notwendigen Fach- und Methodenkompetenz zielgruppengerecht mit Hilfe der notwendigen Softwareprogramme umzusetzen.		
Lehrinhalte	<p>Im Modul werden gelehrt:</p> <p>Layout: Zusammenführung von Text, Foto und Grafik zu einer harmonischen Einheit. Als digitale Werkzeuge dienen Layout- und Editorenprogramme.</p> <p>Druckvorstufe: Papierwahl, Formate, Sonderfarben, Raster. Datenlieferung an Druckerei und Andruckprüfung.</p> <p>Angewandte Physik in Flash, Einführung in die dynamische Physik, Animation durch Tweening und Action-Script. Implementierung von vektor- wie pixelbasierten Elementen. Erstellen von dynamischen Websites.</p>		
Lernmethoden	<p>Das Modul führt die wesentlichen Werkzeuge des Gestaltens zusammen und gibt in der Übung breiten Raum für die kreative anwendungsorientierte Entwicklung von praktischen Fähigkeiten und Fertigkeiten.</p> <p>Durch die integrierte Projektarbeit sollen die Studierenden an ganzheitliche Aufgabenstellungen arbeiten und diese dann zu fertigen Projekten zusammenführen.</p>		
Dozententeam	Prof. Dr. rer. nat. habil Peter Will (Verantwortlich), Prof. Peter Fischer-Piel, Michael Markus Wende		
Teilnahmevoraussetzungen			
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehre	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
Lehre	03581 Programmierung II	2					Msn/PA	1
	03582 Dynamische Website		3					
Empf. Literatur	BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick, ZIEGLER Hanns-Jürgen: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin Heidelberg 2008 ⁴ PISANI Patricia, RADTKE Susanne, WOLTERS Walburga: Handbuch visuelle Mediengestaltung, Berlin 2004 ² BÜRGELE Matthias, NEUMANN Walter: Screen Design und visuelle Kommunikation, Heidelberg 2001 ¹ SCHWEIZER Peter: Webdesign, Bonn 2003 ¹							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss			B.A.			
Modulname	Audiovisuelle Dynamik	Unterrichtssprache			Deutsch			
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz			1 Semester, ständig			
Modulnummer	0359							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits			5			
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt Kenntnisse und Fähigkeiten zur Verwendung von audiovisuellen „special effects“ in der Medienproduktion. Es wird ein Überblick über Videoeffekte, spezieller Toneffekte und 3D-Effekte gegeben. Der Studierende soll hierdurch in die Lage versetzt werden, entsprechende Medienproduktionen nach Ihrer Wirkungsweise zu analysieren und unter Einbeziehung von technischen Hilfsmitteln zielgruppenbezogen weiter zu entwickeln bzw. entwickeln zu lassen.							
Lehrinhalte	Gestaltung animierter Grafiken und visueller Effekte in den Bereichen Film, Video, Multimedia und Internet, 3D-Visualisierung und Animation, fotorealistische Charakter-Animation, Simulationen. Professionelle Gestaltung animierter Grafiken und visueller Effekte in den Bereichen Film, Video, Multimedia und Internet. 3D-Visualisierung und Animation: Produkt-Design, Screen-Design, fotorealistische Charakter-Animation, Simulationen, Spiele-Entwicklungen und Special Effects.							
Lernmethoden	Das Modul vermittelt in seminaristischer Form besondere Elemente für die Herstellung von Medien in modernen Formaten. Durch die konkrete Umsetzung mit Hilfe der entsprechenden Software wird dem Studierenden die Gelegenheit gegeben, selber ein entsprechendes Projekt durch des Einsatz von Animation und speziellen Effekten weiter zu entwickeln. Die Ergebnisse werden dem Plenum präsentiert und gemeinsam diskutiert.							
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Robert J. Wierzbicki (Verantwortlich), Prof. Peter Fischer-Piel, Michael Markus Wende							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinsheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03591 Spezielle Effekte		2				Msn/PA	1
03592 Animation		3						

Empf. Literatur	FRANKLIN Derek, MAKAR Jobe: Macromedia Flash MX 2004, Amsterdam 2004 ¹ KOENIGSMARCK Arndt von: Cinema 4D – Ein Workshop für Profis, München 2008 ¹ ZABIEGLY Matthias: 3D Animation, Grundlagen, Konzepte, Methoden, 2007 ¹
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Kommunikationsstrategien	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0360							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10					
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt Fähigkeiten zur Vernetzung betriebswirtschaftlicher und konzeptioneller Strukturen im Rahmen einer Kommunikationsstrategie und macht vertraut mit Techniken und Methoden des Journalismus und der Öffentlichkeitsarbeit.							
Lehrinhalte	<p>Im Modul werden gelehrt: Unternehmens-, Markt- und Werbeanalyse, Werbeplanung mit Zielgruppenbestimmung und Aussagenkonzeption, Werbedurchführung mit Konzeption, Herstellung und Streuung von Werbemitteln, Werbekontrolle mit Tests und Prognosen;</p> <p>Spezielle Kostenrechnung: Break-Even-Analyse, Vergleichsrechnung, vertiefende Kostenrechnung, Plan-Kostenrechnung.</p> <p>Journalistische Darstellungsformen, Themenaufbereitung für den medienübergreifenden Einsatz in der Praxis. Methoden der Öffentlichkeitsarbeit und Vertiefung redaktioneller und journalistischer Arbeitsmethoden im PR-Bereich.</p>							
Lernmethoden	Das Modul vermittelt überwiegend in seminaristischer Form Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Vernetzung betriebswirtschaftlicher und konzeptioneller Strukturen. Die Lehrmethoden zielen auf die Befähigung zu betriebswirtschaftlichem Denken bei der Arbeit in Medienunternehmen.							
Dozententeam	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold (Verantwortlich), Dr. phil. Volker J. Kreyher, M.A. Ilka Riege							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 120 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 8 SWS) 180 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03601 Elemente der Kommunikationsstrategie	2						
	03602 Kommunikationsstrategie		2					
	03603 Redaktionelles Arbeiten		2					
03604 Öffentlichkeitsarbeit und PR		2						

Empf. Literatur	<p>PEPELS Werner: Kommunikations-Management, Stuttgart 2001⁴ BRUHN Manfred: Kommunikationspolitik, München 2007⁴ BAUER Friedrich, KOFLER Herbert, REISCH Peter: Kostenrechnung, Linz 1990¹ DANNENBERG Marius, MERKEL Stefanie, WILDSCHÜTZ Frank: Handbuch Werbeplanung, Stuttgart 2003¹ HAUSER Thomas: Krisen-PR von Unternehmen, München 1994¹ MAST Claudia: ABC des Journalismus, Konstanz 2004¹ LEIPZIGER Jörg W.: Konzepte entwickeln: Handfeste Anleitungen für bessere Kommunikation, Frankfurt am Main 2007² KNÖDLER-BUNTE E., SCHMIDBAUER K.: Das Kommunikationskonzept, Potsdam 2007¹ BENTELE G., FRÖHLICH R., SZYSZKA P: Handbuch der Public Relations, Wiesbaden 2007¹ DÖRRBECKER K., FISSENEWERT-GOßMANN R.: Wie Profis PR-Konzeptionen entwickeln, Frankfurt/Main 1997³ HANSEN R., SCHMIDT S.: Konzeptionspraxis, Frankfurt/Main 2006² HARTLEBEN R.E.: Werbekonzeption und Briefing, Erlangen 2004² SCHRATTENECKER G., SCHWEIGER G.: Werbung, Stuttgart 2001⁵ PICKERT M.: Die Konzeption der Werbung, Heidelberg 1994¹</p>
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	MEK-Management	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0361							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5					
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt Fähigkeiten zur Konzeption von Messen, Events, Kongressen (MEK), Parteitagen und weiteren Veranstaltungen.</p> <p>Ziel ist die Vermittlung und Vertiefung von Kompetenzen zur Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, insbesondere die Vermittlung von Kenntnissen und Fertigkeiten in strategischer, redaktioneller und produktionstechnischer Hinsicht im Bereich Messen/Ausstellungen, Events und Kongressen.</p>							
Lehrinhalte	<p>Im Modul werden gelehrt: Konzeptionen öffentlicher Auftritte von Unternehmen, Verbänden und Parteien, Ablauf- und Erfolgskontrolle (Human, Financial, Time).</p> <p>Das Modul gibt einen Einblick in eventspezifisches Know-how, u.a. die Planung, Positionierung, Konzeptionierung, Durchführung und Nachbereitung von Events aller Arten. Dazu zählen Strategien von Events, Inszenierung von Erlebniswelten, Projekt und Budgetplanung, Agenturauswahl, Medienauswahl, Event-Kommunikation, Event-Sponsoring sowie Erfolgs- und Budgetkontrolle.</p>							
Lernmethoden	Das Modul vermittelt in vorlesungs- und seminaristischer Form Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Erarbeitung von Konzeptionen für medienorientierte Events.							
Dozententeam	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold (Verantwortlich), Dipl.-Kommunikationswirt, Dipl.- Designer Markus Erbach, Dipl.-Ökonomin Christiane Wiest							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 30 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 2 SWS) 120 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03611 MEK-Management I	1	1				Msn/PA	1
03612 MEK-Management II	1	1						

Empf. Literatur	HOLZBAUR Ulrich (et al.): Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Heidelberg 2005 ³ WILDE Harald: Veranstaltungs-Management als Marketing-Instrument, das große Veranstaltungswörterbuch von A bis Z, Niederkassel 1997 ¹ SCHÄFER Stephan: Event-Marketing, Berlin 2004 ¹
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Kampagnen I	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0362							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5					
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt Einblicken in Abläufe und Formen von Strategien und Kampagnen im Media Mix sowie von Fähigkeiten, komplexe PR-Strategien und Kampagnen im Media-Mix zu erstellen.							
Lehrinhalte	<p>Im Modul werden gelehrt:</p> <p>PR-Strategien: Facilitative Strategy, Informative Strategy, Persuative Strategy, Coercive Strategy, Bargaining and Negotiation, Problem Solving.</p> <p>Kampagnenlehre: Pre-Operation, Inter-Operation, Operation, Post-Operative, Imagebildung, Issue-Management, Opposition Research, Lobbying, Pressekonferenzen, Sponsoring, Aufbau und Arbeitsweisen von Agenturen, Sondergebiete der Public Relations und Kampagnen, Polit-PR, Personality-PR; Sponsoring.</p> <p>Fundraising: Internet- und Event-Fundraising, Online-PR, Telemarketing, PR für NGOs, Krisen-PR.</p>							
Lernmethoden	Das Modul vermittelt in vorlesungs- und seminaristischer Form Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Analyse, Bewertung und Erarbeitung von Strategien und Kampagnen vorwiegend im Medienunternehmen.							
Dozententeam	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold (Verantwortlich), Dipl.-Kommunikationswirt, Dipl.- Designer Markus Erbach, Diplom- Biologe Helge Sieger							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehrinhaltsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03621 Grundlagen der Kampagnen	2					Ms/90	1
03622 Techniken der Kampagnen		2						

Empf. Literatur	<p>RÖTTGER Ulrike (Hg.): PR-Kampagnen: Über die Inszenierung von Öffentlichkeit, Wiesbaden 2006³</p> <p>ZÜHLSDORF Anke: Gesellschaftsorientierte Public Relations, Wiesbaden 2002¹</p> <p>ALTHAUS Marco, GEFFKEN Michael, RAWE Sven: Handlexikon Public Affairs, Münster 2005¹</p> <p>BENTELE Günter, FRÖHLICH Romy, SZYSZKA Peter (Hg.): Handbuch der Public Relations, Wiesbaden 2007²</p> <p>KÖPPL Peter: Praxishandbuch Public Affairs, Wien 2003¹</p> <p>KREYHER Volker J. (Hg.): Handbuch Politisches Marketing: Impulse und Strategien für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, Baden-Baden 2004¹</p> <p>LIEBL Franz: Der Schock des Neuen. Entstehung und Management von Issues und Trends, München 2000¹</p> <p>PLEHWE Kerstin (Hg.): Die Kampagnenmacher, Berlin 2008¹</p> <p>BEHRENT M., MENTNER P.: Campaigning, Münster 2001¹</p> <p>DOLD T., HOFFMANN B., NEUMANN J.: Marketingkampagnen effizient managen, Wiesbaden 2004¹</p> <p>SCHRATTENECKER G., SCHWEIGER G.: Werbung, Stuttgart 2001⁵</p>
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Social Campaigning	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0363		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Die Studierenden verstehen Public Relations als aktiven Kommunikationsprozess, durch den Unternehmen und Organisationen die Beziehungen zu ihren Anspruchsgruppen (Stakeholdern) organisieren.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, den Kommunikationsprozess von Unternehmen, die in gesellschaftlich umstrittenen Produktionsbereichen arbeiten und im kritischen Blickfeld der Medien und der Öffentlichkeit stehen, zu analysieren und einen konstruktiven Dialog mit den Anspruchsgruppen zu konzipieren (Stakeholder-Dialog).</p> <p>Die Studierenden sind fähig, die möglicherweise schwierige Ausgangssituation, in der das Unternehmen sich befindet, zu recherchieren und adäquate Empfehlungen, die Entscheidungs- und Handlungsspielräume eröffnen, zu erarbeiten.</p> <p>Sie sind in der Lage, für spezielle Wirtschaftsbereiche (z.B. die Nahrungs- und Genussmittelindustrie) risikobehaftete Themen in den Medien zu identifizieren und zu beobachten (Issues Management), und können situationsgerechte Kommunikationsstrategien entwickeln (Risikokommunikation).</p> <p>Die Studierenden sind sensibilisiert, Kommunikationskonzepte zu bewerten, die darauf ausgerichtet sind, Unternehmen dadurch zu positionieren, dass ihre soziale und ökologische Verantwortung (Corporate Social Responsibility) und ihr positives Engagement (Corporate Citizenship) herausgestellt werden.</p> <p>Die Studierenden werden befähigt, die Berichterstattung der Unternehmen über ihr soziales und ökologisches Engagement (Corporate Social Reporting) in der Kommunikationswirkung zu analysieren und durch Anwendung internationaler Standards zu evaluieren.</p> <p>Die Studierenden beschäftigen sich mit dem strategischen Management von Kommunikationsbeziehungen der Wirtschaft zu Politik, Medien und Gesellschaft (Public Affairs).</p> <p>Sie werden qualifiziert, gesellschaftsorientierte Kommunikationskonzepte und medienbezogene Kampagnen zu beurteilen und zu entwickeln, die auf</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Themenwahl in den Medien (Agenda Setting), - die Inszenierung und Deutung von Ereignissen (Ereignismanagement), - die Mobilisierung öffentlicher Unterstützung (Strategic Framing), - den Wandel von Einstellungen, Verhaltensweisen und Verhältnissen, - die Veränderung der Interaktionen zwischen Unternehmen und ihren Anspruchsgruppen (Stakeholder Management) abzielen. 		

Lehrinhalte	<p>In der kritischen Mediengesellschaft werden die Forderungen an die Wirtschaft immer lauter, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen.</p> <p>Mangelnde Dialogfähigkeit von Unternehmen im Umgang mit Anspruchsgruppen und fehlender Zugang zu den Medien (Access) können nicht nur die Reputation und Glaubwürdigkeit gefährden, sondern auch die Akzeptanz der Produktion (License to Operate) in der Gesellschaft.</p> <p>Der erste Teil der Lehrveranstaltung beschäftigt sich mit der verantwortungsbewussten Führung von Unternehmen sowie dem dialektischen Spannungsverhältnis von Wert- und Werteorientierung (Shareholder Value und Stakeholder Value) in der Unternehmenspolitik.</p> <p>Die Studierenden reflektieren und diskutieren die Grundsätze einer transparenten und verantwortungsbewussten Unternehmensführung (Corporate Governance), die sich an den gesetzlichen Bestimmungen, den Leitlinien der Unternehmensverfassung, den ökonomischen, ökologischen und sozialen Belangen einer nachhaltigen Unternehmenspolitik sowie an positiven Dialogbeziehungen mit den Anspruchsgruppen (Anwohnern, Medien, Verbraucherverbänden, NGOs etc.) orientiert.</p> <p>Der zweite Teil der Lehrveranstaltung beschäftigt sich darauf aufbauend mit gesellschaftsorientierten Modellen und Methoden des Kommunikationsmanagements.</p> <p>Die Studierenden bewerten die Berichterstattung der Unternehmen, indem die publizierten Nachhaltigkeitsberichte und andere gesellschaftsbezogene Kommunikationsaktivitäten analysiert werden.</p> <p>Sie bewerten und entwickeln Kommunikationskampagnen, die das Beziehungsdreieck von Wirtschaft, Gesellschaft und Medien betreffen.</p>
Lernmethoden	<p>Den Studierenden werden durch interaktiven Unterricht Kenntnisse und Fähigkeiten zur Beurteilung einer verantwortungsbewussten Unternehmensführung sowie zur Analyse, Konzeption und Evaluation von Kommunikationsaktivitäten im Spannungsfeld von Wirtschaft, Medien und Gesellschaft vermittelt.</p> <p>Die Studierenden recherchieren, analysieren und konzipieren gesellschaftsbezogene Kommunikationskampagnen.</p> <p>Die theoretische Perspektive wird durch praxisbezogene Fallstudien erweitert, die von den Studierenden in Form von Recherchen, Analysen, Konzeptionen, Präsentationen oder Referaten bearbeitet werden.</p>
Dozententeam	Dr. phil. Volker J. Kreyher (Verantwortlich), Dipl.-Kommunikationswirt, Dipl.- Designer Markus Erbach, Bettina Iduna Kieke
Teilnahmevoraussetzungen	
Arbeitslast	<p>150 Stunden, davon:</p> <p>60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS)</p> <p>90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</p>

	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
Lehreinheitsformen	03631 Unternehmen in kritischer Öffentlichkeit		2				Msn/PA	1
	03632 Kommunikation in kritischer Öffentlichkeit		2					
Empf. Literatur	<p>RÖTTGER Ulrike (Hg.): PR-Kampagnen: Über die Inszenierung von Öffentlichkeit, Wiesbaden 2006³</p> <p>ZÜHLSDORF Anke: Gesellschaftsorientierte Public Relations, Wiesbaden 2002¹</p> <p>ALTHAUS Marco, GEFFKEN Michael, RAWE Sven: Handlexikon Public Affairs, Münster 2005¹</p> <p>BAUER Nina M.: Public Affairs als Aussenpolitik eines Unternehmens, Saarbrücken 2006¹</p> <p>BENTELE Günter, FRÖHLICH Romy, SZYSZKA Peter (Hg.): Handbuch der Public Relations, Wiesbaden 2007²</p> <p>BERENS Harald: Prozesse der Thematisierung in publizistischen Konflikten, Wiesbaden 2001¹</p> <p>BERG Nicola: Public Affairs Management, Wiesbaden 2003¹</p> <p>GASSERT Kathrin: Risikokommunikation von Unternehmen, Wiesbaden 2003¹</p> <p>HERCHEN Oliver M.: Corporate Social Responsibility, Norderstedt 2007¹</p> <p>KÖNIG Matthias, SCHMIDT Matthias (Hg.): Unternehmensethik konkret, Wiesbaden 2002¹</p> <p>KÖPPL Peter: Praxishandbuch Public Affairs, Wien 2003¹</p> <p>KREYHER Volker J. (Hg.): Handbuch Politisches Marketing: Impulse und Strategien für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, Baden-Baden 2004¹</p> <p>LIEBL Franz: Der Schock des Neuen. Entstehung und Management von Issues und Trends, München 2000¹</p> <p>PLEHWE Kerstin (Hg.): Die Kampagnenmacher, Berlin 2008¹</p> <p>BESCHORNER Thomas (Hg.), SCHMIDT Matthias: Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship, München, Mering 2008²</p> <p>SCHÖNBORN Gregor, STEINERT Andreas (Hg.): Sustainability Agenda. Nachhaltigkeitskommunikation., Neuwied, Kriftel 2001¹</p> <p>UNGERICHT Bernhard: Zwischen Konflikt und Kooperation. Neue zivilgesellschaftliche Akteure und multi-stakeholder Dialog, München 2005¹</p>							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Corporate Identity	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0364							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5					
Ausbildungsziele	Das Modul dient der Vermittlung von Fähigkeit, Leitbilder von Unternehmen, Verbänden und Parteien zu konzipieren und umzusetzen.							
Lehrinhalte	Im Modul werden gelehrt: Corporate Design (Visualisierung des Unternehmens); Corporate Communications (Kommunikation des Unternehmens); Corporate Behaviour (Charakter des Unternehmens); Corporate Image (Unternehmen aus gesellschaftlicher Sicht); Corporate Branding (Symbiose zwischen Marke und Unternehmen)							
Lernmethoden	Das Modul vermittelt in vorlesungs- und seminaristischer Form die publizistischen Mittel und Strategien einer erfolgreichen Kommunikationsarbeit für Unternehmen ,Verbände, Parteien und sozialen Einheiten. Übungen bilden das beherrschende Lehrmittel.							
Dozententeam	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold (Verantwortlich), Dipl.-Kommunikationswirt, Dipl.- Designer Markus Erbach, Bettina Iduna Kieke							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lehreinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03641 Corporate Branding	1	1				Msn/PA	1
03642 Special Interest und PR		2						

Empf. Literatur	BEYROW Matthias, DALDROP Norbert W., KIEDAISCH Petra: Corporate Identity und Corporate Design, Ludwigsburg 2007 ¹ BIRKIGT Klaus, FUNCK Hans J., STADLER Marinus M.: Corporate Identity, München 2008 ¹¹ BAUMGARTH Carsten: Erfolgreiche Führung von Medienmarken. Strategien für Positionierung, Markentransfers und Branding, Wiesbaden 2004 ¹ ESCH Franz-Rudolf, KERNSTOCK Joachim, TOMCZAK Torsten: Corporate Brand Management: Marken als Anker strategischer Führung von Unternehmen, Wiesbaden 2006 ² KITCHEN Philip J., SCHULTZ Don E.: Raising the Corporate Umbrella: Corporate Communications in the 21st Century, 2004 ¹ PFANNENBERG Jörg (Hg.), ZERFAß Ansgar (Hg.): Wertschöpfung durch Kommunikation: Wie Unternehmen den Erfolg ihrer Kommunikation steuern und bilanzieren, Frankfurt am Main 2005 ¹
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Kampagnen II	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0365							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10					
Ausbildungsziele	Das Modul vertieft die Inhalte von Modul 308 um ausgewählte Einblicke in Strategien und Kampagnen im Media Mix mit dem Ziel, solche selbst erstellen zu können.							
Lehrinhalte	<p>Im Modul werden gelehrt:</p> <p>PR-Strategien: Facilitative Strategy, Informative Strategy, Persuasive Strategy, Coercive Strategy, Bargaining and Negotiation, Problem Solving.</p> <p>Kampagnenlehre: Pre-Operation, Inter-Operation, Post-Operative, Imagebildung, Issue-Management, Opposition Research, Lobbying, Pressekonferenzen, Sponsoring, Sondergebiete der Public Relations und Kampagnen, Polit-PR, Personality-PR, Sponsoring, Fundraising: Internet- und Event-Fundraising, Online-PR; Telemarketing, PR für NGOs, Krisen-PR.</p> <p>Implementierung von Viral-Marketing durch Fallstudien und praxisbezogene Versuchsreihen.</p>							
Lernmethoden	Das Modul vermittelt in vorlesungs- und seminaristischer Form Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Analyse, Bewertung und Erarbeitung von Strategien und Kampagnen vorwiegend im Medienunternehmen.							
Dozententeam	Prof. Frank Heinrich (Verantwortlich), Dipl.-Kommunikationswirt, Dipl.-Designer Markus Erbach, Dr. phil. Volker J. Kreyher, Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 120 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 8 SWS) 180 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Leereinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03651 Arbeitstechniken der Kampagnen	2	2				Msn/PA	1
	03652 PR-Strategien	2						
03653 Virales Marketing		2						

Empf. Literatur	<p>RÖTTGER Ulrike (Hg.): PR-Kampagnen: Über die Inszenierung von Öffentlichkeit, Wiesbaden 2006³</p> <p>GRASEKAMP Dirk: Aktionen und Kampagnen, Stuttgart 2004¹</p> <p>ZÜHLSDORF Anke: Gesellschaftsorientierte Public Relations, Wiesbaden 2002¹</p> <p>ALTHAUS Marco, GEFFKEN Michael, RAWE Sven: Handlexikon Public Affairs, Münster 2005¹</p> <p>BENTELE Günter, FRÖHLICH Romy, SZYSZKA Peter (Hg.): Handbuch der Public Relations, Wiesbaden 2007²</p> <p>KÖPPL Peter: Praxishandbuch Public Affairs, Wien 2003¹</p> <p>KREYHER Volker J. (Hg.): Handbuch Politisches Marketing: Impulse und Strategien für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, Baden-Baden 2004¹</p> <p>LIEBL Franz: Der Schock des Neuen. Entstehung und Management von Issues und Trends, München 2000¹</p> <p>PLEHWE Kerstin (Hg.): Die Kampagnenmacher, Berlin 2008¹</p> <p>BEHRENT M., MENTNER P.: Campaigning. Werbung in den Arenen der Öffentlichkeit, Münster, Hamburg, London 2001¹</p> <p>DOLD T., HOFFMANN B., NEUMANN J.: Marketingkampagnen effizient managen, Wiesbaden 2004¹</p> <p>SCHRATTENECKER G., SCHWEIGER G.: Werbung, Stuttgart 2001⁵</p>
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.				
Modulname	Sport, Medien und Gesellschaft	Unterrichtssprache	Deutsch				
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig				
Modulnummer	0366						
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5				
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt einen Überblick über die Sportgeschichte, den Stellenwert des Sports in der Gesellschaft sowie die Beziehungen zwischen Sport und Medien. Es vertieft die analytischen Fertigkeiten anhand von Untersuchungen zu gesellschaftlichen Rahmenbedingungen des Sports und zur Programmsparte Sport.						
Lehrinhalte	Die Geschichte des Sports. Stellenwert des Sports in der modernen Gesellschaft: Rahmenbedingungen. Regionale, nationale und internationale Organisationsformen des Sports, Kooperationen. Sportpolitik und Sportförderung. Sportökonomie. Sportsoziologie. Sport und Medien: Technische, publizistische und wirtschaftliche Grundlagen der Sportberichterstattung. Sportmedien. Spezifik der Präsentation von Sport in Medien.						
Lernmethoden	Das Modul kombiniert Vermittlung theoretischen Wissens in Vorlesungen mit Analysen in Seminaren und Übungen, die das Wissen ergänzen und vertiefen.						
Dozententeam	Dr. Sportwiss./ Dipl. Sportlehrer Edgar Unger (Verantwortlich), Dr. Jens Barthel, Dr. Thomas Horky						
Teilnahmevoraussetzungen	keine						
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung						
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS				Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.		
	03661 Analyse gesellschaftlicher Rahmenbedingungen für Sport		2				Ms/90
03662 Sport und Medien	2						

Empf. Literatur	BEITZ Steffen: Sport in Deutschland, Bonn 1996 ¹ FRIEDERICI Markus R.: Sport, Wirtschaft und Gesellschaft, Schondorf 2002 ¹ SCHWIER Jürgen: Sport als populäre Kultur. Sport, Medien und Cultural Studies, Hamburg 2000 ¹ STOLLENWERK Hans J.: Sport-Zuschauer-Märkte, Aachen 1996 ¹ DINKEL Michael, TROSIEN Gerhard: Verkauften Medien die Sportwirklichkeit? Authentizität, Inszenierung, Märkte, Aachen 1999 ¹ SCHIERL Thomas: Handbuch Medien, Kommunikation und Sport, Schorndorf 2007 ¹
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Veranstaltung I	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0367		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt einen Überblick über Grundlagen des Veranstaltungsmanagements, die Fähigkeit zum Einsatz von Marketinginstrumenten in den Bereichen Sport und Event, die Fähigkeit zur logistisch-technischen Planung, Durchführung und Evaluierung von Sport- und anderen Veranstaltungen.		
Lehrinhalte	<p>Veranstaltungsmanagement im Sport- und Eventsektor: Konzeptionsfindung und -präsentation, Teilnehmerakquise, Organisation, Kostenmanagement (Erstellen und Verwalten eines Budgets; Übungen in Kalkulationen), Controlling.</p> <p>Veranstaltungslogistik: Facility-Management von Sportstätten, Veranstaltungslogistik, Infrastruktur für Sport-, Musikveranstaltungen und Messen, Catering, Sicherheit von Veranstaltungen.</p> <p>Veranstaltungsmarketing: Marktforschung, Zielgruppenanalyse und Zielgruppenbestimmung, Strategie- und Produktentwicklung, Konzeption und Akquisition von Sponsoring und Werbung, staatliche und nichtstaatliche Förderprogramme, Erfolgskontrolle.</p>		
Lernmethoden	Im Modul wird die Einführung in Management, Logistik und Marketing von Veranstaltungen (Vorlesungen) mit Erörterungen (Seminare) und praktischen Aufgaben (Übungen) kombiniert. Die Übungen beziehen sich auf das Management von (realen oder simulierten) Veranstaltungs-, Logistik- und Marketingkomponenten sowie auf Datenerhebungen und -analysen im Bereich der Eventmarktforschung.		
Dozententeam	Prof. Dr. Ludwig Hilmer (Verantwortlich), Dr. phil. Nicolaus Christian, Lehrbeauftragter Klaus-Dieter Otto, Dipl.-Ökonomin Christiane Wiest		
Teilnahmevoraussetzungen			
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 150 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 10 SWS) 150 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
Lehreinheitsformen	03671 Veranstaltungs- management	2	3				Msn/PA	1
	03672 Veranstaltungs- marketing	2	3					
Empf. Literatur	<p>HOLZBAUR Ulrich (et al.): Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Heidelberg 2005³</p> <p>MEHRMANN Elisabeth, PLAETRICH Irmhild: Der Veranstaltungs-Manager: Aktives Marketing bei Ausstellungen, Kongressen und Tagungen, München 2003²</p> <p>WILDE Harald: Veranstaltungs-Management als Marketing-Instrument, das große Veranstaltungslexikon von A bis Z, Niederkassel 1997¹</p> <p>SCHÄFER Stephan: Event-Marketing, Berlin 2004¹</p>							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Sportökonomie	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0368							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5					
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt grundlegende Kenntnisse an der Schnittstelle zwischen Sport-, Volkswirtschafts- und Betriebswirtschaftslehre. Das Modul gibt im speziellen eine Einführung in die ökonomischen Dimensionen des Sports. Die Studenten erlangen einen Überblick über die volkswirtschaftliche Bedeutung des Sports, über Sportmärkte und Sportanbieter.							
Lehrinhalte	Die Bedeutung des Sports für die Volkswirtschaft. Kultur- und Sportpolitik. Die Ökonomie des Sports (allg.). Märkte im Sport: Gesamtmarkt, Teilmärkte, Folgemärkte (Sportrechte, Werbung, Sponsoring, Merchandising), Arbeitsmärkte. Institutionelle Sportökonomie: Sportvereine, -unternehmen, Staat; Vereine: Vereinsführung, -finanzierung, -recht.							
Lernmethoden	Das Modul verbindet die Grundlegung fundierten theoretischen Wissens (Vorlesungen, Seminare) mit der Vermittlung praktischer volks- und betriebswirtschaftlicher Kompetenz (Übungen, z.B. Kalkulationen).							
Dozententeam	Dr. Sportwiss./ Dipl. Sportlehrer Edgar Unger (Verantwortlich), Katrin Krzewina, Lehrbeauftragter Hans-Peter Petersen							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03681 Einführung in die Sportökonomie	2					Ms/90	1
03682 Der Wirtschaftsbetrieb in Sportinstitutionen		2						

Empf. Literatur	HEINEMANN Klaus: Einführung in die Ökonomie des Sports. Ein Handbuch, Schorndorf 1995 ¹ HERMANN Arnold, RIEDMÜLLER Florian (Herausgeber): Management Handbuch Sport-Marketing, München 2008 ² NIESSEN Christoph: Management in Sportvereinen und –verbänden, Sankt Augustin 2000 ¹ DIETL Helmut, FRANCK Egon: Millisekunden und Milliarden: 30 Analysen zur Ökonomie des Sports, Zürich 2008 ¹
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss			B.A.			
Modulname	Veranstaltung II	Unterrichtssprache			Deutsch			
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz			1 Semester, ständig			
Modulnummer	0369							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits			10			
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt einen Überblick über Grundlagen des Veranstaltungsmanagements, die Fähigkeit zum Einsatz von Marketinginstrumenten in den Bereichen Sport und Event, die Fähigkeit zur logistisch-technischen Planung, Durchführung und Evaluierung von Sport- und anderen Veranstaltungen.							
Lehrinhalte	<p>Veranstaltungsmanagement im Sport- und Eventsektor: Konzeptionsfindung und -präsentation, Teilnehmerakquise, Organisation, Kostenmanagement (Erstellen und Verwalten eines Budgets; Übungen in Kalkulationen), Controlling.</p> <p>Veranstaltungslogistik: Facility-Management von Sportstätten, Veranstaltungslogistik, Infrastruktur für Sport-, Musikveranstaltungen und Messen, Catering, Sicherheit von Veranstaltungen.</p> <p>Veranstaltungsmarketing: Marktforschung, Zielgruppenanalyse und Zielgruppenbestimmung, Strategie- und Produktentwicklung, Konzeption und Akquisition von Sponsoring und Werbung, staatliche und nichtstaatliche Förderprogramme, Erfolgskontrolle.</p>							
Lernmethoden	Im Modul wird die Einführung in Management, Logistik und Marketing von Veranstaltungen (Vorlesungen) mit Erörterungen (Seminare) und praktischen Aufgaben (Übungen) kombiniert. Die Übungen beziehen sich auf das Management von (realen oder simulierten) Veranstaltungs-, Logistik- und Marketingkomponenten sowie auf Datenerhebungen und -analysen im Bereich der Eventmarktforschung.							
Dozententeam	Prof. Dr. Ludwig Hilmer (Verantwortlich), Dr. phil. Christian Nicolaus, Lehrbeauftragter Klaus-Dieter Otto							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 240 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03691 Veranstaltungslogistik	1	3				Msn/PA	1

Empf. Literatur	HOLZBAUR Ulrich (et al.): Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Heidelberg 2005 ³ MEHRMANN Elisabeth, PLAETRICH Irmhild: Der Veranstaltungs-Manager: Aktives Marketing bei Ausstellungen, Kongressen und Tagungen, München 2003 ² WILDE Harald: Veranstaltungs-Management als Marketing-Instrument, das große Veranstaltungswörterbuch von A bis Z, Niederkassel 1997 ¹ SCHÄFER Stephan: Event-Marketing, Berlin 2004 ¹
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.				
Modulname	Corporate Identity und Public Relations	Unterrichtssprache	Deutsch				
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig				
Modulnummer	0370						
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5				
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt Kenntnisse über Corporate Identity im allgemeinen und Public Relations im besonderen. Es gibt einen Überblick über CI- sowie PR-Strategien und Techniken. Es vermittelt die Fertigkeiten, Corporate Identity und Öffentlichkeitsarbeit zu konzipieren und umzusetzen.						
Lehrinhalte	Corporate Design (Visualisierung des Unternehmens) Corporate Communications (Kommunikation des Unternehmens) Corporate Behaviour (Charakter des Unternehmens) Corporate Image (Unternehmen aus gesellschaftlicher Sicht) Corporate Branding (Symbiose zwischen Marke und Unternehmen)						
Lernmethoden	Das Modul vermittelt in Seminaren und Übungen, überwiegend anhand von Fallbeispielen die designerischen, organisatorischen und publizistischen Fähigkeiten und Fertigkeiten für die Entwicklung einer Corporate Identity unter besonderer Berücksichtigung der Kommunikation.						
Dozententeam	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold (Verantwortlich), Dipl.-Kommunikationswirt, Dipl.- Designer Markus Erbach, Bettina Iduna Kieke						
Teilnahmevoraussetzungen	keine						
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung						
Lehrinhaltsformen	Lerneinheiten -units	SWS				Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.		
	03701 Corporate Identity / Corporate Branding / Design		2				Ms/90
03702 PR / Öffentlichkeitsarbeit		2					

Empf. Literatur	HERBST Dieter: Corporate Identity, Aufbau einer einzigartigen Unternehmensidentität, Berlin 2006 ³ REGENTHAL Gerhard: Ganzheitliche Corporate Identity, Wiesbaden 2003 ¹ CASTELL-RÜDENHAUSEN Manto zu, RICHARZ Willi: Erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit. Ein Wegweiser für den Umgang mit den Medien, Stuttgart u.a 2002 ¹ BICKMANN Roland: Corporate Identity, München 2002 ¹ ESCH Franz-Rudolf, KERNSTOCK Joachim, TOMCZAK Torsten: Corporate Brand Management: Marken als Anker strategischer Führung von Unternehmen, Wiesbaden 2006 ²
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Spezielles Recht Sport/Event	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0371							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5					
Ausbildungsziele	Das Modul dient der Vermittlung vertiefender Kenntnisse zu Rechtsfragen in den Bereichen Sport und Event.							
Lehrinhalte	<p>Veranstaltungsrecht: Besuchsvertrag, Vertragsrecht, Haftungsrecht, Verwertungsrechte, Markenrecht, Spezielle Rechte und Lizenzen, Verwertungsgesellschaften, Versicherungen, Rechtliche Bestimmungen für Kinder- und Jugendveranstaltungen.</p> <p>Sportrecht: Vereinsrecht, Verbandsrecht, Sportleistungsverträge, Sport und Haftung, Verwertungsrechte, Vergabe- und Förderwesen in Sportveranstaltungen.</p>							
Lernmethoden	Das Modul vermittelt in Kombination von Vorlesung und Übung Kenntnisse zum Event- und Sportrecht. In den Übungen werden Erörterungen von realen Fallbeispielen vorgenommen und Aufgaben dazu absolviert.							
Dozententeam	Peter Splettstößer-Heise (Verantwortlich), Dr. jur. Hermann Lindhorst, Volljurist Axel Widmaier							
Teilnahmevoraus.								
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehrinhaltsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03711 Spezielles Recht	2					Ms/90	1
03712 Tutorium Spezielles Recht				2				
Empf. Literatur	<p>FUNKE Elmar, MÜLLER Günter: Handbuch zum Eventrecht, Köln 2003¹</p> <p>GÜLLEMANN Dirk: Veranstaltungsmanagement und Recht. Vertrags- und Haftungsfragen, Neuwied 2006⁴</p> <p>KOLBERG Katharina: Der Veranstaltungsbesuchsvertrag, Kassel 2002¹</p>							
Weitere Verwend.								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Sportjournalismus I	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0372		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10
Ausbildungsziele	<p>Ziel des Moduls ist es, die Studierenden mit der Geschichte und den Darstellungsformen der Sportpublizistik/ -präsentation vertraut zu machen. Neben der Vermittlung von Kenntnissen zur Historie und den verschiedenen Formen sportpublizistischer Berichterstattung sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, mediale Angebote zu Sport- oder sportaffinen Themen historisch einordnen, analysieren und bewerten zu können. Darüber hinaus entwickeln sie ihre Fähigkeiten weiter, zielgerichtet eigene Beiträge zu schreiben und zu präsentieren. Die Studierenden erlangen über die gleichzeitige Vermittlung von theoretischen Grundlagen und das Ausüben journalistischer Praxis berufsorientierte Kompetenzen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Im Mittelpunkt des Moduls stehen die zentralen Aspekte der sportpublizistischen Berichterstattung: Entwicklung der Sportpublizistik (Daten, Themen, Tendenzen) in Deutschland im Vergleich zu ausgewählten europäischen und außer-europäischen Ländern (Sportjournalismus national und international); Mediengattungsspezifische Präsentationen (Inszenierungsmuster) des Sports in: Fernsehen, Hörfunk, Print, Onlinemedien. Unterschiede in der Präsentation bei öffentlich-rechtlichen und privatwirtschaftlichen Medien (Fallbeispiele); Konzeptionsentwürfe und Formatentwicklung; Analyse und Erörterung von ausgewählten Trends (z.B. Ex-Sportler/ Trainer als „Experten“ in den Medien – sinnvoll oder nutzlos?); Darstellung und Erörterung der Verwobenheit von politischen Machtverhältnissen und Sport, vorzugsweise anhand von Fallbeispielen (z.B. Inszenierung von sportlichen Großveranstaltungen im Dritten Reich, Instrumentalisierung der Sportberichterstattung in den sozialistischen Ländern, Olympiaboykott und Berichterstattung); Ethik in der Sportberichterstattung, sportjournalistische Leitlinien von Redaktionen und Sendern (siehe WDR), Grenzen einer kritischen, unabhängigen Sportberichterstattung: der Sportjournalist zwischen Hofberichterstattung, Kommerz und kritischer Recherche; Verhältnis von Sportlern, Trainern und Managern zu Sportjournalisten; Sportjournalistische Darstellungsformen; Textanalyse (z.B. unter dem Aspekt: Phraseologismen in publizistischen Sporttexten); Schreiben von Beiträgen (Texten) zu ausgewählten Themen in einzelnen Medien</p>		
Lernmethoden	<p>Die Darstellung der Historie der Sportpublizistik und ihrer Erscheinungsformen erfolgt – unter Einbeziehung verschiedener Anschauungsmaterialien (Film- und Tondokumente, Zeitungs- und Zeitschriftenausschnitte u.ä.) - vorzugsweise in Vorlesungsform. Daneben diskutieren die Studierenden ausgewählte Themen des Moduls und verfassen zielorientiert selbständige Beiträge, die von den Lehrbeauftragten im Dialog mit den Studierenden kritisch ausgewertet werden.</p>		

Dozententeam	Prof. Dr. Detlef Gwosc (Verantwortlich), Dr. Anke Delow, Dr. Thomas Horky							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 135 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 9 SWS) 165 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03721 Sportpublizistik	2					Ms/90	1
	03722 Sportpräsentation		2					
03723 Darstellungsformen der Sportpublizistik	3	2						
Empf. Literatur	<p>HORKY Thomas: Die Inszenierung des Sports in der Massenkommunikation. Theoretische Grundlagen und Analyse von Medienberichterstattung, Jesteburg 2001¹</p> <p>FISCHER Christoooh (Hg.), HACKFORTH Josef (Hg.): ABC des Sportjournalismus, München 2007²</p> <p>THIELEMANN Marko: Kommunikatorforschung. Das Selbstverständnis im Sportjournalismus – eine empirische und exemplarische Untersuchung deutscher Sportjournalisten, Saarbrücken 2008¹</p> <p>LANNER Alexander: Die Vielfalt der Sportberichterstattung. Ein intermediärer Vergleich zwischen Fernsehen und Tageszeitungen, Saarbrücken 2008¹</p> <p>FRIEDRICH Jasper: Anpfiff. Erste Analysen zum DDR-Sportfernsehen, Leipzig 2005¹</p> <p>SPRINGER Sybille: Wer ist „Experte“ im Fernsehsport? Eine Publikumsbefragung zur Rolle ehemaliger Spitzensportler in der TV-Berichterstattung, Saarbrücken 2008¹</p> <p>SCHÜTTE Christian: Matchwinner und Pechvögel. Ergebniserklärung in der Fußballberichterstattung in Hörfunk, Internet, Fernsehen und Printmedien, Münster 2007¹</p>							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Sportjournalismus II	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0373		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Die Studierenden erlangen zum einen vertiefende und spezielle Kenntnisse über das vielschichtige Verhältnis von Sport und Medien, zum anderen über die Besonderheiten neuer Verbreitungs-/ Kommunikationsformen des Sports, die - wie beispielsweise Online-Portale - zunehmend an Bedeutung gewinnen. Sie werden damit in die Lage versetzt, diese Angebote fachgerecht analysieren und bewerten zu können. Darüber hinaus sollen die Studierenden befähigt werden, eigene Beiträge für online verbreitete Sportseiten zu verfassen.		
Lehrinhalte	<p>Behandelt werden zentrale Aspekte der Sportmedienlehre: die Bedeutung der Medien für den Sport und das Verhältnis von Medien und Sport sowie die besonderen Formen des Zusammenwirkens. Im Fokus der Lehrveranstaltung stehen grundsätzliche Themen wie: Phänomen Mediensportarten: Wieso gibt es trotz der heterogenen Weltgesellschaft weltweite Mediensportarten? Wieso gibt es in kulturell ähnlichen Gesellschaften unterschiedliche Mediensportarten? Wieso sind/werden kultursoziologisch verankerte Sportarten keine Mediensportarten?</p> <p>Anpassung des Regelwerks im Sport an die Forderungen der Medien (z.B. Volleyball, Biathlon, Formel I);</p> <p>Der Wirtschaftsfaktor Sport und die Kommerzialisierung des Sports – die Folgen für die Medien;</p> <p>Die Zukunft der Sportinformationsverbreitung: Auf welchen Verbreitungswegen kommt künftig welche Art von Sportprogramm zu welchen Konditionen zum Rezipienten?</p> <p>In der Lerneinheit Digitale Sportmedien geht es zuvorderst um die Spezifik digitaler Medien der Sportberichterstattung und allgemein um das Verhältnis von New Media und Sport. Dabei werden u.a. folgende Themenbereiche erörtert:</p> <p>Sport im Internet: historische Entwicklung, Bestandsaufnahme und Prognose;</p> <p>Funktionen (Mehrwert) von sportaffinen Internetangeboten;</p> <p>Analyse verschiedener Angebote von Sport im Web: Sportberichterstattung, Darstellung von Sportverbänden und -vereinen;</p> <p>Sportaffine Online-Portale (z.B. Sport.1, kicker.de, Sportsfreunde.de)</p> <p>Pay-TV-Angebote von Fernsehsendern (z.B. DSF digital) und Sportvereinen (z.B. Fußballbundesligaklubs wie Hamburger SV – Players Lounge -, Bayern München – FCB.TV - oder Hertha BSC – Hertha.TV)</p> <p>Erörterung ausgewählter Einzelfragen (z.B. Sportfachzeitschriften und deren Präsenz im Netz, EM Sport Media goes online - neue Wege der Vermarktung);</p> <p>Sport und web 2.0: Möglichkeiten und Grenzen neuer Kommunikationsformen</p>		

Lernmethoden	Der komplexe Lehrinhalt wird sowohl in Vorlesungsform als auch seminaristisch behandelt. Die Studierenden werden in den Ablauf der Lehrveranstaltung (z.B. durch vorbereitete Referate) aktiv einbezogen. Die von den Studierenden gewonnenen Erkenntnisse im Modul müssen in Form einer schriftlichen							
Dozententeam	Dr. Sportwiss./ Dipl. Sportlehrer Edgar Unger (Verantwortlich), Dr. Anke Delow, Dr. Thomas Horky							
Teilnahmevoraussetzungen	Sportjournalismus I (Modul 0372)							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03731 Sportmedienlehre	2					Msn/PA	1
03732 Digitale Sportmedien	2							
Empf. Literatur	MÜLLER E., SCHWIER J.: Medienfußball im europäischen Vergleich, Schorndorf 2005 ¹							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Kommunikationsforschung Sport	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0374		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Die Studierenden eignen sich grundlegende Kenntnisse im Themenumfeld Kommunikationsforschung Sport an. Sie sind damit in der Lage, Forschungsergebnisse fachgerecht bewerten und für die eigene Arbeit angemessen nutzen zu können. Über eine von ihnen zu realisierende Fallstudie werden sie befähigt, Aufwand und Aussagefähigkeit solcher Studien einschätzen zu können.		
Lehrinhalte	<p>Im Mittelpunkt der Lehrveranstaltungen stehen die Grundlagen der Mediennutzungs-, Rezipienten- und Wirkungsforschung im Bereich der Sportberichterstattung. Dabei werden unter anderem folgende Gegenstände behandelt:</p> <p>Medienmonitoring im Bereich Sport, Forschungstechniken, aktuelle Fallstudien;</p> <p>Forschungsinstitute im Bereich Sport und deren Ausrichtung;</p> <p>Angebot und Nutzung der Medien im Zusammenhang mit Sport (allgemeine Entwicklung, ausgewählte Fallbeispiele);</p> <p>Nutzung von Sportmedien (Fallbeispiele);</p> <p>Erörterung von Einzelfragen (z.B. der Zusammenhang von Sportberichterstattung und sportlicher Aktivität der Rezipienten, das Verhältnis von Trend- und Randsportarten in den Medien, Sport im Film);</p> <p>Rolle und Bedeutung von Statistiken im Sport (z.B. ran Sat.1. Datenbank);</p> <p>Durchführung einer Fallstudie (vorzugsweise Durchführung einer Umfrage) zu einem sportaffinen Thema, alternativ kann auch eine Materialsammlung erstellt werden, die thematisch im Bereich Sport angesiedelt und von kommunikationswissenschaftlicher Relevanz ist.</p>		
Lernmethoden	<p>Vornehmlich durch Vortrag des Lehrbeauftragten wird in die Schwerpunkte des Moduls eingeführt, anschließend werden im Dialog mit den Studierenden ausgewählte Einzelaspekte diskutiert.</p> <p>Die im Projekt (Fallstudie) gewonnenen Daten müssen von den Studierenden aufbereitet, analysiert und in angemessener Form (d.h. beispielsweise durch Erstellung von Grafiken und unter Berücksichtigung der Prinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens) schriftlich dargestellt werden.</p>		
Dozententeam	Prof. Dr. Ludwig Hilmer (Verantwortlich), Prof. Dr. Detlef Gwosc		
Teilnahmevoraussetzungen	<p>Fachgeschichte und Fachtheorie (Modul 0301)</p> <p>Angewandte Kommunikationsforschung (Modul 0306)</p>		
Arbeitslast	<p>150 Stunden, davon:</p> <p>60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS)</p> <p>90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</p>		

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03741 Kommunika- tionsforschung	2					Msn/PA	1
	03742 Fallstudie / Projektarbeit		2					
Empf. Literatur	<p>SCHAUERTE Thorsten: Quotengaranten und Minderheitenprogramme. Theoretisch-empirische Analyse der Nutzung von medialen Sportangeboten in Deutschland, Berlin 2002¹</p> <p>SCHRAMM Holger: Die Rezeption des Sports in den Medien, Köln 2004¹</p> <p>HAGENAH Jörg: Sportrezeption und Medienwirkung. Eine dynamisch-transaktionale Ana-lyse der Beziehungen zwischen Sportkommunikatoren und –rezipienten im Feld des Med, München 2004¹</p> <p>BEYER Thomas: Determinanten der Sportrezeption, Wiesbaden 2006¹</p>							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.				
Modulname	Spezielles Recht Sport/Event	Unterrichtssprache	Deutsch				
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig				
Modulnummer	0375						
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5				
Ausbildungsziele	Das Modul dient der Vermittlung spezieller Kenntnisse zu Rechtsfragen in den Bereichen Sport und Event.						
Lehrinhalte	<p>Veranstaltungsrecht: Besuchsvertrag, Vertragsrecht, Haftungsrecht, Verwertungsrechte, Markenrecht, Spezielle Rechte und Lizenzen, Verwertungsgesellschaften, Versicherungen, rechtliche Bestimmungen für Kinder- und Jugendveranstaltungen.</p> <p>Sportrecht: Vereinsrecht, Verbandsrecht, Sportleistungsverträge, Sport und Haftung, Verwertungsrechte, Vergabe- und Förderwesen in Sportveranstaltungen.</p>						
Lernmethoden	Das Modul vermittelt in Kombination von Vorlesung und Übung Kenntnisse zum Event- und Sportrecht. In den Übungen werden Erörterungen von realen Fallbeispielen vorgenommen und Aufgaben dazu absolviert. Eine abschließende Übung simuliert die rechtliche Absicherung einer Großveranstaltung.						
Dozententeam	Peter Splettstößer-Heise (Verantwortlich), Dr. jur. Hermann Lindhorst, Volljurist Axel Widmaier						
Teilnahmevoraus.							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung						
Lehreinsheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS				Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.		
	03751 Spezielles Recht	2					Ms/90
03752 Tutorium Spezielles Recht				2			
Empf. Literatur	<p>FUNKE Elmar, MÜLLER Günter: Handbuch z. Eventrecht, Köln 2003¹ GÜLLEMANN Dirk: Veranstaltungsmanagement und Recht. Vertrags- und Haftungsfragen, Neuwied 2006⁴ KOLBERG Katharina: Der Veranstaltungsbesuchsvertrag, Kassel 2002¹</p>						
Weitere Verwend.							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Sportmanagement	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0376							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5					
Ausbildungsziele	Das Modul vertieft die Einblicke der Studierenden in die Spezifik der Sportwirtschaft unter besonderer Akzentuierung von Fragen aus (Sport-)Betriebswirtschaftslehre und Sportmanagement.							
Lehrinhalte	Spezifik der Sportwirtschaft, Betriebswirtschaftslehre im Sport, Sportstättenmanagement, Management von Sportorganisationen, Sportveranstaltungen aus wirtschaftlicher Perspektive, Einsatz von Personal und Ressourcen, Sportmärkte, Sportwirtschaft und Medien.							
Lernmethoden	Das Modul vermittelt in Vorlesungen theoretische Erkenntnisse über wesentliche wirtschaftliche Aspekte des Sports. Die theoretische Perspektive ergänzen Fallbeispiele um einen Praxisfaktor.							
Dozententeam	Dr. Sportwiss./ Dipl. Sportlehrer Edgar Unger (Verantwortlich), Dr. Anke Delow, Dipl. Volkswirt Michael Steinbach							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03761 Betriebswirtschaft Sportunternehmen	2					Msn/PA	1
03762 Sportmanagement	2							
Empf. Literatur	AGHAMIRI Bahram: Unternehmen Sport, Hamburg 2000 ¹ BUTENKO Sergiy: Economics, management and optimization in sports, Berlin 2007 ¹ GALLI Albert (Herausgeber): Sportmanagement. Grundlagen der unternehmerischen Führung im Sport aus: Betriebswirtschaftslehre. Steuern und Recht für den Sportmanager, München 2002 ¹ HERMANN Arnold, RIEDMÜLLER Florian: Management-Handbuch Sport-Marketing, München 2008 ²							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Sportmedienproduktion	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0377							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10					
Ausbildungsziele	Das Modul dient der Vermittlung von Kenntnissen und Fertigkeiten zur Produktion kompletter Fernseh-, Hörfunk-, Print- und Onlinebeiträge.							
Lehrinhalte	<p>Medienproduktionssysteme TV. Medienproduktionssysteme Hörfunk. Medienproduktionssysteme Print: Redaktion. Medienproduktionssysteme Online: Grundlagen Design fürs Web.</p> <p>Themenfindung und Themenaufbereitung in der Fernseh-, Hörfunk-, Print- und Onlinesportberichterstattung. Formatentwicklung. Positionierung der Produkte am Markt.</p>							
Lernmethoden	Das Modul vermittelt Vertrautheit mit vier unterschiedlichen Systemen der Medienproduktion. Diese Vertrautheit umfasst zum einen die technische Umsetzung. Das Modul führt daher in die Medienproduktionssysteme ein. Zum anderen umfasst sie die inhaltliche Aufbereitung sportspezifischer Beiträge.							
Dozententeam	Prof. Günther Graßau (Verantwortlich), Prof. Peter Fischer-Piel, Dr. Michael Jacobsen							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 120 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 8 SWS) 180 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03771 Fernsehproduktion	2					Msn/PA	1
	03772 Hörfunkproduktion	2						
	03773 Printproduktion	1						
03774 Medienproduktion interaktive Medien	1	2						

Empf. Literatur	BRAUN Oliver: SpiWWW, Das Bild des Sports im WWW, Bornheim 1999 ¹ KRUSE Jörn: Sportveranstaltungen als Fernsehware, Hamburg 2000 ¹ LOOSEN Wiebke: Die Medienrealität des Sports, Evaluation und Analyse der Printberichterstattung, Wiesbaden 1998 ¹ SCHAFFRATH Michael: Sport on Air, Studie zur Sportberichterstattung öffentlich-rechtlicher und privater Radiosender in Deutschland, Berlin 1996 ¹ SCHWIER Jürgen: Mediensport, ein einführendes Handbuch, Baltmannsweiler 2002 ¹ KLIMSA Paul, KRÖMKER Heidi: Handbuch Medienproduktion: Produktion von Film, TV, Hörfunk, Print, Internet, Mobilfunk und Musik, Wiesbaden 2005 ¹
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Allgemeine Musiklehre	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0378		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Die Studierenden sind in der Lage, die Grundstruktur einfacherer musikalischer Werke zu analysieren und mit Hilfe der erlernten Terminologie zu beschreiben. Sie können erlernte musikalische Formen und eigene Ideen zusammenführen und so neue Werke kreieren. Diese können sie notieren und mittels Instrument oder Computer hörbar machen. Zudem sind sie fähig, einen musikalischen Kontext eindeutig zu beschreiben, um mit Musikern und Komponisten zu kommunizieren.		
Lehrinhalte	Grundlagen Schall/Obertonreihe, Notennamen und Klaviatur, Durtonleiter, Quintenzirkel, Grundlagen Notation, einfache Taktarten, Tempoangaben, Melodik und Motivik, Pentatonik, Artikulation, Intervalle, Komplementärintervalle, Dreiklänge, Stufenakkorde, Funktionsharmonik, Harmonisation, Akkordaufbau, Bassschlüssel, Drum-Rhythmen, rhythmische Schreibweise, Metrum, Formenlehre, Vierklänge, Akkordsymbole, Jazz-Kadenz, der diatonische Quintenzirkel, die Vollkadenz, Partitur, Particell, Lead Sheet, Wiederholungszeichen, Moll- und Kirchentonleitern.		
Lernmethoden	In der Vorlesung werden die Grundlagen der allgemeinen Musiklehre und ihrer historischen Entwicklung dargestellt. Im ergänzenden Seminar wird mit dem Schwerpunkt Gehörbildung an der musikalischen Analyse verschiedener Werke gearbeitet, um die theoretischen Inhalte anhand praktischer Beispiele nachzuvollziehen. In Übungen erarbeiten die Studierenden innerhalb vorgegebener Rahmenbedingungen weitgehend selbständig ein eigenes Kompositionsprojekt. Eine begleitend anzufertigende Analyse der eigenen Komposition sorgt dafür, dass der Transfer des erlernten Wissens in die praktische Anwendung bewusst vollzogen wird.		
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), John Kröger, Matthias Stolte		
Teilnahmevoraussetzungen	keine		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03781 Musiklehre	2					Ms/90	1
	03782 Gehörbildung		1					
	03783 Kompositions praxis			1				
Empf. Literatur	<p>MICHELS Ulrich: dtv-Atlas Musik, München 2008²² 2 Bände GRABNER Hermann: Allgemeine Musiklehre, Kassel, Basel 2004²³ GRABNER Hermann: Handbuch der funktionellen Harmonielehre, Kassel 2005¹³ 2 Bände ZIEGENRÜCKER Wieland: ABC Musik. Allgemeine Musiklehre, Wiesbaden, Leipzig, Paris 1997¹ LONARDONI Markus: Populärmusiklehre Pop, Rock, Jazz. Mit CD: Harmonielehre - Komposition - Arrangement, Ditzinger 1996¹ JOHNEN Kurt: Allgemeine Musiklehre, Ditzingen 1999¹⁸</p>							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Recording, Mixing	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0379		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10
Ausbildungsziele	Die Studierenden kennen die physikalischen Grundlagen der Schallausbreitung, Funktionsweisen und Typen von Mikrofonen sowie den analogen und digitalen Signalfluss im Tonstudio. Dadurch sind sie in der Lage, die Erfordernisse verschiedener Aufnahmesituationen zu beurteilen und technisch einwandfreie Aufnahmen selbständig durchzuführen. Dabei setzen sie Soft- und Hardware zur Erzeugung, Speicherung und Bearbeitung von Audiomaterial ein.		
Lehrinhalte	Schallausbreitung, Überlagerung, Korrelationsgrad, Kammfiltereffekt, Schwebung, Beugung, Reflexion/ Absorption, Ton/ Klang/ Geräusch, Klangspektrum, Frequenzgang, Verzerrungen, Klirrfaktor, Ohr Aufbau, Ortung, Schallreizparameter, Kopfbezogenes Koordinatensystem, Stereo-Hören, Fletcher-Munson-Kurven, Residualeffekt, Haaseffekt, Verdeckungseffekt, Dynamik, Aussteuerung analog und digital, Pegelrechnung, Referenzpegel, Elektrodynamisches Wandlerprinzip, Elektrostatisches Wandlerprinzip, Richtcharakteristik, Großdoppelmembrankondensatormikrofon, Mikrofonierung verschiedener Instrumente, Recording-/ Mixdown-Signalfluss, Mischpultarten, Solofunktionen, Shannon-Nyquist-Theorem, Aliasing, Oversampling, Dezimationsfilter, Zeitquantisierung, Spannungsquantisierung, Quantisierungsrauschen, A/D-Wandlung, D/A-Wandlung, Digitalschnittstellen.		
Lernmethoden	In der Vorlesung "Digitale Audiotechnik" wird auf Basis der physikalischen Grundlagen von Schallausbreitung, Mikrofontechnik und Signalfluss der Weg vom analogen zum digitalen Signal nachgezeichnet. Weiterhin werden Arten sowie Funktionsweisen von Geräten der Frequenz-, Dynamik- und Effektbearbeitung erläutert. Im ergänzenden Seminar "Recording und Mixing" werden die aus der Theorievorlesung bekannten Grundlagen in praktischen Arbeitssituationen zur Anwendung gebracht. Das Seminar "Elektronische Klangerzeugung" behandelt neben Grundlagen der subtraktiven Synthese die softwareseitige Umsetzung und Anwendung in der Gestaltung elektronischer Klänge. In den Seminaren ist praktisches Arbeiten in Kleingruppen von 2-6 Teilnehmern möglich.		
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), John Kröger, Matthias Stolte		
Teilnahmevoraussetzungen			
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 135 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 9 SWS) 165 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
Lehreinheitsformen	03791 Digitale Audiotechnik	3					Msn/PA	1
	03792 Elektronische Klangerzeugung		3					
	03793 Recording und Mixing 1		3					
Empf. Literatur	<p>DICKREITER Michael: Handbuch der Tonstudioteknik Bd. I (Raumakustik, Schallquellen, u.a.), München 1997⁶</p> <p>HENLE Herbert: Das Tonstudio Handbuch: Praktische Einführung in die professionelle Aufnahmetechnik. Grundlagen der Akustik. Analoge und digitale Audiotechnik, München 2001⁵</p> <p>WEBERS Johannes: Handbuch der Tonstudioteknik, Poing 2007⁹</p> <p>CONRAD Jan-Friedrich: Recording, Bergkirchen 2006⁶</p> <p>KUCHLING Horst: Taschenbuch der Physik, München 2007¹⁹</p> <p>LINDNER Helmut, SIEBKE Wolfgang, SIMON Günter: Physik für Ingenieure, München, Wien 2006¹⁷</p>							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss			B.A.			
Modulname	Musikmanagement 1	Unterrichtssprache			Deutsch			
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz			1 Semester, ständig			
Modulnummer	0380							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits			5			
Ausbildungsziele	Die Studierenden sind in der Lage, Künstler einzuschätzen und in Kenntnis essentieller Vertragsbestandteile an sich zu binden. Sie können mit Künstlern über deren künstlerische wie kommerzielle Entwicklung kommunizieren, Künstlerprofile erstellen und einen klaren und stimmigen Imageaufbau planen. Sie können erfolversprechende Strategien entwickeln, um in der öffentlichen Wahrnehmung Aufmerksamkeit für Künstler zu generieren. Weiterhin kennen sie wesentliche Mechanismen der Konzertbranche und können Künstler bei der Auftritts- und Tourneeplanung betreuen.							
Lehrinhalte	Imagefaktoren, Imageaufbau, Begriffsdefinition Künstlermanager, Aufgaben, Managementverträge, Regelungen zu Vergütung/ Laufzeit/ Beendigung, Schlüsselfiguren, Umsatzbeteiligung, Handlungsvollmacht, Vertragsverhandlungen, Wege in die Branche, Selbstvermarktung, Bookingagenturen, Agenturvertrag, Veranstalter, Gastspielvertrag, Technical Rider, Tour Support, Support Act, Promo Pack, Merchandisingartikel/ -partner/ -verträge, Kalkulation							
Lernmethoden	In den praxisorientierten Seminaren vermitteln Branchenprofis das Wissen anhand realer Fallbeispiele. In Gruppenarbeiten begreifen die Studierenden den Künstler als Produkt und entwerfen Management-, Marketing-, Tournee- und Merchandisingpläne. In Rollenspielen lernen sie, die Eckpunkte von Verträgen sicher zu verhandeln.							
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), John Kröger, Matthias Stolte							
Teilnahmevoraussetzungen	Projektmanagement							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Leereinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03801 Künstlermanagement		2				Ms/90	1
03802 Merchandising		2						

Empf. Literatur	KESSLER Robert R.: Crashkurs Musikmanagement, Bergkirchen 2007 ² ALLEN Paul: Artist Management for the Music Business, 2007 ¹ FRASCOGNA Xaver M., HETHERINGTON H. Lee: This Business of Artist Management, 2005 ⁴ FLEING Elke: Live is Life: Fit fürs Live-Musik-Business. Vom Newcomer zum Top-Act. Das Music-Biz verstehen und nutzen. Vertragsmuster & Checklisten, Bergisch-Gladbach 2007 ¹ SHAGAN Rena: Booking & Tour Management for the Performing Arts, 2001 ³ BARNET Rich, BERRY Jake, WADDELL Ray D.: This Business of Concert Promotion and Touring: A Practical Guide to Creating, Selling, Organizing, and Staging Concerts, 2007 ¹
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Komposition	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0381		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Die Studierenden kennen klassische sowie moderne Kompositionstechniken und verwenden sie, um Motive zu entwickeln und abzuwandeln. Dabei platzieren sie gezielt akkordfremde Töne und setzen bis zu siebenstimmige Voicings ein. Damit sind sie in der Lage, komplexe Strukturen im jeweils passenden musikalischen Kontext zu entwerfen.		
Lehrinhalte	Akkord-/ Skalentheorie, Wiederholung der Kirchentonleitern, Wiederholung von Moll, Hauptseptakkorde, Einführung in die Stufentheorie, Diatonische II-V-I Verbindungen, Sekundärdominanten, der harmonische Rhythmus, Sekundäre II-V Verbindungen, Melodiebildung, Akkorde in enger und weiter Lage, Stimmführung, Substitutdominanten, Substitut II-V Verbindungen, Verminderte Akkorde, ternäre Metren, Blues, komplexe Voicings, weitere gebräuchliche Skalen, modale Kadenz, Konzepte des modalen Komponierens, Variationstechniken, Modal Interchange, Mollsubdominantfunktionen, Polyrhythmik/odd meter, Pedaltöne/Ostinati, fortgeschrittene Notation		
Lernmethoden	In der Vorlesung wird auf Basis der Stufenharmonik durch schrittweise Erweiterung ein Verständnis für komplexere Strukturen entwickelt. Im ergänzenden Seminar steht das praktische Harmonisieren und Arrangieren im Vordergrund, indem zunächst mit diatonischen Vierklängen gearbeitet wird, nach und nach harmonische Erweiterungen hinzukommen und komplexere Voicings mit ansprechender Stimmführung eingesetzt werden. Die Melodiebildung wird verfeinert. Weitere Aspekte sind Rhythmik, sowie die Akkordsymbolschrift, die anhand praktischer Beispiele verdeutlicht werden. In der Übung erarbeiten die Studierenden ein eigenes Kompositionsprojekt. Eine begleitend anzufertigende Analyse der eigenen Komposition sorgt dafür, dass der Transfer des erlernten Wissens in die praktische Anwendung bewusst vollzogen wird.		
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), John Kröger, Matthias Stolte		
Teilnahmevoraussetzungen	Allgemeine Musiklehre		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
Lehreinheitsformen	03811 Fortgeschrittene Musiklehre	2					Msn/PA	1
	03812 Arrangement		1					
	03813 Kompositionspraxis			1				
Empf. Literatur	GRABNER Hermann: Handbuch der funktionellen Harmonielehre, Kassel 2005 ¹³ 2 Bände SIKORA Frank: Die neue Jazz-Harmonielehre: Verstehen, Hören, Spielen, Mainz 2003 ¹ HAUNSCHILD Frank: Die neue Harmonielehre, Brühl 1998 ¹ 2 Bände MOTTE Diether de la: Harmonielehre, Kassel, Basel, London, New York, Praha 2007 ¹⁴ FRITSCH Markus, KELLERT Peter, LONARDONI Andreas: Arrangieren und Produzieren, Bergkirchen 1995 ² MARRON Eddy: Die Rhythmik-Lehre, Brühl 1990 ¹							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Musikproduktion	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0382		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10
Ausbildungsziele	Die Studierenden sind in der Lage, eine zeitgemäße Musikproduktion im Tonstudio selbständig zu planen, zu organisieren und bis zur fertigen Mischung eines Titels durchzuführen. Sie können anhand der Analyse von Referenzproduktionen die Erfordernisse verschiedener Musikrichtungen einschätzen und ihr technisches Wissen einsetzen, um einen im Kontext passenden Gesamtklang zu kreieren.		
Lehrinhalte	Stereo- und Raummikrofonietechniken, Filter, Equalizer, Regelverstärker, Noisegate, Kompressor, De-Esser, Expander, Effektbeschickung, Hall-Effekte, Delay-Effekte, Raumsimulation, Einsatz von Software-PlugIns, Spezialeffekte, Mixtechniken und -strategien am Mischpult und in der Software, Analysen verschiedener Musikmischungen, Erstellen von Klangbildern		
Lernmethoden	In den beiden praxisorientierten Seminaren erhalten die Studierenden von Praktikern tiefere Einblicke in Techniken der Audio-aufnahme, -bearbeitung und -mischung. „Recording 2“ setzt den Schwerpunkt auf die Aufnahme und deren Vorbereitung, „Mixing 2“ auf die Nachbearbeitung und Gestaltung des aufgenommenen Materials. Anhand von Beispielen aktueller Musikproduktionen werden die eingesetzten Mittel analysiert und nachvollzogen sowie kritisch hinterfragt. Dabei wird regelmäßig auf die Projektarbeit Bezug genommen, in der die Studierenden in Zweierteams selbständig eine Musikproduktion planen, organisieren und umsetzen. Im Rahmen dieser Arbeit fertigen die Studierenden eine Projektplanung und -dokumentation an, um einen bewussten Wissenstransfer zur optimalen Vorbereitung und Verarbeitung der gewonnenen Erfahrungen zu gewährleisten.		
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), John Kröger, Matthias Stolte		
Teilnahmevoraussetzungen	Recording, Mixing		
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 120 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 8 SWS) 180 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehre	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
Lehre	03821 Recording 2		2				Msn/PA	1
	03822 Mixing 2		2					
	03823 Produktion			4				
Empf. Literatur	<p>DICKREITER Michael: Handbuch der Tonstudioteknik Bd. I (Raumakustik, Schallquellen, u.a.), München 1997⁶</p> <p>HENLE Herbert: Das Tonstudio Handbuch: Praktische Einführung in die professionelle Aufnahmetechnik. Grundlagen der Akustik. Analoge und digitale Audiotechnik, München 2001⁵</p> <p>OWSINSKI Bobby: Mischen wie die Profis, München 2007¹</p> <p>WEBERS Johannes: Handbuch der Tonstudioteknik, Poing 2007⁹</p> <p>PIEPER Frank: Das Effekte Praxisbuch, München 2004²</p>							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Musikmanagement 2	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0383							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5					
Ausbildungsziele	Die Studierenden kennen die wesentlichen Akteure und Tätigkeitsfelder der Musikbranche. In Kenntnis der wichtigsten Rechtsfragen, Vertragsarten und branchenüblichen Verteilungssätze verhandeln sie sicher und ergebnisorientiert. Sie können die aktuelle Marktsituation analysieren und Strategien entwickeln, um Musik wirtschaftlich erfolgversprechend zu produzieren, zu vermarkten und zu verwerten.							
Lehrinhalte	Begriffsdefinitionen und Aufgabenbeschreibung der Tätigkeitsfelder in der Musikbranche, Label/ Verlag/ Produktionsfirma/ Vertrieb, Urheber- und Leistungsschutzrechte, Verwertungsgesellschaften GEMA/GVL, Marketing- und Promotioninstrumente, Rundfunkpromotion, Media Control, Charts, Produktionsplanung und Budgetierung, Tonträgerherstellung, Vertriebswege, Entwicklung und Zukunft des Musikmarktes.							
Lernmethoden	In den beiden Seminaren erläutern Branchenprofis die bisherige Entwicklung des Musikmarktes und diskutieren aktuelle Trends sowie Zukunftsszenarien. Anhand aktueller Produktionen werden Vertragsinhalte und Kalkulationen sowie Marketingstrategien und Vertriebswege analysiert. Die Studierenden erstellen als Übung zu einem selbst gewählten Musikprojekt einen vollständigen Businessplan.							
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), John Kröger, Matthias Stolte							
Teilnahmevoraussetzungen	Musikmanagement 1							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lehreinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03831 Musikmarketing		2				Ms/90	1
03832 Distribution		2						

Empf. Literatur	<p>BERNDORFF Gunnar, BERNDORFF Barbara, EIGLER Knut: Musikrecht: Die häufigsten Fragen des Musikgeschäfts, Bergkirchen 2007⁵</p> <p>LYNG Robert: Die Praxis im Musikbusiness, Bergkirchen 2008¹⁰</p> <p>HERRMANN Wolfram, PASSMANN Donald S.: Musikbusiness: Erfolgreich verhandeln, Verträge gestalten, Auftritte organisieren, Finanzen managen, Stuttgart 2004¹</p> <p>HUBER Christian W.: Handbuch zur CD-Herstellung, Köln, Wien, London 2002²</p> <p>FUKKING Jörg: Der Musikverlag - ein Einstieg, München 2006¹</p> <p>GORNY Dieter (Vorwort), MICHALK Stefan (Vorwort): Musikindustrie in Zahlen 2007, Berlin 2008¹</p> <p>BROCKDORFF-DALLWITZ Johann F., MICHALK Stefan: Phonographische Wirtschaft - Musikmarkt 2007, München 2007¹</p> <p>SCHOLZ Lothar: GEMA, GVL & KSK: Die Praxishilfe für Musiker und Musikverwerter, Bergkirchen 2007³</p> <p>MOSER Rolf, SCHEUERMANN Andreas: Handbuch der Musikwirtschaft, Berlin 2003¹</p>
Weitere Verwendung	

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Darstellerische Grundlagen	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0384		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt die Grundlagen der schauspielerischen Arbeit insbesondere der Selbstdarstellung und der Improvisation. Ziel des Moduls ist die Ausbildung der Persönlichkeit, die sich durch Selbständigkeit, Methodenkompetenz, soziale und kulturelle Bildung, methodische Sicherheit und hohe handwerkliche Fähigkeiten auszeichnet.		
Lehrinhalte	<p>Bei der Entwicklung der darstellerischen Fähigkeiten steht das Sensibilisieren für grundlegende theatralische Elemente (Körperausdruck, Raum, Dialog) im Mittelpunkt.</p> <p>Wichtiger Bestandteil des Ausbildungsprogramms ist das Kennenlernen des eigenen Körpers und seiner Ausdrucksmittel.</p> <p>Die Studierenden erfahren die Bewusstwerdung von markanten Haltungsauffälligkeiten und körperlichen Blockaden. Durch das Training verschiedener Körpertechniken erreichen die Studierenden eine Verbesserung von Reaktionsschnelligkeit, Geschicklichkeit, Belastbarkeit und Koordination sowie eine Erweiterung des gestischen und mimischen Repertoires.</p> <p>Sie erhalten ein gesteigertes Bewusstsein für Körper- und Raumachsen und von der Dreidimensionalität des Körpers im Raum. Sie steigern ihr Vertrauen auf das richtige Timing für Aktionen auf der Bühne durch die Koppelung von Atem- und Bewegungsimpuls. Eine Verbesserung der physischen Bühnenpräsenz wird durch Feedback, Fremdbeobachtung und Selbstanalyse erreicht. Es erfolgt die erste Begegnung mit dem Publikum und die Studierenden setzen sich erstmals mit der Publikumserwartung auseinander.</p>		
Lernmethoden	<p>Im Praktikum Darstellerische Arbeit/ Improvisation (2 SWS) werden grundlegende darstellerische Fähigkeiten für das Agieren auf der Bühne erworben.</p> <p>Parallel dazu werden im Praktikum Bewegungstraining (2 SWS) die entsprechenden „handwerklichen“ Kenntnisse und Fähigkeiten vermittelt.</p> <p>Darauf aufbauend werden im Seminar und Praktikum Szenenstudien I / Fernsehspiel (4 SWS) die Fähigkeiten zur Rollengestaltung erlernt und unterschiedliche Spielweisen vermittelt.</p>		
Dozententeam	Manuel Schöbel (Verantwortlich), Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer, Susanne Schwab		

Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 120 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 8 SWS) 180 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03841 Darstellerische Arbeit / Improvisation			2			Msn/PA	1
	03842 Bewegungstraining			2				
03843 Szenenstudien I / Fernsehspiel		1	3					
Empf. Literatur	BARTUSSEK Walter: Bewusst sein im Körper, Ostfildern 2006 ² LENHART Peter, SEIBERT Wolfgang: Funktionelles Bewegungstraining, München, Jena 2001 ¹ BARR Tony, UTECHT Harald: Acting for the camera, Köln 2001 ¹ AMBERG SCHNEEWEIS Susanne: Stimmbildung und Sprecherziehung durch bewußtes Atmen, Steyr 1998 ¹							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Grundlagen Media Acting	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0385		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul beinhaltet die Vermittlung grundlegender Techniken und Fähigkeiten für die Arbeit als Darsteller vor Kamera und Mikrofon, schwerpunktmäßig für die Bereiche Fernsehen, Hörfunk und Entertainment.</p> <p>Die Studierenden erlernen die Kontrolle über den individuellen körperlichen, sprachlichen und mimischen Ausdruck und den bewussten Einsatz der entsprechenden darstellerischen Mittel.</p> <p>Sie erhöhen ihre Handlungskompetenz mit den Möglichkeiten der Aufnahmetechniken (Kameraperspektiven, Fahrten, Schnitte).</p>		
Lehrinhalte	<p>In diesem Modul geht es um Bewusstsein, Aktion und Reaktion vor der Kamera.</p> <p>Das Modul ermöglicht den Studierenden, sich selbst vor der Kamera besser einschätzen zu können, ihre individuelle Selbstdarstellung zu entwickeln und ihre Fernsehwirkung zu verbessern.</p> <p>Hauptziel dieses Moduls ist, Sicherheit vor der Kamera zu erreichen, zu lernen, sich auf das Sendegeschehen zu konzentrieren und die Technik des Drehens zu vergessen.</p> <p>Die Studierenden erfahren, wie man einem speziellen Anlass entsprechend, einen Charakter oder eine Figur schafft und sich emotional auf eine Rolle vorbereitet. Sie entwickeln Dialoge, lernen, den Gesprächsfluss zu steuern sowie Texte zu erfassen und unterhaltungswirksam wiederzugeben.</p>		
Lernmethoden	<p>Im Seminar und Praktikum Camera Acting (2 SWS) werden die Techniken des Rollenspiels vor der Kamera eingeübt und vertieft. Dazu gehören die Elemente des Verkaufsgespräches genauso wie die Improvisation und das Wiedergeben von Sketchen und Witzen.</p> <p>Die Studierenden erlernen in dem Seminar Aufnahmetechniken (2 SWS), präzise zu reagieren, kameraadäquat zu agieren und präsent zu sein. Sie werden mit der Arbeit mit dem Teleprompter vertraut gemacht.</p>		
Dozententeam	Manuel Schöbel (Verantwortlich), Susanne Schwab, Diplom-Kulturwissenschaftler Petra Schwarz		
Teilnahmevoraussetzungen			

Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03851 Basics Camera Acting	1	1				Ms/90	1
03852 Aufnahmetechniken	1	1						
Empf. Literatur	MOLCHO Samy: Alles über Körpersprache, München 2002 ⁷ BOAL Augusto: Regenbogen der Wünsche, Berlin, Milow, Strasburg 2006 ¹ STANISLAWSKI Konstantin: Die Arbeit des Schauspielers an sich selbst, Berlin 2007 ⁷							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Stimme und Sprache	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0386		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt den Studierenden die Entwicklung ihrer Atem-, Stimm-, und Sprechtechnik. Ziel ist die Ausbildung der stimmlich-sprachlichen Ausdrucksmittel: Sie finden zu ihrer persönlichen Stimmlage, indem sie ihre Stimmkraft und ihr Stimmvolumen stärken. So steigern sie ihren persönlichen Ausdruck und ihre Durchsetzungskraft. Sie erhalten individuelle Anregungen für ihren Stimmbildungsprozess. Auch in schwierigen Situationen sprechen sie sicherer, lebendiger und überzeugender.		
Lehrinhalte	<p>Das Modul stärkt die Handlungskompetenz der Studierenden beim zielgerichteten Einsatz der Stimme und Sprache. Atemtechnik, Aussprache, Ausdrucksfähigkeit, Sprechtechnik, Sprechweise und Vortrag, stehen im Mittelpunkt der Lehrveranstaltungen.</p> <p>Die Wirkungsmittel des Sprechens</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in das Sprech- und Stimmtraining <p>Lampenfieber</p> <ul style="list-style-type: none"> - Der Umgang mit der Aufregung vor dem "Auftritt" - Gezielte spontane Entspannungen - Grundlage allen sicheren Sprechens <p>Sprache und Körpersprache</p> <ul style="list-style-type: none"> - Training der Atem-, Stimm- und Sprechtechnik - Körpersprache und Sprechdynamik <p>Faszination der Zuhörer</p> <ul style="list-style-type: none"> - Stimulans und Stimmkraft - Sprechausdruck - Sprechausdruck und Transaktionsanalyse 		
Lernmethoden	<p>Im Seminar und Praktikum Stimmbildung/Sprecherziehung (3 SWS) werden die Studierenden mit den Instrumenten der Atem-, Stimm-, und Sprechtechnik vertraut gemacht. Persönlichkeitsbildung und Charisma des einzelnen Studierenden werden so herausgearbeitet.</p> <p>Im Seminar Analyse und Anwendungsfälle (1 SWS) werden die Inhalte in Einzel-, Gruppen- und Plenumsübungen vermittelt und durch individuelles Stimm- und Sprechtraining mit Video- und Audiofeedback trainiert.</p>		
Dozententeam	Manuel Schöbel (Verantwortlich), Susanne Schwab		
Teilnahmevoraussetzungen	Darstellerische Grundlagen		

Arbeitslast	150 Stunden, davon: 90 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 6 SWS) 60 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03861 Stimmbildung/ Sprecherziehung	1	2				Mm/30	1
03862 Analyse und Anwendungsfälle		1						
Empf. Literatur	AMBERG SCHNEEWEIS Susanne: Stimmbildung und Sprecherziehung durch bewußtes Atmen, Steyr 1998 ¹ SCHWAIGER Helmut: Sprecherziehung in der Schauspielausbildung, Saarbrücken 2007 ¹ HONSEL Ines: Sprecherziehung in der theaterpädagogischen Arbeit, Saarbrücken 2008 ¹							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Bühne und Studio	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0387		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10
Ausbildungsziele	Ziel des Moduls ist die Festigung der Handlungskompetenz der Studierenden. Es werden die erworbenen Fähigkeiten in der Praxis überprüft, ergänzt und weiterentwickelt. Besonders die Unterschiede zwischen Bühne und Studio stehen im Mittelpunkt der Lehrveranstaltungen. Die Studierenden lernen den Umgang mit unterschiedlichen Darstellungstechniken und Präsentationsformen.		
Lehrinhalte	<p>Das Modul umfasst Schauspiel, Sprechen, Bewegung, Liedgestaltung, Körperstimm-Training, Rhythmik, ergänzt durch praktische Umsetzungen wie Hörspiel und Arbeit vor der Kamera.</p> <p>Bereits vermittelte Lerninhalte werden gefestigt und die Kompetenzen der Studierenden werden in den Bereichen darstellerische Körpertechniken, Improvisation, Stimm- und Sprechtraining gestärkt.</p> <p>Neben Arbeit vor der Kamera konzentrieren sich die Lehrveranstaltungen auf die Ausbildung von Sprache und Gesang. Hier steht der Umgang mit dem Mikrofon im Mittelpunkt.</p> <p>Die Studierenden erarbeiten zum Abschluss des Moduls unter Anleitung des modulverantwortlichen Dozenten eine eigene Studioproduktion/-sendung. Auch neue Themen wie der Umgang mit Maske und Styling werden in den Studioinszenierungen vermittelt und umgesetzt.</p>		
Lernmethoden	<p>Im Seminar Studioinszenierung und Studioarbeit (6 SWS) werden die Studierenden in ein kleines Fernsehspiel oder ein Kurzhörspiel integriert. Sie werden in alle Stufen der Vorbereitung eingebunden, zu denen auch praktische Umsetzungen wie Maske und Styling gehören. Hierbei werden die bereits vermittelten Bausteine der „Grundlagenarbeit Kamera“ wiederholt, gefestigt und angewendet.</p> <p>Im Tutorial Studioinszenierung und Studioarbeit (2 SWS) werden die Studierenden je nach Neigung und Interesse auf ihre Rollen als Moderatoren oder im erweiterten Segment Entertainment vorbereitet.</p>		
Dozententeam	Susanne Schwab Diplom-Kulturwissenschaftler Petra Schwarz		
Teilnahmevoraussetzungen	Grundlagen Media Acting Grundlagen Schauspiel		
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 120 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 8 SWS) 180 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03871 Studioinszenierung und Studioarbeit		6		2		Msn/PA	1
Empf. Literatur	BOECK Karin, MÄRTIN Doris: small talk, Augsburg 2000 ² BRUNNER Anne: Die Kunst des Fragens, München 2007 ¹ REITER Markus: Der perfekte Medienauftritt, München, Wien 2006 ¹							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Stage Acting	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0388		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt den Erwerb der Fähigkeit zur selbstständigen Arbeit als Darsteller für alle Genres.</p> <p>Ziel des Aufbaukurses Schauspiel ist die Ausbildung einer eigenständigen und künstlerisch kreativen Persönlichkeit, die in der Lage ist, die vielfältigen Anforderungen selbständig zu meistern. Jeder Student verfügt bei Abschluss des Moduls über ein praktisch anwendbares und jederzeit verfügbares Grundrepertoire.</p>		
Lehrinhalte	<p>Aufbauend auf dem Grundkurs wird die Förderung durch individuell zugeschnittene Lehrinhalte und Aufgabenstellungen fortgesetzt. Der Studierende soll so seine Fähigkeiten entsprechend seinem spezifischen Talent und seinen Interessen zunehmend selbstständig weiter entwickeln lernen.</p> <p>Die Arbeit in den Szenenstudien wird fortgesetzt und durch Monologarbeit und Arbeit an Vorsprechrollen ergänzt.</p> <p>Die Studierenden bauen folgende Fähigkeiten aus: Textsicherheit, Rolleninterpretation, Kollegialität, Interpretationssicherheit, Körpersprache und Einfühlungsvermögen.</p> <p>Die Studierenden erarbeiten die Arbeitsschritte eines Interviews: Inhaltliche und organisatorische Vorbereitung, Gesprächseröffnung, Durchführung und Aufzeichnung des Interviews, Gesprächsende, Verabschiedung, Gesprächsnotizen.</p>		
Lernmethoden	<p>Im Praktikum Szenenstudium II /Supervision (2 SWS) wird die Arbeit an folgenden Themenschwerpunkten fortgesetzt:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arbeit an Instrument Körper und Stimme - Arbeit an der künstlerischen Individualität - Entwicklung persönlicher Arbeitstechniken <p>Im Rahmen eines kleinen Fernsehspiels wird eine Szene mit Partner vor der Kamera einstudiert. Die Selbstdarstellung in verschiedenen Casting-Situationen wird eingehend geübt und einem Publikum vorgestellt.</p> <p>Mit dem Praktikum Monologarbeiten und Interviewtechniken (2 SWS) wird jeder Studierende in die Lage versetzt, einen klassischen und ein modernen Monolog sowie einen musikalischen Vortrag selbständig einzustudieren. Im Rahmen eines ausführlichen Interviews stellen sie unter Beweis, dass sie die Techniken der Gesprächsführung beherrschen.</p>		
Dozententeam	<p>Susanne Schwab Diplom-Kulturwissenschaftler Petra Schwarz</p>		

Teilnahmevoraussetzungen	Grundlagen Media Acting Stimme und Sprache							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03881 Szenenstudien II / Supervision			2			Msn/PA	1
03882 Monologarbeit und Interviewtechniken			2					
Empf. Literatur	HERMANN Hans-Dieter, MATEJKA Gunther: Casting Facts, Bonn 2004 ¹ MCDONOUGH Brenna, WOLFE Jon Leslie: you can work on camera, 1998 ¹ SEE Joan: Acting in Commercials, 1993 ¹							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Aufbaukurs Media Acting	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0389		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul versteht sich als ein Aufbaumodul, das die theoretischen und technischen Kenntnisse aus den Modulen Grundlagen Media Acting und Stage Acting voraussetzt und anwendet.</p> <p>Das Modul vertieft die Fähigkeiten zur selbstständigen Arbeit als Darsteller vor Kamera und Mikrofon in den Bereichen Fernsehen, Film, Hörfunk und Entertainment.</p>		
Lehrinhalte	<p>Durch Anwendung der Kenntnisse und Fähigkeiten aus dem Grundkurs in praktischen Übungen werden diese gefestigt und erweitert. Die Auswertung der fertigen Film- und Hörfunksequenzen führt durch die Fremd- und Selbstanalyse zu größerer Selbstständigkeit.</p> <p>Der Schwerpunkt Moderation/Rhetorik dient der Auseinandersetzung mit übergreifenden Prinzipien der zwischenmenschlichen Kommunikation und Handlungskonzepten der Gesprächsführung. Der bewusste Umgang mit persönlichen Affekten in Kommunikationsprozessen wird ebenso geschult wie die Improvisation und Motivation von Gesprächspartnern.</p> <p>Neben der intensiven Arbeit in allen angebotenen Übungen wird in diesem Semester die spezielle Begabung des einzelnen Studierenden gefördert. Ein Schwerpunkt liegt in der Erarbeitung eines eigenen Projektes, bei dessen Auswahl und Umsetzung der künstlerische Ausdruckswille der Studierenden gefunden wird.</p>		
Lernmethoden	<p>Im Seminar und Praktikum Fremd- und Selbstanalyse (3 SWS) erlernen und trainieren die Studierenden Führungs- und Kommunikationsverhalten. Die eigene Wirkung wird anhand der Fremd- und Selbstanalyse erfahren.</p> <p>Im Vordergrund des Moduls stehen die Stärkung der Führungskompetenz, der Fähigkeit zum Konfliktmanagement sowie Komponenten motivierender Führungsarbeit und Motivationstheorien.</p> <p>Die Studierenden lernen, Konfliktgespräche und Feedbackgespräche zu führen und deeskalierend auf eine emotional geladene Gesprächssituation einzuwirken. Die Studenten haben die Möglichkeit, ihre eigenen Erfahrungen, Fragestellungen und Themenschwerpunkte einzubringen.</p> <p>Im Praktikum On-Air-Acting (2 SWS) werden die grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten der Studierenden zum Rollenverständnis und zur Rollenklärung vertieft.</p>		

	Die bislang erlernten und vertieften Darstellungstechniken werden entsprechend verschiedenster Situationen im Fernsehen und Studio, auf der Bühne sowie während Veranstaltungen in möglichst unterschiedlichen Umgebungen eingeübt. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Arbeit unter Live-Bedingungen. Neben der gewohnten Studioumgebung steht hier die Präsentation der Studierenden im Rahmen von Außendrehn im Mittelpunkt.							
Dozententeam	Manuel Schöbel (Verantwortlich), Susanne Schwab							
Teilnahmevoraussetzungen	Darstellerische Grundlagen Grundlagen Media Acting Stimme und Sprache							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Leereinheits-units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03891 Fremd- und Selbstanalyse		1	1			Msn/PA	1
03892 On-Air-Acting			2					
Empf. Literatur	BARR Tony, UTECHT Harald: Acting for the camera, Köln 2001 ¹ MCDONOUGH Brenna, WOLFE Jon Leslie: you can work on camera, 1998 ¹ ROHRER Paul Neal: Listen, Feel, Respond: A Workbook and Guide to Acting on Camera, 2005 ¹ SHEPARD John W.: Auditioning and Acting for the Camera, 2004 ¹							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Mediensprache Film	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0390		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul dient der Vermittlung von Fertigkeiten des Sprechens und Hörverständnisses und sekundär des Lesens und Schreibens in der Fremdsprache und insbesondere im spezifischen Fachgebiet; hier sollen vor allem wichtige und gängige Fachbegriffe vermittelt, wiederholt und trainiert werden. Ziel ist der Erwerb erweiterter Kenntnisse, die es ermöglichen, aktiv an Fachgesprächen, Diskussionen und Gesprächen teilzunehmen und sich problemlos in den fremdsprachlichen Kommunikationsbereich eingliedern zu können.		
Lehrinhalte	Anhand einer oder mehrerer Filme aus unterschiedlichen zeitlichen Epochen oder unterschiedlicher Genre, von Fernsehproduktionen, PR-Aktionen, (Sport-)Veranstaltungen, Events, journalistischer Erzeugnisse, Bühnenstücke und Musikdarbietungen werden Fachspezifika und fachspezifische Besonderheiten der Sprache herausgearbeitet. Mit Hilfe von Texten, Skripten, Flyern, Broschüren, Zeitungen, Zeitschriften, Programmheften, Audioproduktionen und anderen Materialien wird das Thema vertieft sowie Begrifflichkeiten kommuniziert und trainiert. Den Studierenden werden mediensprachliche Kenntnisse in der Terminologie von Film- und Bühnentechnik, Schauspiel- und Bühnenkunst, Filmproduktion, Setmanagement, Filmvertrieb, Filmförderung, Fernsehproduktion, Programmformate, Programmvertrieb, Fernsehtechnik, Rezipientenforschung, Veranstaltungstechnik, Sport- und Musikevents, Eventmanagement, Ablaufmanagement, Vor- und Nachbereitung von Veranstaltungen und Events und journalistischer Arbeitsweise einschl. Produktions- und Drucktechnik, vermittelt. Auf der Grundlage von Projektarbeiten werden die Fähigkeiten zu mediensprachlicher Präsentation und Moderation eingeübt.		
Lernmethoden	Die Lehrvermittlung erfolgt auf der Basis des kommunikativen Unterrichts in der Regel als Gruppenarbeit. Daneben finden Veranstaltungen in größeren Rahmen statt zur Sprachgewöhnung und Einführung in die Mediensprache. Das Hauptaugenmerk richtet sich dabei jeweils auf die Sprech- und Hörfertigkeit sowie auf die Verbesserung der Kenntnisse der Fachspezifika.		
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer (Verantwortlich), Prof. Peter Gottschalk, Prof. Günther Graßau, Prof. Dr. Ludwig Hilmer, Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold		
Teilnahmevoraussetzungen			
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			4				Msn/PA	1
Empf. Literatur	<p>BEYER Erich: Wörterbuch der Sportwissenschaft (Deutsch-Englisch-Französisch), Schorndorf 1992²</p> <p>BLAESER Hans O., HORNING-DRAUS Renate, RICHARD Olivier: Fachwörterbuch der Personalarbeit: Die wichtigsten Fachbegriffe von A bis Z., Frechen 2000¹ Deutsch / Englisch / Französisch - Englisch / Deutsch / Französisch</p> <p>BRACCINI Roberto: Praktisches Wörterbuch der Musik (Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch), Zürich, Mainz 2000⁴</p> <p>KOSCHNIK Wolfgang J.: Management und Marketing (Englisch-Deutsch/Deutsch-Englisch), Berlin 1998¹</p> <p>KOSCHNIK Wolfgang J. (Hg.): Werbewörterbuch (Deutsch-Englisch-Französisch), Köln, Berlin, New York 2000¹</p> <p>REIL Andrea A.: Fachwörterbuch Film & Video (Deutsch-Englisch/Englisch-Deutsch), Stein-Bockenheim 2002⁹ über 4.000 Begriffe deutsch-englisch/englisch-deutsch</p> <p>RENOUARD Horst E.: Fachwörterbuch Elektronische Medien und Dienste (Deutsch-Englisch/Englisch-Deutsch), Berlin, Heidelberg, New York, Barcelona 2001²</p> <p>TILLMANN Herbert: Fachwörterbuch Hörfunk und Fernsehen (Englisch-Deutsch/Deutsch-Englisch), München 2000⁵</p> <p>WADISCHAT Eberhard: Praxislexikon der strategischen Rhetorik und Kommunikation, Renningen 2008²</p> <p>WOYWODE Uwe: Wörterbuch Rechnungslegung und Steuern. Accounting and Tax Dictionary: Einschließlich wichtiger Rechts- und Finanzterminologie., Willingshausen 2000¹ Deutsch-Englisch, Englisch-Deutsch</p>							
Weitere Verwendung	<p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0391</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0392</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0393</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0394</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0452</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0453</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0454</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0455</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0456</p>							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Mediensprache Fernsehen	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0391		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul dient der Vermittlung von Fertigkeiten des Sprechens und Hörverständnisses und sekundär des Lesens und Schreibens in der Fremdsprache und insbesondere im spezifischen Fachgebiet; hier sollen vor allem wichtige und gängige Fachbegriffe vermittelt, wiederholt und trainiert werden. Ziel ist der Erwerb erweiterter Kenntnisse, die es ermöglichen, aktiv an Fachgesprächen, Diskussionen und Gesprächen teilzunehmen und sich problemlos in den fremdsprachlichen Kommunikationsbereich eingliedern zu können.		
Lehrinhalte	Anhand einer oder mehrerer Filme aus unterschiedlichen zeitlichen Epochen oder unterschiedlicher Genre, von Fernsehproduktionen, PR-Aktionen, (Sport-)Veranstaltungen, Events, journalistischer Erzeugnisse, Bühnenstücke und Musikdarbietungen werden Fachspezifika und fachspezifische Besonderheiten der Sprache herausgearbeitet. Mit Hilfe von Texten, Skripten, Flyern, Broschüren, Zeitungen, Zeitschriften, Programmheften, Audioproduktionen und anderen Materialien wird das Thema vertieft sowie Begrifflichkeiten kommuniziert und trainiert. Den Studierenden werden mediensprachliche Kenntnisse in der Terminologie von Film- und Bühnentechnik, Schauspiel- und Bühnenkunst, Filmproduktion, Setmanagement, Filmvertrieb, Filmförderung, Fernsehproduktion, Programmformate, Programmvertrieb, Fernsehtechnik, Rezipientenforschung, Veranstaltungstechnik, Sport- und Musikevents, Eventmanagement, Ablaufmanagement, Vor- und Nachbereitung von Veranstaltungen und Events und journalistischer Arbeitsweise einschl. Produktions- und Drucktechnik, vermittelt. Auf der Grundlage von Projektarbeiten werden die Fähigkeiten zu mediensprachlicher Präsentation und Moderation eingeübt.		
Lernmethoden	Die Lehrvermittlung erfolgt auf der Basis des kommunikativen Unterrichts in der Regel als Gruppenarbeit. Daneben finden Veranstaltungen in größeren Rahmen statt zur Sprachgewöhnung und Einführung in die Mediensprache. Das Hauptaugenmerk richtet sich dabei jeweils auf die Sprech- und Hörfertigkeit sowie auf die Verbesserung der Kenntnisse der Fachspezifika.		
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer (Verantwortlich), Prof. Peter Gottschalk, Prof. Günther Graßau, Prof. Dr. Ludwig Hilmer, Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold		
Teilnahmevoraussetzungen			
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			4				Msn/PA	1
Empf. Literatur	<p>BEYER Erich: Wörterbuch der Sportwissenschaft (Deutsch-Englisch-Französisch), Schorndorf 1992²</p> <p>BLAESER Hans O., HORNING-DRAUS Renate, RICHARD Olivier: Fachwörterbuch der Personalarbeit: Die wichtigsten Fachbegriffe von A bis Z., Frechen 2000¹ Deutsch / Englisch / Französisch - Englisch / Deutsch / Französisch</p> <p>BRACCINI Roberto: Praktisches Wörterbuch der Musik (Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch), Zürich, Mainz 2000⁴</p> <p>KOSCHNIK Wolfgang J.: Management und Marketing (Englisch-Deutsch/Deutsch-Englisch), Berlin 1998¹</p> <p>KOSCHNIK Wolfgang J. (Hg.): Werbewörterbuch (Deutsch-Englisch-Französisch), Köln, Berlin, New York 2000¹</p> <p>REIL Andrea A.: Fachwörterbuch Film & Video (Deutsch-Englisch/Englisch-Deutsch), Stein-Bockenheim 2002⁹ über 4.000 Begriffe deutsch-englisch/englisch-deutsch</p> <p>RENOUARD Horst E.: Fachwörterbuch Elektronische Medien und Dienste (Deutsch-Englisch/Englisch-Deutsch), Berlin, Heidelberg, New York, Barcelona 2001²</p> <p>TILLMANN Herbert: Fachwörterbuch Hörfunk und Fernsehen (Englisch-Deutsch/Deutsch-Englisch), München 2000⁵</p> <p>WADISCHAT Eberhard: Praxislexikon der strategischen Rhetorik und Kommunikation, Renningen 2008²</p> <p>WOYWODE Uwe: Wörterbuch Rechnungslegung und Steuern. Accounting and Tax Dictionary: Einschließlich wichtiger Rechts- und Finanzterminologie., Willingshausen 2000¹ Deutsch-Englisch, Englisch-Deutsch</p>							
Weitere Verwendung	<p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0390</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0392</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0393</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0394</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0452</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0453</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0454</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0455</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0456</p>							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Mediensprache PR/Journalistik	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0392		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul dient der Vermittlung von Fertigkeiten des Sprechens und Hörverständnisses und sekundär des Lesens und Schreibens in der Fremdsprache und insbesondere im spezifischen Fachgebiet; hier sollen vor allem wichtige und gängige Fachbegriffe vermittelt, wiederholt und trainiert werden. Ziel ist der Erwerb erweiterter Kenntnisse, die es ermöglichen, aktiv an Fachgesprächen, Diskussionen und Gesprächen teilzunehmen und sich problemlos in den fremdsprachlichen Kommunikationsbereich eingliedern zu können.		
Lehrinhalte	Anhand einer oder mehrerer Filme aus unterschiedlichen zeitlichen Epochen oder unterschiedlicher Genre, von Fernsehproduktionen, PR-Aktionen, (Sport-)Veranstaltungen, Events, journalistischer Erzeugnisse, Bühnenstücke und Musikdarbietungen werden Fachspezifika und fachspezifische Besonderheiten der Sprache herausgearbeitet. Mit Hilfe von Texten, Skripten, Flyern, Broschüren, Zeitungen, Zeitschriften, Programmheften, Audioproduktionen und anderen Materialien wird das Thema vertieft sowie Begrifflichkeiten kommuniziert und trainiert. Den Studierenden werden mediensprachliche Kenntnisse in der Terminologie von Film- und Bühnentechnik, Schauspiel- und Bühnenkunst, Filmproduktion, Setmanagement, Filmvertrieb, Filmförderung, Fernsehproduktion, Programmformate, Programmvertrieb, Fernsehtechnik, Rezipientenforschung, Veranstaltungstechnik, Sport- und Musikevents, Eventmanagement, Ablaufmanagement, Vor- und Nachbereitung von Veranstaltungen und Events und journalistischer Arbeitsweise einschl. Produktions- und Drucktechnik, vermittelt. Auf der Grundlage von Projektarbeiten werden die Fähigkeiten zu mediensprachlicher Präsentation und Moderation eingeübt.		
Lernmethoden	Die Lehrvermittlung erfolgt auf der Basis des kommunikativen Unterrichts in der Regel als Gruppenarbeit. Daneben finden Veranstaltungen in größeren Rahmen statt zur Sprachgewöhnung und Einführung in die Mediensprache. Das Hauptaugenmerk richtet sich dabei jeweils auf die Sprech- und Hörfertigkeit sowie auf die Verbesserung der Kenntnisse der Fachspezifika.		
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer (Verantwortlich), Prof. Peter Gottschalk, Prof. Günther Graßau, Prof. Dr. Ludwig Hilmer, Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold		
Teilnahmevoraussetzungen			
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			4				Msn/PA	1
Empf. Literatur	<p>BEYER Erich: Wörterbuch der Sportwissenschaft (Deutsch-Englisch-Französisch), Schorndorf 1992²</p> <p>BLAESER Hans O., HORNING-DRAUS Renate, RICHARD Olivier: Fachwörterbuch der Personalarbeit: Die wichtigsten Fachbegriffe von A bis Z., Frechen 2000¹ Deutsch / Englisch / Französisch - Englisch / Deutsch / Französisch</p> <p>BRACCINI Roberto: Praktisches Wörterbuch der Musik (Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch), Zürich, Mainz 2000⁴</p> <p>KOSCHNIK Wolfgang J.: Management und Marketing (Englisch-Deutsch/Deutsch-Englisch), Berlin 1998¹</p> <p>KOSCHNIK Wolfgang J. (Hg.): Werbewörterbuch (Deutsch-Englisch-Französisch), Köln, Berlin, New York 2000¹</p> <p>REIL Andrea A.: Fachwörterbuch Film & Video (Deutsch-Englisch/Englisch-Deutsch), Stein-Bockenheim 2002⁹ über 4.000 Begriffe deutsch-englisch/englisch-deutsch</p> <p>RENOUARD Horst E.: Fachwörterbuch Elektronische Medien und Dienste (Deutsch-Englisch/Englisch-Deutsch), Berlin, Heidelberg, New York, Barcelona 2001²</p> <p>TILLMANN Herbert: Fachwörterbuch Hörfunk und Fernsehen (Englisch-Deutsch/Deutsch-Englisch), München 2000⁵</p> <p>WADISCHAT Eberhard: Praxislexikon der strategischen Rhetorik und Kommunikation, Renningen 2008²</p> <p>WOYWODE Uwe: Wörterbuch Rechnungslegung und Steuern. Accounting and Tax Dictionary: Einschließlich wichtiger Rechts- und Finanzterminologie., Willingshausen 2000¹ Deutsch-Englisch, Englisch-Deutsch</p>							
Weitere Verwendung	<p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0390</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0391</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0393</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0394</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0452</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0453</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0454</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0455</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0456</p>							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Mediensprache Sport/Event	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0393		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul dient der Vermittlung von Fertigkeiten des Sprechens und Hörverständnisses und sekundär des Lesens und Schreibens in der Fremdsprache und insbesondere im spezifischen Fachgebiet; hier sollen vor allem wichtige und gängige Fachbegriffe vermittelt, wiederholt und trainiert werden. Ziel ist der Erwerb erweiterter Kenntnisse, die es ermöglichen, aktiv an Fachgesprächen, Diskussionen und Gesprächen teilzunehmen und sich problemlos in den fremdsprachlichen Kommunikationsbereich eingliedern zu können.		
Lehrinhalte	Anhand einer oder mehrerer Filme aus unterschiedlichen zeitlichen Epochen oder unterschiedlicher Genre, von Fernsehproduktionen, PR-Aktionen, (Sport-)Veranstaltungen, Events, journalistischer Erzeugnisse, Bühnenstücke und Musikdarbietungen werden Fachspezifika und fachspezifische Besonderheiten der Sprache herausgearbeitet. Mit Hilfe von Texten, Skripten, Flyern, Broschüren, Zeitungen, Zeitschriften, Programmheften, Audioproduktionen und anderen Materialien wird das Thema vertieft sowie Begrifflichkeiten kommuniziert und trainiert. Den Studierenden werden mediensprachliche Kenntnisse in der Terminologie von Film- und Bühnentechnik, Schauspiel- und Bühnenkunst, Filmproduktion, Setmanagement, Filmvertrieb, Filmförderung, Fernsehproduktion, Programmformate, Programmvertrieb, Fernsehtechnik, Rezipientenforschung, Veranstaltungstechnik, Sport- und Musikevents, Eventmanagement, Ablaufmanagement, Vor- und Nachbereitung von Veranstaltungen und Events und journalistischer Arbeitsweise einschl. Produktions- und Drucktechnik, vermittelt. Auf der Grundlage von Projektarbeiten werden die Fähigkeiten zu mediensprachlicher Präsentation und Moderation eingeübt.		
Lernmethoden	Die Lehrvermittlung erfolgt auf der Basis des kommunikativen Unterrichts in der Regel als Gruppenarbeit. Daneben finden Veranstaltungen in größeren Rahmen statt zur Sprachgewöhnung und Einführung in die Mediensprache. Das Hauptaugenmerk richtet sich dabei jeweils auf die Sprech- und Hörfertigkeit sowie auf die Verbesserung der Kenntnisse der Fachspezifika.		
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer (Verantwortlich), Prof. Peter Gottschalk, Prof. Günther Graßau, Prof. Dr. Ludwig Hilmer, Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold		
Teilnahmevoraussetzungen			
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			4				Msn/PA	1
Empf. Literatur	<p>BEYER Erich: Wörterbuch der Sportwissenschaft (Deutsch-Englisch-Französisch), Schorndorf 1992²</p> <p>BLAESER Hans O., HORNING-DRAUS Renate, RICHARD Olivier: Fachwörterbuch der Personalarbeit: Die wichtigsten Fachbegriffe von A bis Z., Frechen 2000¹ Deutsch / Englisch / Französisch - Englisch / Deutsch / Französisch</p> <p>BRACCINI Roberto: Praktisches Wörterbuch der Musik (Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch), Zürich, Mainz 2000⁴</p> <p>KOSCHNIK Wolfgang J.: Management und Marketing (Englisch-Deutsch/Deutsch-Englisch), Berlin 1998¹</p> <p>KOSCHNIK Wolfgang J. (Hg.): Werbewörterbuch (Deutsch-Englisch-Französisch), Köln, Berlin, New York 2000¹</p> <p>REIL Andrea A.: Fachwörterbuch Film & Video (Deutsch-Englisch/Englisch-Deutsch), Stein-Bockenheim 2002⁹ über 4.000 Begriffe deutsch-englisch/englisch-deutsch</p> <p>RENOUARD Horst E.: Fachwörterbuch Elektronische Medien und Dienste (Deutsch-Englisch/Englisch-Deutsch), Berlin, Heidelberg, New York, Barcelona 2001²</p> <p>TILLMANN Herbert: Fachwörterbuch Hörfunk und Fernsehen (Englisch-Deutsch/Deutsch-Englisch), München 2000⁵</p> <p>WADISCHAT Eberhard: Praxislexikon der strategischen Rhetorik und Kommunikation, Renningen 2008²</p> <p>WOYWODE Uwe: Wörterbuch Rechnungslegung und Steuern. Accounting and Tax Dictionary: Einschließlich wichtiger Rechts- und Finanzterminologie., Willingshausen 2000¹ Deutsch-Englisch, Englisch-Deutsch</p>							
Weitere Verwendung	<p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0390</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0391</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0392</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0394</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0452</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0453</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0454</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0455</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0456</p>							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Mediensprache Bühne/Musik	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0394		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul dient der Vermittlung von Fertigkeiten des Sprechens und Hörverständnisses und sekundär des Lesens und Schreibens in der Fremdsprache und insbesondere im spezifischen Fachgebiet; hier sollen vor allem wichtige und gängige Fachbegriffe vermittelt, wiederholt und trainiert werden. Ziel ist der Erwerb erweiterter Kenntnisse, die es ermöglichen, aktiv an Fachgesprächen, Diskussionen und Gesprächen teilzunehmen und sich problemlos in den fremdsprachlichen Kommunikationsbereich eingliedern zu können.		
Lehrinhalte	Anhand einer oder mehrerer Filme aus unterschiedlichen zeitlichen Epochen oder unterschiedlicher Genre, von Fernsehproduktionen, PR-Aktionen, (Sport-)Veranstaltungen, Events, journalistischer Erzeugnisse, Bühnenstücke und Musikdarbietungen werden Fachspezifika und fachspezifische Besonderheiten der Sprache herausgearbeitet. Mit Hilfe von Texten, Skripten, Flyern, Broschüren, Zeitungen, Zeitschriften, Programmheften, Audioproduktionen und anderen Materialien wird das Thema vertieft sowie Begrifflichkeiten kommuniziert und trainiert. Den Studierenden werden mediensprachliche Kenntnisse in der Terminologie von Film- und Bühnentechnik, Schauspiel- und Bühnenkunst, Filmproduktion, Setmanagement, Filmvertrieb, Filmförderung, Fernsehproduktion, Programmformate, Programmvertrieb, Fernsehtechnik, Rezipientenforschung, Veranstaltungstechnik, Sport- und Musikevents, Eventmanagement, Ablaufmanagement, Vor- und Nachbereitung von Veranstaltungen und Events und journalistischer Arbeitsweise einschl. Produktions- und Drucktechnik, vermittelt. Auf der Grundlage von Projektarbeiten werden die Fähigkeiten zu mediensprachlicher Präsentation und Moderation eingeübt.		
Lernmethoden	Die Lehrvermittlung erfolgt auf der Basis des kommunikativen Unterrichts in der Regel als Gruppenarbeit. Daneben finden Veranstaltungen in größeren Rahmen statt zur Sprachgewöhnung und Einführung in die Mediensprache. Das Hauptaugenmerk richtet sich dabei jeweils auf die Sprech- und Hörfertigkeit sowie auf die Verbesserung der Kenntnisse der Fachspezifika.		
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer (Verantwortlich), Prof. Peter Gottschalk, Prof. Günther Graßau, Prof. Dr. Ludwig Hilmer, Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold		
Teilnahmevoraussetzungen			
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
			4				Msn/PA	1
Empf. Literatur	<p>BEYER Erich: Wörterbuch der Sportwissenschaft (Deutsch-Englisch-Französisch), Schorndorf 1992²</p> <p>BLAESER Hans O., HORNING-DRAUS Renate, RICHARD Olivier: Fachwörterbuch der Personalarbeit: Die wichtigsten Fachbegriffe von A bis Z., Frechen 2000¹ Deutsch / Englisch / Französisch - Englisch / Deutsch / Französisch</p> <p>BRACCINI Roberto: Praktisches Wörterbuch der Musik (Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch), Zürich, Mainz 2000⁴</p> <p>KOSCHNIK Wolfgang J.: Management und Marketing (Englisch-Deutsch/Deutsch-Englisch), Berlin 1998¹</p> <p>KOSCHNIK Wolfgang J. (Hg.): Werbewörterbuch (Deutsch-Englisch-Französisch), Köln, Berlin, New York 2000¹</p> <p>REIL Andrea A.: Fachwörterbuch Film & Video (Deutsch-Englisch/Englisch-Deutsch), Stein-Bockenheim 2002⁹ über 4.000 Begriffe deutsch-englisch/englisch-deutsch</p> <p>RENOUARD Horst E.: Fachwörterbuch Elektronische Medien und Dienste (Deutsch-Englisch/Englisch-Deutsch), Berlin, Heidelberg, New York, Barcelona 2001²</p> <p>TILLMANN Herbert: Fachwörterbuch Hörfunk und Fernsehen (Englisch-Deutsch/Deutsch-Englisch), München 2000⁵</p> <p>WADISCHAT Eberhard: Praxislexikon der strategischen Rhetorik und Kommunikation, Renningen 2008²</p> <p>WOYWODE Uwe: Wörterbuch Rechnungslegung und Steuern. Accounting and Tax Dictionary: Einschließlich wichtiger Rechts- und Finanzterminologie., Willingshausen 2000¹ Deutsch-Englisch, Englisch-Deutsch</p>							
Weitere Verwendung	<p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0390</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0391</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0392</p> <p>B.A. Angewandte Medienwirtschaft, Modul 0393</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0452</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0453</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0454</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0455</p> <p>B.A. Film und Fernsehen, Modul 0456</p>							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.
Modulname	Wissenschaft und Beruf	Unterrichtssprache	Deutsch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0395		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Den Studierenden wird ein Einblick und Überblick über grundlegende Inhalte und Methoden der Kommunikationswissenschaft, wichtige Daten und Ereignisse der Mediengeschichte und Formen, Methoden und Techniken zur Existenzgründung geboten. Dadurch erhalten die Studierenden die Fähigkeit, mediale Abläufe zu analysieren und zu bewerten, Perspektiven und Tendenzen zu prüfen und strukturelle Gegebenheiten einzuschätzen sowie Erkenntnisse darüber, welche persönlichen Voraussetzungen sie für eine Existenzgründung mitbringen und welche unternehmerischen Kenntnisse sie sich noch aneignen müssen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Schwerpunkte der Lehre sind grundlegende Inhalte, Richtungen und Methoden der Kommunikationswissenschaft, grundlegende Daten und Ereignisse der nationalen und internationalen Mediengeschichte und Formen und Techniken von Existenzgründungen vorwiegend im medialen Bereich.</p> <p>Gelehrt werden wichtige Theorien und Modelle der Kommunikationswissenschaft: Kommunikationsprozess, Kommunikationsmedium Sprache, Kommunikationsstörungen, Kommunikation und menschliche Sprache, Massenkommunikation inkl. Medienwirkungen und Ansätze der Publikumsforschung und kommunikationstheoretische Theorien und Ansätze. Es wird ein Einblick gegen in einschlägige Theorien und Forschungsansätze wie Uses-and-Gratification-Approach, Schweigespirale, Wissensklufthypothese und Agenda Setting. Berührt werden Gebiete der Werbe- und Kommunikationspsychologie und -soziologie.</p> <p>Die Studierenden erhalten einen Überblick über wichtige Epochen und Entwicklungen der Mediengeschichte: Printmedien seit Beginn der Schriftlichkeit, Hörfunk seit den 20er Jahren, Fernsehen seit den 30er Jahren und Neue Medien seit den 80er Jahren des 20. Jahrhunderts. Die Darstellung ist verbunden mit Einblicken in die Funktionszusammenhänge der diversen Gattungen und ihre Auswirkungen auf die politisch-gesellschaftlichen Entwicklungen.</p> <p>Im Bereich Existenzgründung werden die Studierenden auf die Rahmenbedingungen von Gründungen und/ oder Franchiseprojekten vorbereitet: Rechtliche Situation, Methodenwissen, Netzwerke, Beratungsmanagement, Unternehmensführung, Business Plan.</p>		

Lernmethoden	Die Vorlesungen und Lehrveranstaltungen konzentrieren sich auf wichtige Aspekte der Vermittlung von Schlüsselqualifikationen. In abgestimmter Weise werden mittels Primär- und Sekundärtexten, Grafiken, auditiven und visuellen Medien sowie durch die Dokumentation von Fallbeispielen Einblicke in medial und kommunikativ wirksame Zusammenhänge gegeben.							
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer (Verantwortl.), Prof. Dr. Ludwig Hilmer							
Teilnahmevoraussetzungen								
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03951 Kommunikationswissenschaft	2					Pls/90	2/3
	03952 Mediengeschichte	1						
03953 Existenzgründung incl. Kolloquium Existenzgründung		1				Plm/15	1/3	
Empf. Literatur	<p>ARNOLD Jürgen: Existenzgründung, Burgrieden 2008² WILKE Jürgen: Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn 1999¹ SCHANZE Helmut (Hg.): Handbuch der Mediengeschichte, Stuttgart 2001¹ BURKART Roland: Kommunikationswissenschaft, Stuttgart 2002⁴ BURKART Roland, HÖMBERG Walter (Hg.): Kommunikationstheorien, Wien 2007⁴ HOFERT Svenja: Existenzgründung im Team, Frankfurt 2006¹ HOLZWEIßIG Gunter: Die schärfste Waffe der Partei . Eine Mediengeschichte der DDR, Köln 2002¹ LÖFFELHOLZ Martin, QUANDT Thorsten (Hg.): Die neue Kommunikationswissenschaft, Wiesbaden 2003¹ AHLERS Julia, IBACH Peter Konstantin, MALEK Miroslaw: Entrepreneurship, Heidelberg 2003¹ MERTEN Klaus: Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Münster 1999¹ LÖBLICH Maria, MEYEN Michael: Klassiker der Kommunikationswissenschaft, Konstanz 2006¹ NOLTE Jo B.: Existenzgründung. Verbessern Sie Ihre Gründungschancen!, Freiburg 2006¹ SEGEBERG Harro (Hg.): Mediengeschichte des Films, München 1996¹ 3 Bde., 1996 bis 2000</p>							
Weitere Verwendung	B.A. Film und Fernsehen, Modul 0451							

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.																													
Modulname	Lehrprojekt Medienunternehmen	Unterrichtssprache	Deutsch																													
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich																													
Modulnummer	0396																															
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	15																													
Ausbildungsziele	Das Lehrprojekt dient der Fähigkeit, das erworbene Wissen interdisziplinär und praxisgerecht umzusetzen und anzuwenden.																															
Lehrinhalte	Training und Analyse sowie wissenschaftliche Dokumentation grundsätzlicher Strukturen und/oder aktueller Entwicklungen und/oder innovativer Techniken/Methoden der Fachdisziplin im Kontext des Medienmarktes.																															
Lernmethoden	Das Modul vermittelt vor dem Hintergrund des theoretischen Wissens das Handwerkszeug zur Bearbeitung wissenschaftlicher und praktischer Aufgabenstellungen, angepasst an die spezifische Studienorientierung. Der Student arbeitet eigenständig an Aufgabenstellungen, die seminaristisch begleitet werden.																															
Dozententeam	Studiendekan, Erstbetreuer Hochschule																															
Teilnahmevoraussetzungen	keine																															
Arbeitslast	450 Stunden, davon: 15 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 1 SWS) 435 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																															
Lehrinhaltsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>Sem.</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>03961 Praxismodul (12 Wochen)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="2">Msn/PA</td> <td rowspan="2">1</td> </tr> <tr> <td>03962 Modulcoaching</td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL	03961 Praxismodul (12 Wochen)						Msn/PA	1	03962 Modulcoaching		1							
	Lerneinheiten -units		SWS							Prüfungen	Gewicht																					
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL																										
03961 Praxismodul (12 Wochen)						Msn/PA	1																									
03962 Modulcoaching		1																														
Empf. Literatur	<p>ZIMMER-HENRICH Werner: Projektmanagement, Bonn 2000¹ GLAUBITZ Uta: Generation Praktikum - Mit den richtigen Einstiegjobs zum Traumberuf, München 2006¹ INGLIN-BUOMBERGER Beatrice: Beurteilen und Bewerten im Praktikum, Basel 2000¹ KELLER Heidi, NÖHMEIER Nadine: PraktikumsKnigge - Leitfaden zum Berufseinstieg und Praktikum, München 2005² PEIPE Sabine: Basiswissen Projektmanagement, Freiburg im Breisgau 2007¹ TROLL Susanne: Die Auslandsreise 2007, Rangsdorf 2007¹ ZIMMERMANN Jürgen: Ablauforientiertes Projektmanagement. Modelle, Verfahren und Anwendungen, Wiesbaden 2001¹</p>																															

Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0154 B.A. Medienmanagement, Modul 0249 B.A. Film und Fernsehen, Modul 0457 B.A. Gesundheitsmanagement, Modul 0523 B.A. Business Management, Modul 0622

Studiengang	Angewandte Medienwirtschaft	Abschluss	B.A.					
Modulname	Bachelorprojekt	Unterrichtssprache	Deutsch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0397							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	15					
Ausbildungsziele	Das Modul dient der eigenständigen Anfertigung der Abschlussarbeit. In der vorgegebenen Zeit von 12 Wochen ist vom Studierenden ein Thema nach wissenschaftlichen Methoden zu recherchieren, zu bearbeiten und veröffentlichungsfähig anzufertigen.							
Lehrinhalte	Anhand der gestellten Thematik hat der Studierende den Nachweis zu erbringen, dass er in der Lage ist, die vermittelten theoretischen und praktischen Kenntnisse in eine in sich abgeschlossene Aufgabenstellung einfließen zu lassen, sie zu formulieren und/ oder zu gestalten.							
Lernmethoden	Basis ist die eigenständige wissenschaftliche Arbeit des Studierenden, wobei ihm die Möglichkeit gegeben wird, in der Konsultation mit dem akademischen Betreuer, dem Studiendekan und anderen Tutoren Hinweise und Anregungen zur Themenstellung zu erhalten.							
Dozententeam	Prof. Dr. Ludwig Hilmer (Verantwortlich), Erstbetreuer Hochschule, Zweitbetreuer Unternehmen/FH							
Teilnahmevoraussetzungen	erfolgreicher Abschluss aller Module							
Arbeitslast	450 Stunden, davon: 15 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 1 SWS) 435 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	Sem.	Prakt.	Tut.	PVL		
	03971 Bachelorarbeit						BA	2/3
	03972 Tutorium für Examenskandidaten				1		Pl4m/ K45	1/3
03973 Bachelorkolloquium								
Empf. Literatur	<p>BÄNSCH Axel: Wissenschaftliches Arbeiten, München 2007⁹ BECKER Fred: Anleitung zum wissenschaftlichen Arbeiten, Bergisch Gladbach 1994¹ THEISEN Manuel R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München 2006¹³ FRANCK Norbert: Handbuch Wissenschaftliches Arbeiten, Frankfurt 2007² JELE Harald: Wissenschaftliches Arbeiten in Bibliotheken, München 2003² JELE Harald: Wissenschaftliches Arbeiten: Zitieren, München 2006² BRAUNER Detlef, VOLLMER Hans: Erfolgreiches wissenschaftliches Arbeiten, Sternenfels 2008³</p>							

Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0155 B.A. Medienmanagement, Modul 0250 B.A. Film und Fernsehen, Modul 0458 B.A. Gesundheitsmanagement, Modul 0524 B.A. Business Management, Modul 0623