

Media and Communication Studies

Modulkatalog (Inhalte)

Modulkatalog (Inhalte)

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Medien, Kommunikation, Gesellschaft	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	1
Kürzel - <i>short form</i>	0701	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Pflichtmodul	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	Theorien der Gesellschaft implizieren auch Modelle der Kommunikation – zwischen Individuen, Gruppen und Institutionen. Über die Grundlagen des Erststudiums hinaus sollen die Teilnehmer in der Lage sein, Ansätze, Inhalte und Denkmodelle der Medientheorie in die aktuelle Diskussion qualifiziert einordnen und anwenden zu können.		
Lehrinhalte - <i>content</i>	Der Beitrag ausgewählter Gesellschaftstheorien zur Erklärung der Informationsgesellschaft wird untersucht, so u.a. von Platon, Konfuzius, Machiavelli, Tocqueville, Gramsci, Dahrendorf, Luhmann, Habermas, Popper, Bourdieu, Crouch (Auswahl). In einem ergänzenden Seminar wird die zunehmende Bedeutung der Medien für die Meinungsbildung und Integration der Gesellschaft und die ihnen zugewachsene (und weiter wachsende) Verantwortung für die Fortentwicklung der demokratischen Strukturen behandelt.		
Lernmethoden - <i>methods</i>	Auf der Grundlage einer vorgebreiteten Lektüre anhand einer Auswahlbibliographie von Originaltexten / Passagen vermittelt das Seminar die grundlegenden Ansätze und Schwerpunkte der Theorien durch gezielte Textvergleiche und Analysen. Die Teilnehmer sollen dabei alle besprochenen Texte lesen und diese nicht nur additiv im Seminar bearbeiten. Pro Sitzung steht jeweils ein Autor im Mittelpunkt. Das begleitende Seminar stellt die Rezeption von Inhalten in den Medien in Forschung und Gesellschaft ins Zentrum der Betrachtungen.		
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold; Dr. Verena Jahn; Christian Greim		
Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i>			
Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	150 Stunden, davon 75 Stunden Vorlesungen und Seminar Band 175 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, praktische Arbeiten, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung		

Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten - <i>units</i></th> <th colspan="3">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Credits</th> </tr> <tr> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>07011 Theorien und Modelle der Kommunikation</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td rowspan="3">Ms/120</td> <td rowspan="3">5</td> </tr> <tr> <td>07012 Medien und sozialer Wandel</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>07013 Gesellschaftliche Grundwerte im Spiegel der Medien</td> <td></td> <td>1</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits	V	S	P	07011 Theorien und Modelle der Kommunikation	2			Ms/120	5	07012 Medien und sozialer Wandel		2		07013 Gesellschaftliche Grundwerte im Spiegel der Medien		1	
	Lerneinheiten - <i>units</i>		SWS					Prüfungen	Credits															
		V	S	P																				
	07011 Theorien und Modelle der Kommunikation	2			Ms/120	5																		
07012 Medien und sozialer Wandel		2																						
07013 Gesellschaftliche Grundwerte im Spiegel der Medien		1																						
Empf. Literatur - <i>literature</i>	<p>Burmester, H.; Pfaff, I. (Hrsg.) (2013). Politik mit Zukunft. Thesen für eine bessere Bundespolitik, 2. korr. Auflage. Springer VS.</p> <p>Gießen, H. W. (Hrsg.) (1998): Long term consequences on social structures through mass media impact, Garz.</p> <p>Glutz, P. (1984). Die Arbeit der Zuspitzung: Über die Organisation einer regierungsfähigen Linken. Berlin</p> <p>Habermas, J. (1985): Theorie des kommunikativen Handelns. Suhrkamp.</p> <p>Hepp, A., Krotz, F., Winter, C. (2003): Globalisierung der Medienkommunikation, Wiesbaden</p> <p>Hickethier, K. (2003): Einführung in die Medienwissenschaft, Stuttgart, Weimar.</p> <p>Klemperer, V.: So sitze ich denn zwischen allen Stühlen, Tagebücher 1945 – 1949, Berlin 1999</p> <p>Lenz, S.: Deutschstunde, Hamburg 1968/ München 2006</p> <p>Maletzke, G. (1998): Kommunikationswissenschaft im Überblick. Grundlagen, Probleme, Perspektiven. Wiesbaden</p> <p>Meyen, M., Löblich, M. (2006): Klassiker der Kommunikationswissenschaft: Fach- und Theoriegeschichte in Deutschland</p> <p>Pariser, E. (2011): The Filter Buble. What the Internet is Hiding from you. NY: Penguin Press,</p> <p>Schirmacher, F. (2013). Ego: Das Spiel des Lebens. Karl Blessing Verlag.</p> <p>Shirky, C. (2009): Here Comes Everybody. How Change happens when People Come Together. NY: Penguin Books</p> <p>Thiedecke, U. (2007): Trust but Test. Vertrauen in virtuellen Gemeinschaften.</p> <p>Zweig, S.: Die Welt von gestern. Erinnerungen eines Europäers. Stockholm 1942/Köln 2013</p>																							
Bemerkungen - <i>comments</i>	Weitere Verwendung: M.Sc. Industrial Management, Modul 08W10																							

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Medientheorie und -wirkung	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	1
Kürzel - <i>short form</i>	0702	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Pflichtmodul	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>Die Studierenden sind vertraut mit zentralen Theorien, Ansätzen, Modellen, Konzepten und Ergebnissen der Medienwirkungsforschung: Sie kennen einerseits die Wirkungen von Medien auf Kognitionen, Emotionen und das Verhalten der Rezipienten; sie kennen andererseits die unterschiedlichen Motive für die Mediennutzung sowie unterschiedliche Formen des Medienkonsums durch die Publika und sind mit der Rolle der Medien als Motor kulturellen Wandels vertraut. Die Studierenden sind in der Lage, die Theorien und Modelle der Medienwirkungsforschung in übergreifende theoretische Zusammenhänge soziologischer und psychologischer und Forschungsparadigmen theoretisch wie methodisch einzuordnen.</p> <p>Die Studierenden kennen die Forschungsdesigns und Ergebnisse der Institutionen im deutschen und anglo-amerikanischen Raum. Sie sind in der Lage, Ergebnisse der aktuellen Mediennutzungs- und Medienkonsumforschung in Konzepte der Medienpädagogik zu integrieren, um die Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen zu steigern. Die Studierenden kennen soziologische Spezifika von Mediennutzung und -konsum und sind fähig, diese Kenntnisse in die Zielgruppendefinition in den strategischen Prozess der Kommunikation von Unternehmen einzubringen.</p>		
Lehrinhalte - <i>content</i>	<p>Die Studierenden beschäftigen sich mit der Paradimgeschichte der Medienwirkungsforschung, die eng an zeitgenössische Lerntheorien geknüpft ist und historisch ihren Ausgang im behavioristischen Stimulus-Response-Modell nahm. Die Studierenden beschäftigen sich innerhalb dieses Paradigmas mit verschiedenen Forschungstraditionen, etwa dem Bereich der <i>persuasiven Kommunikation</i> – mit Konzepten der Einstellungsforschung und Werbewirkungsforschung, den Effekten von Priming und Framing – und deren Auswirkungen auf Erleben und Verhalten der Rezipienten. Kognitivistische Lerntheorien stellen hingegen sozialpsychologische Prozesse der Zuwendung des Rezipienten zu bestimmten Medieninhalten in den Vordergrund. In diesem Zusammenhang befassen sich die Studierenden mit Prozessen der kognitiven und emotionalen Verarbeitung von Informationen und setzen sich mit Theorien des aktiven Publikums auseinander; sie sind mit Ansätzen und Methoden der Forschungsrichtung der Cultural Studies vertraut.</p> <p>Die Studierenden beschäftigen sich mit Methoden, Inhalten und Ergebnissen quantitativer und qualitativer Forschung zentraler Mediaresearch-Institutionen im deutschsprachigen wie auch anglo-</p>		

	amerikanischen Raum, die Medieninhalte wie auch deren Nutzung und Konsum durch den Rezipienten systematisch darstellt und analysiert. Die Studierenden wenden deren aktuelle Forschungsergebnisse reflektiert an; einerseits um medienpädagogische Konzepte zu optimieren; andererseits um soziologische Differenzierungen der Mediennutzung bzw. des Medienkonsums systematisch zu erfassen und herauszuarbeiten.																								
Lernmethoden - <i>methods</i>	Es werden zwei sich ergänzende Lehrveranstaltungen angeboten: <ul style="list-style-type: none"> - eine Vorlesung, in denen die grundlegende Einführung in den Themenbereich der Medienwirkungsforschung gelegt wird und - ein Seminar, in dem vertiefende und praktische Analysen aus der Medien- und Kommunikationswirtschaft durchgeführt werden sollen. 																								
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Prof. Heinrich Wiedemann; Dr. Bernd Oliver Schmidt; Dr. Verena Jahn																								
Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i>																									
Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	150 Stunden, davon 90 Stunden Vorlesungen und Seminar 60 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung																								
Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Lerneinheiten - <i>units</i></th> <th colspan="3">SWS</th> <th>Prüfungen</th> <th>Credits</th> </tr> <tr> <td></td> <th>V</th> <th></th> <th></th> <td></td> <td></td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>07021 Theorien der Medienwirkungsforschung</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Msn/PA</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>07022 Medientheorien in der Kommunikationspraxis</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits		V					07021 Theorien der Medienwirkungsforschung				Msn/PA	5	07022 Medientheorien in der Kommunikationspraxis					
Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits																				
	V																								
07021 Theorien der Medienwirkungsforschung				Msn/PA	5																				
07022 Medientheorien in der Kommunikationspraxis																									
Empf. Literatur - <i>literature</i>	<p>Bonfadelli, H. & Friemel, T.N. (2011): Medienwirkungsforschung. Konstanz/München.</p> <p>Hepp, Andreas (2010): Cultural Studies und Medienanalyse. 3. überarb. u. erw. Aufl. Wiesbaden</p> <p>Schenk, Michael (2007): Medienwirkungsforschung. Tübingen, 2. Vö</p> <p>Scheufele, Bertram / Engelmann, Ines (2009): Empirische Kommunikationsforschung. München.</p> <p>Morley, David (2000): Home Territories. Media, Mobility And Identity. London/New York.</p>																								
Bemerkungen - <i>comments</i>																									

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Interpersonale Kommunikation	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	1
Kürzel - <i>short form</i>	0703	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Pflichtmodul	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	Die Studierenden sollen „weiche Faktoren“ von Organisationen und Individuen erkennen und lernen, entsprechend zu reagieren, so z.B. auf Meinungen, Stimmungen und Emotionen von Mitarbeitern, die als Ergebnis gruppenspezifischer Prozesse geeignet sind, den Erfolg der Organisation negativ oder positiv zu beeinflussen.		
Lehrinhalte - <i>content</i>	<p>In drei aufeinander abgestimmten parallelen Lehrveranstaltungen wird menschliches Erleben und Verhalten in den verschiedenen Bereichen des Arbeitslebens und im Rahmen von Organisationen analysiert um Konflikten vorzubeugen bzw. die Kooperation und persönliche Entwicklung von Mitarbeitern zu verbessern.</p> <p>Im Einzelnen werden behandelt: Methoden und Techniken der Psychologie in Bezug auf betriebliche Abläufe; die Bewertung von Veränderungsprozessen durch Führungskräfte- und/oder Mitarbeitergruppen, die Einflussnahme auf informative (Wahrnehmung), edukative (Verständnis) und emotionale (Gefühle) Aspekte, situationsadäquates Führungsverhalten (bezogen auf Personen, soziale Normen und Werte und Zielsetzungen der Organisation)</p>		
Lernmethoden - <i>methods</i>	<p>Das Modul besteht aus drei aufeinander abgestimmten Lehrveranstaltungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vorlesung „Organisationspsychologie“ • Begleitendes Seminar „Konflikte, Veränderung, Innovation: Change Management“ • Seminar „Moderation und Mediation“ <p>Die Lehrveranstaltungen können nur gemeinsam belegt werden.</p>		
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Prof. Dr. Stefan Busse; Birgit Huber-Metz; Frank Schumann; Joachim Katz		
Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i>			
Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	<p>150 Stunden, davon 75 Stunden Vorlesungen und Seminar 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung</p>		

Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	Lerneinheiten - <i>units</i>	SW S	Prüfungen	Cre- dits
	07031 Organisations- psychologie		Ms/120	5
	07032 Change Manage- ment: Konflikte, Ver- änderung, Innovation			
	07033 Moderation und Me- diation			
Empf. Literatur - <i>literature</i>	Deekeling, E., e.a.: Change Communications, Berlin 2013 Nerdinger F., e.a.: Arbeits- und Organisationspsychologie, Wiesbaden 2011; Nerdinger, F: Grundlagen der Organisationspsychologie. Basiswissen und Anwendungshinweise, Stuttgart 2014			
Bemerkungen - <i>comments</i>				

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Führen und Planen in Kommunikationsberufen	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	1
Kürzel - <i>short form</i>	0704	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Pflichtmodul	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>„Personalverantwortung“ tragen in den meisten Unternehmen längst Führungskräfte sowie Mitarbeiter in gehobenen Positionen (z.B. Team- oder Gruppenleiter) in den Fachabteilungen – und nicht mehr zentrale Personal-abteilungen. In kleineren Firmen müssen sich die „Chefs“ ohnehin selbst um „ihre Leute“ kümmern. Dabei kann die Personalführung in der Medien- und Kommunikationsbranche wegen der häufig engen Zusammenarbeit von Vorgesetzten und Mitarbeitern besonders problematisch sein. Zudem stehen die Unternehmen dieser Branchen wegen der zunehmenden Konkurrenz durch internationale Unternehmen wie Google und Facebook vor enormen Herausforderungen. Die Beschaffung, Weiterbildung, gezielte Entwicklung und ständige Motivation von besonders geeigneten Mitarbeitern ist für Medienunternehmen, Werbe- und PR-Agenturen hierzulande geradezu „überlebenswichtig“.</p> <p>Deshalb sind erweiterte Kenntnisse in den Bereichen Arbeitsrecht, Personalplanung, Personalbeschaffung und -freistellung sowie insbesondere auch in der Mitarbeiterführung unbedingt notwendige Voraussetzungen für angehende Medienmanager. Am Ende des Moduls sollen die Studierenden über diese Kenntnisse und Fähigkeiten verfügen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Sie wissen, wie das deutsche Arbeitsrecht aufgebaut ist und welche Aspekte in der Personalplanung und bei der Mitarbeiterführung insbesondere zu beachten sind. – Die Teilnehmer kennen alle grundlegenden Methoden und Module der Personalplanung: von der Ermittlung des Personalbestands über die Personalentwicklung bis zur Personalfreistellung. – Die Studierenden sind in der Lage Personalkosten zu planen, auf finanzielle Top-Down-Vorgaben zu reagieren und die wirtschaftlichen Auswirkungen von Personal-entscheidungen angemessen einzuschätzen. – Sie kennen alle gängigen Möglichkeiten der Akquisition von geeignetem Personal, einschließlich der verschiedenen Methoden der Personalauswahl. – Die Teilnehmer sind mit Möglichkeiten, Methoden – aber auch mit den Grenzen – in der Personalführung vertraut. 		

<p>Lehrinhalte - <i>content</i></p>	<p>In der Vorlesungsreihe PERSONALMANAGEMENT (2 LVS) werden neben erweiterten Kenntnissen zu Methoden und Instrumenten des Personalwesens einschließlich der Grundzüge des Arbeitsrechts, insbesondere Aspekte der Beschaffung und Auswahl von geeigneten Mitarbeitern für die hohen Anforderungen in der Medien- und Kommunikationsbranche aufgezeigt. Weitere wesentliche Aspekte sind Möglichkeiten der Personalbindung durch Führung (Leadership-Modelle“), Schaffung von Anreizen und Herausforderungen sowie durch gezielte Personalentwicklungsmaßnahmen. Dabei werden auch neue Methoden der Motivation von Mitarbeitern, aber auch der Leistungskontrolle betrachtet, wie sie beispielsweise vom Google-Konzern eingesetzt werden.</p> <p>Die FINANZIERUNG UND INVESTITION in einzelnen Arbeitsbereichen und kleineren Unternehmen der Kommunikationsbranche stehen im Mittelpunkt der Seminarreihe (2 LVS). Die Teilnehmer haben hier die Möglichkeit Planungstools, die in den Vorlesungen vorgestellt wurden, anhand von konkreten Beispielen praxisnah üben und schließlich bei einer Projektarbeit anwenden zu können. Dabei steht auch immer wieder die Frage im Mittelpunkt, wie sich Personalmaßnahmen einerseits - und technische Investitionen andererseits - auf Kosten und Ergebnisse von Arbeitsbereichen und ganze Unternehmen auswirken können.</p> <p>Im Praktikum FÜHRUNG IN MEDIENUNTERNEHMEN UND – ABTEILUNGEN (1 LVS) werden schließlich auf Grundlage der vermittelten Kenntnisse über das deutsche Arbeitsrecht und des theoretischen Wissens über die Mitarbeiterführung Übungen auf Grundlage von praxisnahen Szenarien durchgeführt.</p>
<p>Lernmethoden - <i>methods</i></p>	<p>In den Vorlesungen PERSONALMANAGEMENT werden theoretische Grundlagen und Analysen mit praktischen Anwendungsbeispielen verbunden. Bei der Vorstellung von Fallbeispielen werden Anforderungen und Gebaren in der Medien- und Kommunikationsbranche besonders berücksichtigt. Zur Vermittlung der Inhalte werden sowohl Formen der „klassischen“ Vorlesung als auch multimediale Präsentationen eingesetzt. In den Seminaren FINANZIERUNG UND INVESTITION stehen Berechnungsmethoden und -modelle im Vordergrund, die unter fachlicher Anleitung entstehen und regelmäßig reflektiert werden. Für das Praktikum FÜHRUNG IN MEDIENUNTERNEHMEN UND –ABTEILUNGEN werden konkrete Szenarien aus der Medien- und Kommunikationsbranche herangezogen. Für die Reflektionen der praxisnahen Übungen werden gelegentlich auch Führungskräfte aus der Branche eingebunden, zum Beispiel durch Skype o.ä.</p>
<p>Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i></p>	<p>Prof. Horst Müller; Prof. Dr. Andreas Schmalfuß (angefragt); Frank Oliver Schultz</p>
<p>Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i></p>	

Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	150 Stunden, davon 75 Stunden Vorlesungen und Seminar 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung			
Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	Lerneinheiten - <i>units</i>	SW S	Prüfungen	Credits
	07041 Personalmanagement		Ms/120	5
	07042 Finanzierung und Investition			
	07043 Führung in Medienunternehmen und -abteilungen			
Empf. Literatur - <i>literature</i>	ELLIOT, Jay und William L. Simon: Steve Jobs – iLeadership. Mit Charisma und Coolness an die Spitze, Ariston, 2011 HROMADKA, Wolfgang: Arbeitsrecht für Vorgesetzte: Rechte und Pflichten bei der Mitarbeiterführung, 4. Auflage, DTV, 2014 HESSE , Jürgen und Hans Christian Schrader: Training Vorstellungsgespräch, 1. Auflage, Stark Verlag, 2014 JARVIS, Jeff: Was würde Google tun? Wie man von den Erfolgsstrategien des Internet-Giganten profitiert, Heyne, 2009 LAUFER, Hartmut: Grundlagen erfolgreicher Mitarbeiterführung: Führungspersönlichkeit, Führungsmethoden, Führungsinstrumente, 15. Auflage, GABAL, 2014 OLFERT, Klaus: Personalwirtschaft - Kompendium der praktischen Betriebswirtschaft, 16. Auflage, NWB Verlag, 2015 RICHARDI, Reinhard (Herausgeber): Arbeitsgesetze, jeweils aktuelle Auflage, Beck-Texte im dtv SCHOLZ , Christian: Personalmanagement: Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, 6. Auflage, Vahlen, 2013			
Bemerkungen - <i>comments</i>				

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Simulation und Visualisierung komplexer sozialer Prozesse	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	1
Kürzel - <i>short form</i>	0705	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Pflichtmodul	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>Aufgrund der enormen Variantenvielfalt möglicher Ergebnisse werden reale Prozesse bereits vor ihrer Realisierung mit Hilfe von Simulation durchgespielt, miteinander verglichen und optimiert. Moderne Computersimulationen werden in vielen Bereichen der Gesellschaft gebraucht.</p> <p>Die Studierenden werden darauf vorbereitet, komplexe Sachentscheidungen nicht allein auf den gesunden Menschen-verstand zu stützen, sondern diese unter Einbeziehung von Computer-basierten Entscheidungshilfen zu treffen. Dazu wird in die Komplexitätslehre und in die Möglichkeiten zum wirksamen Umgang mit ungewöhnlichen Ereignissen in komplexen Systemen eingeführt.</p> <p>Zum frühzeitigen Erkennen solcher Ereignisse wird der Blick geschärft. Es werden Präsentationsmittel genutzt, die soziale Wirbel frühzeitig sichtbar machen und mögliche Folgen aufzeigen können.</p> <p>Das Modul vermittelt einen ersten Einblick in die Werkstatt des Turbulenzmanagements, einschließlich erster handwerklichen Fähigkeiten hierfür. Es setzt Grundkenntnisse der Mathematik, Informatik und Programmierung voraus.</p>		
Lehrinhalte - <i>content</i>	<p>In vielen Bereichen von Wirtschaft und Gesellschaft lassen sich dort auftretende soziale Turbulenzen mit mathematischen Modellen besser beschreiben als durch Narration. Die Paradoxien komplexer sozialer Systeme und die nicht-linearen Prozesse, die diese auslösen, werden an praktischen Beispielen erläutert. Mit Hilfe von Simulationen werden Strategien zum Umgang mit labilen Systemkomponenten entwickelt und überprüft. Der Einsatz der Simulationstechnik reicht von einfachen „Was-wäre-wenn“- Fragestellungen, über Optimierungsansätze, Entwurfskontrollen, bis zu Vorhersagen und Strategie-spielen.</p> <p>Ausgehend von den Grundlagen der Computergrafik, von numerischen Algorithmen und Erkenntnissen der Komplexitätstheorie werden die Techniken der Visualisierung sowie die Sichtbar-machung von komplexen Prozessen erarbeitet. Bis zur Präsentation wissenschaftlicher Ergebnisse.</p>		

<p>Lernmethoden - <i>methods</i></p>	<p>Eine Vorlesung stellt die gebräuchlichen Simulationstechniken vor. Es wird dargestellt, wo in der Wissensindustrie solche Verfahren mit welchem Ergebnis eingesetzt werden. Es werden die Wege zu ihrer Nutzung vermittelt – von der Formulierung des Problems, über Modellierung des Systems, bis zur Definition der Rechenverfahren, dem Durchspielen der möglichen Varianten und der Interpretation der Ergebnisse.</p> <p>Eine weitere Vorlesung präsentiert die Theorien über nicht-lineare komplexe Systeme - und ihren Nutzen zu Früherkennung und Sichtbarmachung sozialer Turbulenzen. Geeignete Visualisierungstechniken werden dargestellt.</p> <p>Praktische Erfahrungen werden in einem Seminar über konkrete Anwendungsfälle vermittelt, an denen die Studierenden unter Anleitung der Dozentin selbständig an der Darstellung komplexer Sachverhalte arbeiten.</p>																										
<p>Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i></p>	<p>Prof. Dr. Kristan Schneider, Prof. Klaus Liepelt, M.Sc. Rika Fleck</p>																										
<p>Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i></p>	<p>Grundkenntnisse von Mathematik, Informatik und Programmierung</p>																										
<p>Arbeitslast - <i>workload h/w</i></p>	<p>150 Stunden, davon 75 Stunden Vorlesungen und Seminar 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, praktische Arbeiten, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung</p>																										
<p>Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i></p>	<table border="1" data-bbox="408 1261 1262 1816"> <thead> <tr> <th data-bbox="408 1261 719 1361" rowspan="2">Lerneinheiten - <i>units</i></th> <th colspan="3" data-bbox="727 1261 839 1305">SWS</th> <th data-bbox="847 1261 1114 1305" rowspan="2">Prüfungen</th> <th data-bbox="1121 1261 1262 1305" rowspan="2">Credits</th> </tr> <tr> <th data-bbox="727 1317 759 1361">V</th> <th data-bbox="762 1317 794 1361">S</th> <th data-bbox="798 1317 839 1361">P</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="408 1373 719 1518">07051 Moderne Simulationstechnik in der Wissensindustrie</td> <td data-bbox="727 1373 759 1518">2</td> <td data-bbox="762 1373 794 1518"></td> <td data-bbox="798 1373 839 1518"></td> <td data-bbox="847 1373 1114 1518" rowspan="3">Ms/90</td> <td data-bbox="1121 1373 1262 1518" rowspan="3">5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="408 1529 719 1653">07052 Visualisierung komplexer Sachverhalte</td> <td data-bbox="727 1529 759 1653">2</td> <td data-bbox="762 1529 794 1653"></td> <td data-bbox="798 1529 839 1653"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="408 1664 719 1816">07053 Anwendungsfälle Visualisierung von Simulationen</td> <td data-bbox="727 1664 759 1816"></td> <td data-bbox="762 1664 794 1816">1</td> <td data-bbox="798 1664 839 1816"></td> </tr> </tbody> </table>				Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits	V	S	P	07051 Moderne Simulationstechnik in der Wissensindustrie	2			Ms/90	5	07052 Visualisierung komplexer Sachverhalte	2			07053 Anwendungsfälle Visualisierung von Simulationen		1	
Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen		Credits																					
	V	S	P																								
07051 Moderne Simulationstechnik in der Wissensindustrie	2			Ms/90	5																						
07052 Visualisierung komplexer Sachverhalte	2																										
07053 Anwendungsfälle Visualisierung von Simulationen		1																									

Empf. Literatur - <i>literature</i>	<p>Braun, Norman, Nicole J. Saam: Handbuch Modellbildung und Simulation in den Sozialwissenschaften. Wiesbaden 2015.</p> <p>Epstein, Joshua M., Robert Axtell: Growing Artificial Societies. Washington, DC 1996</p> <p>Miller, John H., Scott E. Page: Complex Adaptive Systems. An Introduction to Computational Models of Social Life. Princeton 2007</p> <p>Mandelbrot, Benoit B., Richard Hudson: Fraktale und Finanzen. Märkte zwischen Risiko, Rendite und Ruin. München 2007</p> <p>Mainzer, Klaus: Komplexität. Wiesbaden 2008</p> <p>Dittes, Frank-Michael: Komplexität: Warum die Bahn nie pünktlich ist. Berlin/Heidelberg 2012</p> <p>Barabási, Albert-László: Linked. How Everything is Connected to Everything Else and What it Means for Business, Science, and Everyday Life. New York 2002</p> <p>Schmitt, Marco, Jan Fuhse: Zur Aktualität von Harrison White. Einführung in sein Werk. Berlin/Heidelberg, 2015</p> <p>Habermas, Jürgen, Niklas Luhmann: Theorien der Gesellschaft oder Sozialtechnologie – Was leistet die Systemforschung? (1970). Wiesbaden 2005</p> <p>Haken, Hermann: Die Selbstorganisation komplexer Systeme. Wien 2004</p> <p>Waldrop, M. Mitchel 1996: Inseln im Chaos: Die Erforschung komplexer Systeme, Berlin: Rowohlt</p> <p>Krempel, Lothar: Visualisierung komplexer Strukturen. Grundlagen der Darstellung mehrdimensionaler Netzwerke. Köln 2004</p> <p>Holzer, Boris: Netzwerke. Bielefeld 2006</p>
Bemerkungen - <i>comments</i>	

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Angewandte Kommunikationsforschung I	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	1
Kürzel - <i>short form</i>	0706	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Pflichtmodul	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>Das Modul vermittelt den Studierenden Fähigkeiten zur kritischen Bewertung neuer empirischer Forschungsinstrumente in der sich verändernden Medienlandschaft. Das Internet hat sich nicht nur zu einem eigenständigen Informationsmedium entwickelt, das als Gegenstand der Nutzerforschung neben die klassischen Massenmedien getreten ist, so dass dessen Angebote auf quantitative Nachfrage und redaktionelle Qualität geprüft werden. Es befördert auch das Entstehen innovativer Forschungsinstrumente. Das Web wird getragen von einer Informationstechnologie, die die zwischen den etablierten Medien vorgegebenen technischen Grenzen überspringt.</p> <p>Die zunehmende Konvergenz unterwirft auch eingeführte Forschungsverfahren, die den Medienunternehmen und deren Werbekunden zur Beobachtung von Erfolg und Misserfolg ihrer Produkte dienen, einem Prozess der Veränderung: - In der Umfrageforschung hält neben der persönlichen Befragung (Face to Face oder Ear to Ear) der virtuelle Interviewer Einzug in die privaten Haushalte und holt Informationen Face to Interface ein - über den heimischen Fernsehschirm, oder, soweit vorhanden, einen Computer. - Aber nicht nur die Nutzerforschung ist im Umbruch.</p> <p>Auch die inhaltsanalytisch orientierte Angebotsforschung erfährt durch Automatisierung der digitalen Erfassungsmöglichkeiten von Text-, Bild- und Toninhalten eine gigantische Verbreiterung ihrer Basis; sie wird bald in der Lage sein, veritablen Steuerungsinstrumente für die Aktualisierung der Angebote der Wissensindustrie bereitzustellen. - Und im Bereich der Messdatensysteme wird die kontinuierliche Erfassung in den Haushalten nicht mehr lange auf die TV-Einschaltquoten beschränkt bleiben: Mit dem Thema Verbraucherinformationen aus der elektrischen Steckdose beschäftigen sich Planer in der Konsumgüterindustrie. Mit der rasch zunehmenden Nachfrage nach Forschungsergebnissen, die zeitgerecht in Unternehmensentscheidungen einfließen können, wird immer häufiger zu Online-Informationen gegriffen, allerdings oft noch mit Verfahren, die einer kritischen methodischen Prüfung nicht standhalten.</p>		

Lehrinhalte - <i>content</i>	Im ersten Teil dieses zweisemestrigen Moduls werden zunächst die theoretischen Grundlagen und Methoden gelehrt. Die allgemeine Einführung in Moderne Wissenschaftsdisziplinen soll den Studierenden entsprechende Disziplinen-übergreifende Kenntnisse und Fertigkeiten vermitteln. In der Veranstaltung Kommunikationscontrolling lernen die Studierenden verschiedene Methoden und Strukturen kennen, um die gesamte Unternehmenskommunikation zu planen, umsetzen und zu kontrollieren. Auch wichtige Kennzahlen werden besprochen. Die dritte im Modul beinhaltete Veranstaltung setzt sich konkret und sehr praktisch mit Netzwerkanalysen auseinander.																										
Lernmethoden - <i>methods</i>	Die Studierenden absolvieren drei Lehrveranstaltungen: – zunächst eine allgemeine Einführung in moderne Wissenschaftsdisziplinen – es folgen zwei spezielle anwendungsbasierte Seminare und praktische Übungsformen, die auf die eigenständigen Forschungsprojekte im 2. Teil der Angewandten Kommunikationsforschung durchgeführt werden sollen Zudem soll in kleinen Forschungsgruppen interdisziplinäre Projekte mit externen Kooperationspartnern durchgeführt werden.																										
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold; Prof. Heinrich Wiedemann; Prof. Dr. Stefan Busse; Prof. Horst Müller; Prof. Dr. Liepelt, Prof. Peter Gottschalk																										
Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i>																											
Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	150 Stunden, davon 75 Stunden Vorlesungen und Seminar 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, praktische Arbeiten, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung																										
Lehrinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten - <i>units</i></th> <th colspan="3">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Credits</th> </tr> <tr> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>07061 Moderne Wissenschaft im interdisziplinären Umfeld</td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td rowspan="3">Msn/PA</td> <td rowspan="3">5</td> </tr> <tr> <td>07062 Kommunikationscontrolling</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>07063 Netzwerkanalyse sozialer Gruppierungen</td> <td></td> <td></td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits	V	S	P	07061 Moderne Wissenschaft im interdisziplinären Umfeld		1		Msn/PA	5	07062 Kommunikationscontrolling		2		07063 Netzwerkanalyse sozialer Gruppierungen			2			
Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits																						
	V	S	P																								
07061 Moderne Wissenschaft im interdisziplinären Umfeld		1		Msn/PA	5																						
07062 Kommunikationscontrolling		2																									
07063 Netzwerkanalyse sozialer Gruppierungen			2																								

<p>Empf. Literatur - literature</p>	<p>Gamper, M., Reschke, L., Schönhuth, M. (Hg.): <i>Knoten und Kanten 2.0. Soziale Netzwerkanalyse in Medienforschung und Kulturanthropologie</i>. transcript, Bielefeld 2012</p> <p>Pfannenberg, J., Zerfaß, A. (Hrsg.): <i>Wertschöpfung durch Kommunikation</i>. FAZ-Buch, Frankfurt a. M. 2005</p> <p>Piwinger, M., Porák, V.: <i>Kommunikations-Controlling</i>. Gabler, Wiesbaden 2005</p> <p>Stegbauer, C., Häußling, R. (Hrsg.): <i>Handbuch Netzwerkforschung</i>. VS-Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2010</p> <p>Straeter, Henning: <i>Kommunikationscontrolling</i> UVK-Verlag, Konstanz 2009</p> <p>Thomas, Tim: <i>Kommunikations-Controlling - Eine Analyse zur Steuerung und Messung des Beitrags der Unternehmenskommunikation zum Unternehmenswert</i> VDM, Saarbrücken 2008</p> <p>Werner, A.: <i>Social Media - Analytics und Monitoring. Verfahren und Werkzeuge zur Optimierung des ROI</i>. dpunkt, Heidelberg 2013</p>
<p>Bemerkungen - comments</p>	

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Angewandte Kommunikationsforschung I	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	2
Kürzel - <i>short form</i>	0707	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Pflichtmodul	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>Das Modul vermittelt den Studierenden Fähigkeiten zur kritischen Bewertung neuer empirischer Forschungsinstrumente in der sich verändernden Medienlandschaft. Das Internet hat sich nicht nur zu einem eigenständigen Informationsmedium entwickelt, das als Gegenstand der Nutzerforschung neben die klassischen Massenmedien getreten ist, so dass dessen Angebote auf quantitative Nachfrage und redaktionelle Qualität geprüft werden. Es befördert auch das Entstehen innovativer Forschungsinstrumente. Das Web wird getragen von einer Informationstechnologie, die die zwischen den etablierten Medien vorgegebenen technischen Grenzen überspringt.</p> <p>Die zunehmende Konvergenz unterwirft auch eingeführte Forschungsverfahren, die den Medienunternehmen und deren Werbekunden zur Beobachtung von Erfolg und Misserfolg ihrer Produkte dienen, einem Prozess der Veränderung: - In der Umfrageforschung hält neben der persönlichen Befragung (Face to Face oder Ear to Ear) der virtuelle Interviewer Einzug in die privaten Haushalte und holt Informationen Face to Interface ein - über den heimischen Fernsehschirm, oder, soweit vorhanden, einen Computer. - Aber nicht nur die Nutzerforschung ist im Umbruch.</p> <p>Auch die inhaltsanalytisch orientierte Angebotsforschung erfährt durch Automatisierung der digitalen Erfassungsmöglichkeiten von Text-, Bild- und Toninhalten eine gigantische Verbreiterung ihrer Basis; sie wird bald in der Lage sein, veritablen Steuerungsinstrumente für die Aktualisierung der Angebote der Wissensindustrie bereitzustellen. - Und im Bereich der Messdatensysteme wird die kontinuierliche Erfassung in den Haushalten nicht mehr lange auf die TV-Einschaltquoten beschränkt bleiben: Mit dem Thema Verbraucherinformationen aus der elektrischen Steckdose beschäftigen sich Planer in der Konsumgüterindustrie. Mit der rasch zunehmenden Nachfrage nach Forschungsergebnissen, die zeitgerecht in Unternehmensentscheidungen einfließen können, wird immer häufiger zu Online-Informationen gegriffen, allerdings oft noch mit Verfahren, die einer kritischen methodischen Prüfung nicht standhalten.</p>		
Lehrinhalte - <i>content</i>	Fortsetzung des Modul 0706: im zweiten Teil werden die im 1. Semester begonnenen Forschungsprojekte fortgeführt.		

Lernmethoden - <i>methods</i>	Die Studierenden arbeiten selbstständig in den im 1. Semester gebildeten Forschungsgruppen zusammen. Kleine Zwischenpräsentationen sowie Gruppendiskussionen sind Hauptbestandteile des Moduls.																									
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold; Prof. Heinrich Wiedemann; Prof. Dr. Stefan Busse; Prof. Horst Müller; Prof. Dr. Liepelt; Prof. Gottschalk																									
Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i>	Teilnahme an Modul 0706																									
Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	150 Stunden, davon 60 Stunden Vorlesungen und Seminar 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, praktische Arbeiten, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung																									
Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten - <i>units</i></th> <th colspan="3">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Credits</th> </tr> <tr> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>07071 Anwendung mit eigenem Forschungsdesign</td> <td></td> <td></td> <td>3</td> <td>MSn/PA</td> <td></td> </tr> <tr> <td>07072 Wissenschaftliches Publizieren</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits	V	S	P	07071 Anwendung mit eigenem Forschungsdesign			3	MSn/PA		07072 Wissenschaftliches Publizieren		2			
Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits																					
	V	S	P																							
07071 Anwendung mit eigenem Forschungsdesign			3	MSn/PA																						
07072 Wissenschaftliches Publizieren		2																								
Empf. Literatur - <i>literature</i>	Balzert, H., Schröder, M., Schäfer, C.: Wissenschaftliches Arbeiten, 2. Auflage. W3L, 2011 Ebster, C., Stalzer, L.: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, UTB, 2013 Kühltz, S.: Wissenschaftlich formulieren, 3. Auflage. UTB, 2015. Für die Forschungsprojekte wird themenspezifisch Literatur im Kurs bereitgestellt.																									
Bemerkungen - <i>comments</i>																										

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Advanced Media Management	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	2
Kürzel - <i>short form</i>	0708	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Wahlpflicht	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>Wer in der Medienbranche gute Kenntnisse der Strukturen, Zusammenhänge, Entwicklungen und Perspektiven hat und gleichzeitig zeitgemäße Management-Fähigkeiten besitzt, hat enorme Vorteile gegenüber Mitbewerbern, insbesondere auch beim Berufseinstieg. Deshalb erlernen in diesem Modul fortgeschrittene Studierende die wesentlichen Grundlagen der internationalen Medienbranche und üben anschließend anhand von praxisnahen Beispielen, wie sie das theoretische Wissen später als selbständige Dienstleister oder in verantwortlichen Positionen in Unternehmen der Medien-, Kommunikations- und Werbebranche einsetzen können. Neben branchenspezifischen Grundlagen wird dabei auch das notwendige Rüstzeug für den Eintritt in das erweiterte Management vermittelt. Am Ende des Moduls sollen die Teilnehmer in der Lage sein, Entwicklungen in der Branche einschätzen zu können, organisatorische Abläufe zu erfassen, Planungen und Kalkulationen durchzuführen sowie auf verschiedenen Wegen zu kommunizieren.</p>		
Lehrinhalte - <i>content</i>	<p>In diesem Modul werden drei Teilbereiche – aufeinander abgestimmt – vermittelt:</p> <p>a) <u>International Media Management</u>: Ausgehend vom (noch) bestehenden Aufbau des deutschen – und internationalen Mediensystems werden jeweils aktuelle Entwicklungen und Perspektiven von Teilbereichen der Medienbranche näher betrachtet. Die Studierenden erfahren dabei konkret, durch welche Quellen und mit welchen Analysetools sie in die Lage versetzt werden, Entwicklungen in der Branche einschätzen zu können: Von der einfachen Analyse der IVW-Auflagenmeldungen für deutsche Printmedien, über Methoden der TV-Zuschauerforschung bis hin zu umfangreichen Tools für die Analyse der Nutzung von Onlinemedien. Ein Schwerpunkt dieses Teilmoduls liegt vor allem in der wissenschaftlich basierten Auseinandersetzung mit jeweils aktuellen Entwicklungen, z.B. Mobile Media und Social Media.</p> <p>b) <u>Finance and Development</u>: Die Teilnehmer lernen zunächst Formen und Tools für erweiterte Planungsaufgaben kennen; dazu gehört auch das Beherrschen von einschlägig notwendiger Software. Zudem werden für die Medien-, Kommunikations- und Werbebranche erforderliche betriebswirtschaftliche Grundlagen und Anforderungen vermittelt.</p>		

	<p>c) <u>Communication and Behavior</u>: Hier lernen die Studierenden jeweils zeitgemäße Tools für die Kommunikation kennen, die in Unternehmen (auch in global agierenden Konzernen) intern – und/oder extern mit Geschäftspartnern, Kunden oder Behörden eingesetzt werden (können). Praxisnah werden dazu auch Aufbau und inhaltliche Strukturierung von informellem Schriftverkehr, Analysen und Einschätzungen (insgesamt Business Reports) vermittelt sowie das Verhalten in der persönlichen Kommunikation – vom Telefongespräch über Vorstellungsgespräche bis zur Teilnahme an so genannten „Business Partys“ geübt.</p>																											
Lernmethoden - <i>methods</i>	<p>Die Vermittlung der Inhalte des Moduls Advanced Media and Management erfolgt in aufeinander abgestimmten drei Teilmodulen, die innerhalb eines Semesters durchgeführt werden.</p> <p>Dabei werden die <u>International Media Management</u> (gemäß a) in Vorlesungen vermittelt.</p> <p>In den Teilen <u>Finance and Development</u> sowie <u>Communication and Behavior</u> werden jeweils Grundlagen vermittelt sowie konkrete praxisnahe Übungen abgestimmt und Zwischenstände reflektiert. Die Umsetzung erfolgt jeweils in Form von Haus- und/oder Gruppenarbeiten in Zeiträumen, die für das Selbststudium angesetzt sind.</p>																											
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Prof. Horst Müller																											
Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i>																												
Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	150 Stunden, davon 75 Stunden Vorlesungen und Seminar 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, praktische Arbeiten, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung																											
Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten - <i>units</i></th> <th colspan="3">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Credits</th> </tr> <tr> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>07081 International Media Management</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td rowspan="3">Ms/90</td> <td rowspan="3"></td> </tr> <tr> <td>07082 Finance & Development</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>07083 Communication and Behavior</td> <td></td> <td>1</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits	V	S	P	07081 International Media Management	2			Ms/90		07082 Finance & Development		2		07083 Communication and Behavior		1					
Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits																							
	V	S	P																									
07081 International Media Management	2			Ms/90																								
07082 Finance & Development		2																										
07083 Communication and Behavior		1																										

<p>Empf. Literatur - <i>literature</i></p>	<p>GRABS, Anne: Follow me! Erfolgreiches Social Media Marketing Galileo Computing, 2014 JARVIS, Jeff: Ausgedruckt – Journalismus im 21. Jahrhundert Plassen Verlag, 2015 JARVIS, Jeff: Was würde Google tun? Heyne Verlag, 2012 MÜLLER, Horst: Journalistisches Arbeiten, Kleine Medienlehre Hochschulverlag Mittweida, 2011 SEEGER, Christoph: Harvard Business Manager - Der gelungene Auftritt manager magazin, 2015 SEEGER, Christoph: Harvard Business Manager – Geschickter verhandeln manager magazin, 2013 SEEGER, Christoph: Harvard Business Manager – Klassiker Strategie manager magazin, 2015 Hinweis: Aktuelle Literatur- und Quellenangaben erfolgen begleitend zu den Lehrveranstaltungen.</p>
<p>Bemerkungen - <i>comments</i></p>	

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Digital Business	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	2
Kürzel - <i>short form</i>	0709	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Wahlpflicht	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>Dieses Modul richtet sich sowohl an fortgeschrittene Studierende, die Ambitionen haben, anspruchsvolle Tätigkeiten im Bereich Digital Business zu übernehmen (z.B. als selbständige Dienstleister bzw. in Ressort-, Redaktions- oder Projektleitungen von Medienunternehmen) als auch an potenzielle Führungskräfte im Management, vorzugsweise in Unternehmen der Medien-, Kommunikations- oder Werbebranche.</p> <p>Dabei ist die Beherrschung von journalistischen Arbeitstechniken und Darstellungsformen in digitalen Unternehmensmedien eine wichtige Voraussetzung für viele Funktionen und Positionen in den zuvor genannten Branchen, auch über eigentliche journalistische Tätigkeiten hinaus. So ist beispielsweise die Darstellungsform „Nachricht“ eine hervorragende Grundlage, um kurze Business-Reports zu verfassen. Interviewtechniken und die Fähigkeit der Aufbereitung von Interviews werden beispielsweise für Einstellungs- und Personalgespräche benötigt oder können in Verhandlungen eingesetzt werden. Das Wissen um den Aufbau von Kommentaren ist eine gute Grundlage, um eigene Einschätzungen zu Vorgängen im Bereich des Managements abzugeben.</p> <p>Deshalb vermittelt dieses Modul Kompetenzen für die journalistische Arbeit im Hinblick auf Generierung, Aufbereitung und Umsetzung von Inhalten. Zudem werden Gepflogenheiten und Techniken bei der Generierung von Inhalten und/oder deren Vermarktung einschl. der häufig notwendigen PR-Maßnahmen vermittelt und anhand von praktischen Beispielen geübt.</p> <p>Am Ende des Moduls wissen die Teilnehmer um Anforderungen, die an Journalisten gestellt werden, beherrschen die erforderlichen Arbeitstechniken und wissen, wie diese auch für nicht-journalistische Tätigkeiten eingesetzt werden können. Dazu kennen sie auch Grundzüge des rechtlichen Rahmens und ethische Standards im Journalismus sowie in der Medienbranche.</p>		

<p>Lehrinhalte - <i>content</i></p>	<p>Zu Beginn der Lehrveranstaltungsreihe geht es um theoretische Grundlagen und Rahmenbedingungen für den Journalismus. Dazu gehören Anforderungen und Arbeitsbedingungen für Journalisten unter besonderer Berücksichtigung der zunehmenden Medienkonvergenz. Der rechtliche Rahmen und die ethischen Standards werden in der Regel anhand von konkreten Beispielen vermittelt.</p> <p>Anschließend erhalten die Studierenden einen Überblick über die journalistischen Arbeitsabläufe - von der Ideenfindung bis zur Produktion des Inhalts. Einen Schwerpunkt bilden dabei die Themenfindung für journalistische Arbeiten sowie das Kuratieren von Content aus geeigneten Informationsquellen: Vom „Ticker“ der Nachrichtenagenturen über Möglichkeiten, die Onlinequellen einschließlich Social Media bieten, bis hin zum richtigen Umgang mit PR-Material und Informanten.</p> <p>Im nächsten Schritt lernen die Teilnehmer Grundlagen der Recherche kennen. Anhand von Beispielen können Verlauf und Ergebnisse erfolgreich durchgeführter Recherchen nachvollzogen werden. Eng verbunden mit der Recherche ist das Verifizieren, d.h. die gründliche Überprüfung von erhaltenen Informationen und erlangten eigenen Erkenntnissen.</p> <p>Schließlich wird erläutert und geübt, wie Content redigiert und ansprechend in unterschiedlichen Verbreitungswegen multimedial und/oder crossmedial präsentiert wird. Dabei werden auch Möglichkeiten und Techniken der Verbreitung von journalistischem Content über Social Media Plattformen.</p>
<p>Lernmethoden - <i>methods</i></p>	<p>In der Vorlesung werden den Teilnehmern theoretische Grundlagen und zutreffende Beispiele für das journalistische Arbeiten mit Schwerpunkt der Content-Erstellung vermittelt. Dabei werden die Vorträge durch Schaubilder und multimediale Elemente wie Videoeinspiele sowie Animationen unterstützt.</p> <p>In den Seminaren werden die vermittelten Grundlagen vor allem durch praxisnahe Übungen vertieft. Zudem werden hier konkrete Aufgaben und Projekte in Form von praxisnahen Projekt- und Redaktionssitzungen vergeben und regelmäßig reflektiert. Am Ende des Semesters soll jeder Teilnehmer ein Multimedia- bzw. Crossmedia-Projekt zu einem zuvor mit dem Modulverantwortlichen abgestimmten Thema aus dem Bereich des Digital Business präsentieren.</p>
<p>Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i></p>	<p>Prof. Horst Müller</p>
<p>Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i></p>	
<p>Arbeitslast - <i>workload h/w</i></p>	<p>150 Stunden, davon 75 Stunden Vorlesungen und Seminar 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, praktische Arbeiten, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung</p>

Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits
		V	S	P		
	07091 Contemporary Media and Journalism	2				
	07092 Content Strategies		2			
	07093 Digital Business		1			
Empf. Literatur - <i>literature</i>	<p>FIRNKES, Michael: Blog Boosting mitp, 2015</p> <p>HEINRICH, Romy: Survival Kit für Journalisten UVK, 2014</p> <p>JARVIS, Jeff: Ausgedruckt – Journalismus im 21. Jahrhundert Plassen Verlag, 2015</p> <p>KOVACH, Bill: The Elements of Journalism Three Rivers Press, 2014 (engl.)</p> <p>LA ROCHE, Walther von: Einführung in den praktischen Journalismus Springer VS, 2013, 19. Auflage</p> <p>LIESEM, Kerstin: Professionelles Schreiben für den Journalismus Springer VS, 2015</p> <p>LIPSCHULTZ, Social Media Communication Routledge, 2014 (engl.)</p> <p>Matzen, Nea: Onlinejournalismus UVK, 2014, 3. Auflage</p> <p>MAST, Claudia: ABC des Journalismus 12. Auflage, UVK, 2012</p> <p>MÜLLER, Horst: Journalistisches Arbeiten Hochschulverlag Mittweida, 2011</p> <p>MÜLLER, Horst: Folter frei – Abu Ghraib in den Medien Hochschulverlag Mittweida, 2004</p> <p>NOSKE, Henning: Journalismus: Was man wissen und können muss Klartext-Verlag, 2011</p> <p>STURM, Simon: Digitales Storytelling 1. Auflage</p> <p>Hinweis: Aktuelle Literatur- und Quellenangaben erfolgen begleitend zu den Lehrveranstaltungen.</p>					
Bemerkungen - <i>comments</i>						

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	AV-Management	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	2
Kürzel - <i>short form</i>	0710	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Wahlpflicht	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>Die Produktion von Inhalten in audiovisuellen Medien ist in komplexen Prozessen organisiert. Diese Prozesse zu planen, aufzubauen, zu steuern und zu bewerten ist eine Managementaufgabe, die in den vergangenen Jahren vielfältige Veränderungen erfahren hat und sich in den kommenden Jahren und Jahrzehnten weiter verändern wird. Durch das Internet und seine Möglichkeiten der Verbreitung, der kollaborativen Produktion sowie durch die technische Entwicklung der Produktionsmittel haben diese Produktionsprozesse einen großen Wandel erfahren.</p> <p>Gleichzeitig wächst der ökonomische Druck auf Institutionen und deren Produktionsprozesse und Projekte. Immer weniger Menschen müssen immer mehr und immer komplexere Aufgaben übernehmen. Diese Entwicklung, die private und öffentlich-rechtliche Anbieter in audiovisuellen Medien gleichermaßen betrifft, bedarf einer neuen Generation von Generalisten, die die ökonomischen, rechtlichen, personellen und operativen Prozesse kennen und diese an zukünftige Entwicklungen anpassen können.</p> <p>Diese es Modul vertieft die im Bachelorstudium erworbenen theoretischen und praktischen Grundlagen der audio-visuellen Medienproduktion. Im Zentrum stehen dabei Produktionsmodelle mit internationalen Auswertungsketten. In 3 Lehrveranstaltungen lernen die Studierenden die theoretischen und praktischen Aspekte des Produktionsmanagements kennen.</p>		
Lehrinhalte - <i>content</i>	<p>Insurance / Ancillary Rights</p> <p>In dieser Lehrveranstaltung werden die Studierenden zunächst für die Bedeutung der rechtlichen Dimension von Medienproduktionen sensibilisiert. Es folgt eine Systematisierung der für Medienproduktionen wichtigen Rechtsquellen, etwa das Urheberrecht, Strafrecht oder Arbeitsrecht.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Verhandlungen und Verträge in internationalen Medienproduktionen – Erweitertes Film- und Medienrecht – Versicherungen 		

	<p>Strategische Planung</p> <p>Bei der strategischen Planung werden zunächst verschiedene Produktionsmodelle vorgestellt und diskutiert. Neben den Branchenstandards werden auch neue Modelle betrachtet und Unterschiede, etwa zwischen freien Produktionen und Auftragsproduktionen herausgearbeitet.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Kalkulation von Medienprojekten – Personalplanung und –Recht in Medienproduktionen mit Projektcharakter – Finanzierung und Liquiditätssteuerung – Exkurs: Staatliche Filmförderung <p>Rezeptionsmodelle</p> <ul style="list-style-type: none"> – Mediennutzung – Digitale Vertriebsmodelle
<p>Lernmethoden - <i>methods</i></p>	<p>Neben Vorträgen zur Theorie durch den Dozenten werden die Studierenden in Gruppen- oder Einzelarbeiten eigene Inhalte erarbeiten und diese im Rahmen der Lehrveranstaltung vorstellen und diskutieren. Über den gesamten Verlauf des Moduls werden die Studierenden bei der Bearbeitung eines Beispielprojekts, welches alle Aspekte der Lehrveranstaltung beinhaltet, das Gelernte zur Anwendung bringen. Die Nutzung professioneller Software unterstreicht den Praxisbezug des Moduls und soll die Studierenden auf zukünftige Aufgaben im Bereich des Projektmanagements digitaler Audiovisueller Medienproduktionen vorbereiten.</p>
<p>Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i></p>	<p>Prof. Peter Gottschalk; Gunnar Dedio; Falk Pötz</p>
<p>Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i></p>	
<p>Arbeitslast - <i>workload h/w</i></p>	<p>150 Stunden, davon 75 Stunden Vorlesungen und Seminar 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, praktische Arbeiten, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung</p>

Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits
		V	S	P		
	07101 Insurance and Ancillary Rights	2				
	07102 Strategische Planung		2			
	07103 Rezeptionsmodelle		1			
Empf. Literatur - <i>literature</i>	Jacobshagen, Patrick: Filmrecht im Kino- und TV-Geschäft. Alles was Filmemacher wissen müssen, 2011 Wendling, Eckhard: Recoup! Filmfinanzierung - Filmverwertung: Grundlagen und Beispiele, 2015 Wendling, Eckhard: Filmproduktion. Eine Einführung in die Produktionsleitung, 2014 Homann, Hans-Jürgen: Praxishandbuch Filmrecht: Ein Leitfaden für Film-, Fernseh- und Medienschaffende, 2008 Platz, Deborah: Film Production Management 101: Management and Coordination in a Digital Age, 2010 Honthaner, Eve: The Complete Film Production Handbook, 2010 Curtin, Michael (Hg): Conversations about the Digital Future of Film and Television, 2014					
Bemerkungen - <i>comments</i>						

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Strategisches Eventmanagement	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	2
Kürzel - <i>short form</i>	0711	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Wahlpflicht	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>Die Studierenden haben den strategischen Prozess und jeweiligen Elemente des Managements von Event- bzw. Live-Kommunikation verinnerlicht. Sie sind in der Lage, das Instrument Live-Kommunikation als Teil der integrierten (Marken)Kommunikation von Unternehmen zu reflektieren und zu bewerten und Konzeptionen für strategische Event- bzw. Live-Kommunikation zu erarbeiten.</p> <p>Die Studierenden besitzen das notwendige methodische Rüstzeug, um die Effektivität von Events und Live-Kommunikation zu messen und zu bewerten und daraus Handlungsoptimierungen abzuleiten.</p>		
Lehrinhalte- <i>content</i>	<p>Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse der Charakteristika und Besonderheiten des Event-Marketings als strategischem Instrument der Marketingkommunikation. Sie befassen sich insbesondere mit dem grundlegenden theoretischen Gerüst, den einzelnen Phasen und Elementen des Marketing-Management-Prozesses: Analyse, Zielformulierung, Zielgruppendefinition, Strategiefindung und daraus abzuleitende Maßnahmen für die Umsetzung von Events.</p> <p>Die Studierenden befassen sich mit geeigneten empirischen Methoden der Marktforschung zur Evaluierung von Events bzw. Live-Kommunikation. Sie lernen, Methoden unter dem Aspekt ihrer Effizienz unter den gegebenen Bedingungen zu beurteilen, Untersuchungen zu konzeptionieren und in der Praxis durchzuführen. Die Studierenden bewerten die Ergebnisse der Evaluation und leiten hieraus Handlungsoptimierungen ab.</p>		
Lernmethoden - <i>methods</i>	<p>Die Studierenden eignen sich – unterstützt durch Case-Studies – die Theorie des strategischen Event-Management-Prozesses an. Auf Grundlage ihrer erworbenen Kenntnisse erarbeiten die Studierenden Lösungsansätze für die Konzeption und Planung ausgewählter Events. Im interaktiven Unterricht eignen sich die Studierenden notwendige methodische Kompetenzen an, um in Praxisprojekten Events und Live-Kommunikation hinsichtlich deren intendierter Wirkung zu analysieren und bewerten sowie Handlungsoptimierungen zu erarbeiten.</p>		
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Prof. Heinrich Wiedemann; Dr. Bernd Oliver Schmidt		
Teilnahme- voraussetzungen - <i>admission</i>			

Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	150 Stunden, davon 75 Stunden Vorlesungen und Seminar 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, praktische Arbeiten, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung							
Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS V S P			Prüfungen	Credits		
	07111 Ökonomischer Impact von Events	2			Msn/PA			
	07112 Strategisches Eventmanagement		2					
	07113 Evaluation und Controlling		1					
Empf. Literatur - <i>literature</i>	<p>Bauer, Hans H. / Heinrich, Daniel / Samak, Michael (Hrsg.) (2012): Erlebniskommunikation. Heidelberg et al.</p> <p>Berekoven, Ludwig / Eckert, Werner / Ellenrieder, Peter (2009): Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung. 12. Aufl., Wiesbaden.</p> <p>Bovenkerk, Eva (2012): Trendforschung: Darstellung, Bedeutung, Anwendungsbeispiel. Saarbrücken.</p> <p>Holzmüller, Hartmut / Buber, Renate (2009): Qualitative Methoden der Marktforschung: Methoden - Konzepte – Analysen. 2. Aufl., Wiesbaden.</p> <p>Kirchgeorg, Manfred / Springer, Christiane / Brüche, Christian (2009): Live Communication Management. Wiesbaden.</p> <p>Nufer, Gerd: Event-Marketing und -Management: Grundlagen – Planung – Wirkungen – Weiterentwicklungen. 4., überarb. Aufl. Wiesbaden.</p>							
Bemerkungen - <i>comments</i>								

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Corporate Communications	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	2
Kürzel - <i>short form</i>	0712	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Wahlpflicht	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>Es stellt sich aktuell immer mehr die Frage, inwiefern die aktuelle Form der Berichterstattung, in Form von nebeneinander existierenden, immer komplexer werdenden Berichtsinstrumenten wie dem Nachhaltigkeits-, Corporate Governance- und Lagebericht, den steigenden Erwartungen der Kapitalmarktteilnehmer und weiterer Stakeholder tatsächlich gerecht wird. Die Frage bezieht sich auf die Transparenz und Rechenschaftslegung von Unternehmen und dem sich hieraus ergebenden erweiterten Informationsbedarf und insbesondere auf den Themenkomplex Environmental, Social und Governance (ESG). Integrated Reporting gewinnt in den letzten Jahren kontinuierlich an Bedeutung. Es verknüpft die klassische Geschäftsberichterstattung mit dem umfassenden Informationsbedürfnis von Investoren und Kunden. Unternehmen erhöhen durch eine integrierte Berichterstattung insbesondere die Qualität und Transparenz der nicht-finanziellen Berichtsinhalte und optimieren dadurch ihre Berichtsprozesse.</p>		
Lehrinhalte - <i>content</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Grundlagen des Corporate Reporting: Gesetzliche Vorgaben, Normen, Standards – Von der Kür zur Pflicht: Nachhaltigkeitsberichterstattung im Wandel – Open Government und Open Innovation: Offene Modelle als Zukunft der Unternehmenskommunikation – Corporate Reputation: Transparenz als vertrauensbildende Maßnahme nach Skandalen und Unternehmenskrisen – Integrierte Berichterstattung: Neue Wege der Berichterstattung von Organisationen – Sustainability Communication: Nachhaltigkeit als kommunikative Aufgabe in allen Ebenen von Organisationen 		

Lernmethoden - <i>methods</i>	Die seminaristisch konzipierte Lehrveranstaltung baut auf dem Vorwissen der Studierenden im Bereich Public Relations auf. Wichtige Begriffe werden im aktuellen Kontext neu definiert oder aktualisiert. In Vorträgen durch den Dozenten werden Impulse für nachfolgende Fachdiskussionen gesetzt. In Gruppenarbeiten erarbeiten die Studierenden eigene Inhalte und präsentieren diese im Rahmen der Lehrveranstaltung. Aktuelle Texte werden vom Dozenten in Form eines Readers an die Studierenden weitergegeben und sind ebenfalls Gegenstand der Diskussion. Mithilfe selbstangefertigter Analysen von Berichten unterschiedlicher Branchen und Staaten durch die Studierenden, werden aktuelle Trends in der Berichterstattung herausgearbeitet und systematisiert. Die erarbeiteten Kenntnisse versetzen die Studierenden in die Lage, eigene Vorschläge in die derzeitige Debatte um verbindliche Standards für eine integrierte Unternehmensberichterstattung zu entwickeln und einzubringen.																										
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold; Dipl.-Journalistin Birgit Horn; Falk Pötz																										
Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i>																											
Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	150 Stunden, davon 75 Stunden Vorlesungen und Seminar 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, praktische Arbeiten, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung																										
Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="571 1420 868 1509" rowspan="2">Lerneinheiten - <i>units</i></th> <th colspan="3" data-bbox="876 1420 991 1464">SWS</th> <th data-bbox="999 1420 1267 1464" rowspan="2">Prüfungen</th> <th data-bbox="1275 1420 1410 1464" rowspan="2">Credits</th> </tr> <tr> <th data-bbox="876 1476 916 1509">V</th> <th data-bbox="924 1476 963 1509">S</th> <th data-bbox="971 1476 991 1509">P</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="571 1520 868 1644">07121 Corporate Reporting</td> <td data-bbox="876 1520 916 1644"></td> <td data-bbox="924 1520 963 1644">2</td> <td data-bbox="971 1520 991 1644"></td> <td data-bbox="999 1520 1267 1644" rowspan="3">Msn/PA</td> <td data-bbox="1275 1520 1410 1644" rowspan="3">5</td> </tr> <tr> <td data-bbox="571 1655 868 1778">07122 Sustainability Communication</td> <td data-bbox="876 1655 916 1778">2</td> <td data-bbox="924 1655 963 1778"></td> <td data-bbox="971 1655 991 1778"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="571 1789 868 1883">07123 Agenturarbeit</td> <td data-bbox="876 1789 916 1883"></td> <td data-bbox="924 1789 963 1883"></td> <td data-bbox="971 1789 991 1883">1</td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits	V	S	P	07121 Corporate Reporting		2		Msn/PA	5	07122 Sustainability Communication	2			07123 Agenturarbeit			1			
Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits																						
	V	S	P																								
07121 Corporate Reporting		2		Msn/PA	5																						
07122 Sustainability Communication	2																										
07123 Agenturarbeit			1																								

<p>Empf. Literatur - <i>literature</i></p>	<p>Carl-Christian Freidank et. Al: Handbuch Integrated Reporting: Herausforderung für Steuerung, Überwachung und Berichterstattung, 2015</p> <p>Eccles, Robert: The Integrated Reporting Movement: Meaning, Momentum, Motives, and Materiality, 2015</p> <p>Busco, Christiano et al. (Hg.): Integrated Reporting: Concepts and Cases that Redefine Corporate Accountability, 2015</p> <p>Lachnit, Maximilian: Integrated Reporting als Trend in der externen Berichterstattung: Bedarfsanalyse sowie mögliche Umsetzung im Mittelstand, 2015</p> <p>Gleich, Ronald et al.: Integrated Reporting: Externe Berichterstattung und interne Steuerung nachhaltig verbessern, 2015</p> <p>Brocket, Ann: Corporate Sustainability: Integrating Performance and Reporting, 2012</p> <p>Pajdowski, Agnes: Die Entwicklung der Unternehmensberichterstattung: Von der kombinierten zur integrierten Berichterstattung, 2013</p> <p>Benn, Suzanne et al.: Organizational Change for Corporate Sustainability, 2014</p> <p>Freidank, Carl-Christian (Hg) et al. Unternehmenssteuerung im Umbruch: Internationale Reformen in Reporting und Corporate Governance, 2013</p>
<p>Bemerkungen - <i>comments</i></p>	<p>Weitere Verwendung: Studiengang Industrial Management (ITWM), Modul 08W12</p>

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	M.A.
Modulname - <i>module name</i>	Soziale Antennen - Social Antennas	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	2.
Kürzel - <i>short form</i>	0713	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Wahlpflicht	Häufigkeit - <i>frequency</i>	Jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>Den Teilnehmern wird ein Zugang zu den Besonderheiten von turbulenten Märkten der Web 2.0-Gesellschaft vermittelt. Sie erschließen sich die relationalen Methoden der „zweiten Beobachtung“ (Luhmann) durch Beteiligung an der Analyse eines komplexen Marktgeschehens, für das empirische Messreihen aus verschiedenen Quellen zeitnahe zusammengeführt und analytisch integriert werden.</p> <p>Auf einem „Beispielmarkt“ kann die Fähigkeit zum Erkennen jener Besonderheiten erworben werden, von denen die Wirbel, Brüche und Störfälle in weitgehend selbst regulierten dynamischen Mensch-Technik-Systemen abhängen. Der enge interpersonale „Funkteppich“, auf dem sich Publikumsbewegungen anbahnen, verdichten und auflösen, wird - über Sonden – begehbar. Die Studierenden lernen, auf einem überschaubaren Marktbereich sich anbahnende soziale Störungen in einem frühen Stadium ihrer Herausbildung zeitnah und ortsnahe zu beobachten. Der relationale Forschungsansatz lässt sich so verständlich nachvollziehen.</p>		
Lehrinhalte- <i>content</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Technische Netzwerke, von Ingenieuren konstruiert - Bio-Systeme, von Lebenswissenschaftlern erschlossen - Komplexe Publikumsformationen, nach Struktur und Dynamik modelliert - Anwendungsbeispiele für Verfahren der Datenanalyse, Blockmodellbildung und Simulation in weitgehend selbst-organisierten Systemen - Anleitung zur wissenschaftlichen Poster-Präsentation 		
Lernmethoden - <i>methods</i>	<p>Vorlesungen, Seminar, Übung mit den im Vorsemester über ein Anwendungsprojekt erhobenen Daten.</p> <p>Didaktisch wird auf Denkansätze aus den exakten Wissenschaften Bezug genommen, die die Modellierung nicht-linearer Publikumsbewegungen beeinflussen. Ein das Marktgeschehen zusammenfassendes wissenschaftliches Poster wird den Lernfortschritt der Gruppe dokumentieren.</p> <p>Die Auswahl des Markt-Prototypen erfolgt jeweils aktuell in Verbindung mit an der Hochschule aktuell laufenden empirischen Vorhaben der relationalen Publikumsforschung – derzeit ist es der Personennahverkehr.</p>		

Verfahren Dozenten- team <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Prof. Dr. Kristan Schneider / Prof. Klaus Liepelt (07134) Prof. Dr.-Ing. Christian Schulz (07131) Prof. Dr. Röbbbe Wünschiers (07132, angefragt) Prof. Dr. Frank Zimmer (07133, angefragt) Rika Fleck, M.Sc. (07135)																																								
Teilnahme- voraussetzungen - <i>admission</i>	Erfolgreiche Teilnahme an den Einführungsmodulen des vorausgegangenen Semesters.																																								
Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	Insgesamt 150h, davon 60h Präsenzveranstaltungen und 90h für inhaltliche Nachbereitung, Lösung von Übungsaufgaben, und Gemeinschaftsprojekt																																								
Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Lerneinheiten - <i>units</i></th> <th style="text-align: center;">V</th> <th style="text-align: center;">S</th> <th style="text-align: center;">P</th> <th style="text-align: center;">PV L</th> <th style="text-align: center;">Prüfungs- leistungen/ Wichtung/ Dauer</th> <th style="text-align: center;">Credits</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>07131 Kompliziert: Technische Netze für Nicht-Techniker</td> <td></td> <td style="text-align: center;">1</td> <td></td> <td></td> <td rowspan="5" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Msn/PA</td> <td rowspan="5" style="text-align: center; vertical-align: middle;">5</td> </tr> <tr> <td>07132 Komplex: Dynamische Systeme für Nicht-Biologen</td> <td></td> <td style="text-align: center;">1</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>07133 Sondiert: Sociale Formationen, mit Sensoren beobachtet</td> <td></td> <td style="text-align: center;">1</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>07134 Nicht-linear: Publikumsbewegungen analysiert und simuliert</td> <td></td> <td style="text-align: center;">1</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>07135 Präsentabel: Kommen und Gehen auf dem Beispielmarkt</td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;">1</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>							Lerneinheiten - <i>units</i>	V	S	P	PV L	Prüfungs- leistungen/ Wichtung/ Dauer	Credits	07131 Kompliziert: Technische Netze für Nicht-Techniker		1			Msn/PA	5	07132 Komplex: Dynamische Systeme für Nicht-Biologen		1			07133 Sondiert: Sociale Formationen, mit Sensoren beobachtet		1			07134 Nicht-linear: Publikumsbewegungen analysiert und simuliert		1			07135 Präsentabel: Kommen und Gehen auf dem Beispielmarkt			1	
Lerneinheiten - <i>units</i>	V	S	P	PV L	Prüfungs- leistungen/ Wichtung/ Dauer	Credits																																			
07131 Kompliziert: Technische Netze für Nicht-Techniker		1			Msn/PA	5																																			
07132 Komplex: Dynamische Systeme für Nicht-Biologen		1																																							
07133 Sondiert: Sociale Formationen, mit Sensoren beobachtet		1																																							
07134 Nicht-linear: Publikumsbewegungen analysiert und simuliert		1																																							
07135 Präsentabel: Kommen und Gehen auf dem Beispielmarkt			1																																						

Empf. Literatur - <i>literature</i>	<p>Diani, Mario, Doug McAdam (Hg.) 2003: <i>Social Movements and Networks: Relational Approaches to Collective Action</i>, Oxford: Oxford Univ. Press.</p> <p>Emirbayer, Mustafa 1997: „Manifesto for a Relational Sociology“ <i>American Journal of Sociology</i> 103, 281-317</p> <p>Liepelt, Klaus 2008:„(Kor)Relationen. Empirische Sozialforschung zwischen Königsweg und Kleiner Welt“, in: Christian Stegbauer (Hg.) <i>Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie</i>, Wiesbaden: VS, 21-47.</p> <p>Fuhse, Jan, Mützel, Sophie (Hrsg.) 2010: <i>Relationale Soziologie</i>. Wiesbaden VS</p> <p>Bearman Peter, Katherine Stovel 2000: „Becoming a Nazi: A Model for Narrative Networks“. <i>Poetics</i> 27, 69-90</p> <p>White, Harrison, Jan Fuhse, Matthias Thiemann, Larissa Buchholz 2007: „Networks and Meanings: Styles and Switchings“, <i>Soziale Systeme</i> 13, 534-555</p>
Bemerkungen - <i>comments</i>	

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	M.A.
Modulname - <i>module name</i>	Komplexe Systeme - <i>Complex Systems</i>	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	2.
Kürzel - <i>short form</i>	0714	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Wahlpflicht	Häufigkeit - <i>frequency</i>	Jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>In Ergänzung zu der Einführung des 1. Studiensemesters entwickeln die Teilnehmer eigene Umgangsformen für die Besonderheiten komplexer Publikumssysteme. Sie bemühen sich um deren Transparenz und Beeinflussbarkeit. Dabei werden nicht modellhafte Normalbilder in ein einem Zustand des Gleichgewichts seziert, sondern kontinuierlich sich erneuernde Prozesse von Herausbildung und Umbildung, die aus eigener Kraft einander ähnliche, aber nie identische Formationen hervorbringen. Es geht um die Antriebskräfte und Bestandteile dieser komplexen Strukturen. Damit werden die Teilnehmer für ungewöhnliche Ereignisse sensibilisiert, um die sich das Kommen und Gehen ihrer Träger artikuliert. Sie beteiligen sich an der Entwicklung von Verfahren, die agile und flüchtige Publika transparent und beobachtbar machen.</p> <p>Der Wechsel zu den neuen Begrifflichkeiten, Techniken und Informationsquellen des Paradigmas Komplexitätsanalyse wird eingebettet in einen Rückblick auf die traditionellen Umgangsformen mit „Öffentlicher Meinung“, die die Publikumsforschung über drei Forschergenerationen hinweg geprägt haben.</p>		
Lehrinhalte- <i>content</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Verborgene Strukturen: Mustererkennung, Blockmodelle – Identitätsbildung: Sozialmoleküle, Netztümer, Stories, Stile – Adaptive Bewegungen: Emergenz, Quantensprünge – Soziale Kettenreaktionen: Koppeln, Entkoppeln, Kaskaden 		
Lernmethoden - <i>methods</i>	Seminare und Übungen zur Exploration und Simulation von Publikums-systemen und ihren Komponenten.		
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	NN (USA), sowie Thomas Köhler (TU Dresden), Dirk de, <u>Klaus Liepelt</u> , Kristan Schneider in Arbeitsteilung		
Teilnahme- voraussetzungen - <i>admission</i>	Erfolgreiche Teilnahme an den Einführungsmodulen. Zugleich ist die Belegung von Modul 0713 („Soziale Antennen“) erforderlich, da dort die neuen Begrifflichkeiten der Komplexitätslehre unter Betreuung von Nachwuchsforschern an empirischen Forschungsthemen praktiziert werden.		
Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	Insgesamt 150h, davon 60h Präsenzveranstaltungen und 90h für inhaltliche Nachbereitung, Lösung von Übungsaufgaben, und Projektarbeit		

Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	Lerneinheiten - <i>units</i>	V	S	P	PVL	Prüfungs- leistungen/ Wichtung/ Dauer	Credits
		in SWS					
	07141 Analyse und Simulation sozialer Muster, Block- modelle		2			Msn/PA	5
	07142 Soziale Ketten und Posi- tionen		2				
07143 Signalerkennung in der öffentlichen Kommuni- kation			1				
Empf. Literatur - <i>literature</i>	Lasswell, Harold D. 1936: Politics. Who gets What, When, How. Glencoe, IL: Free Press Deutsch, Karl 1953: Nationalism and Social Communication. Cambridge, MA: MIT Press Tilly, Charles 2002: Stories, Identities, and Political Change. Lanham: Rowman & Littlefield Kauffman, Stuart 1996: Der Öltropfen im Wasser. Chaos, Komplexität, Selbstorganisation in Natur und Gesellschaft. München: Piper Castells, Manuel 1996: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft, Bd. I. Opladen; Leske+Budrich Baecker, Dirk 2007: Studien zur nächsten Gesellschaft. Frankfurt/M: Suhrkamp Taleb, Nassim N. 2008: Der Schwarze Schwan. Die Macht höchst unwahrscheinlicher Ereignisse. München: Albrecht Knaus Sornette, Didier 2003: Why Stock Markets Crash. Critical Events in Complex Financial Systems. Princeton: Princeton Univ. Press Silver, Nate 2013: Die Berechnung der Zukunft: Warum die meisten Prognosen falsch sind und manche trotzdem zutreffen. München: Rasmussen, Steven, David Krakauer, et al. 2009: Protocells. Bridging Nonliving and Living Matter. Cambridge, MA: MIT Press Padgett, John F., Walter W. Powell 2012: The Emergence of Organizations and Markets. Stanford 2012						
Bemerkungen - <i>comments</i>	Die Beteiligung eines Fulbright Professors aus USA (Komplexitätslehre) wird für SS 2017 und 2018 angestrebt. In diesen ersten beiden Jahren wird das Modul in einem Verbund mit den Aktivitäten der Forschungsgruppe „PublikAgil“ gelehrt, in der die o.a. Dozenten kooperieren.						

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communica- tion Studies	Abschluss - <i>degree</i>	M.A.
Modulname - <i>module name</i>	KorRelationskunde - Cor-Relationships	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	2.
Kürzel - <i>short form</i>	0715	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligato- ry/optional</i>	Wahlpflicht	Häufigkeit - <i>frequency</i>	Jährlich
Ausbildungsziele - <i>object</i>	Die Teilnehmer werden mit den multiplen Datenquellen der relationalen Publikumsforschung vertraut gemacht und im Umgang damit geschult. Es geht um Informationsgewinnung aus laufenden Transaktionen - nahezu in Echtzeit, quasi im Vorbeigehen. Die neuen Quellen sind nicht erfragte persönliche Erinnerungen, sondern aktuelle Beobachtungen an einem operierenden System, gespeist aus Signalen, Spuren, Sensoren und Statistiken ganz unterschiedlicher Provenienz. Es wird die Kompetenz erworben, diese Quellen zusammenzuführen und damit die zur systematischen Begleitung und Analyse von laufenden Kommunikations-prozessen erforderlichen Informationen zu gewinnen.		
Lehrinhalte - <i>content</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Automatisierte Erkennung und Software-gestützte Analyse panmedialer Quellen („Relationale Inhaltsanalyse“) – Informationsgewinnung aus der Begleitung von sozial-medialer Kommunikation – Stationäre und ambulante technische Sondierungen – Data Mining in kleinräumigen Erhebungen/Statistiken – Informationsgewinn durch Datenintegration 		
Lernmethoden - <i>methods</i>	Workshops, jeweils mit sachverständigen Experten (derzeit aus einem Doktorandenkreis), nebst Colloquium		
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Prof. Klaus Liepelt, <u>Prof. Dr. Kristan Schneider</u> (07155) Mit Doktorandenkreis (beantragt) (07151-07154)		
Teilnahme- voraussetzungen - <i>admission</i>	Erfolgreiche Teilnahme an den Einführungsmodulen des vorausgegangenen Semesters und gleichzeitige Belegung von Modul 714 („Komplexe Systeme“)		
Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	Insgesamt 150h, davon 75h Präsenzveranstaltungen und 75h für inhaltliche Nachbereitung, Lösung von Übungsaufgaben, und Gemeinschaftsprojekt		

Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	Lerneinheiten - <i>units</i>	V	S	P	PVL	Prüfungs- leistungen/ Wichtung/ Dauer	Credits
		in SWS					
	07151 Signalerkennung: Texte, Bilder, Töne auf dem Prüfstand Michael Spranger, M.Sc.		1			Msn/PA	5
	07152 Spurensuche: In den sozialen Netzen un- terwegs Christian Bausch, M.Sc.			1			
	07153 Sondieren: Tech- nische Messungen in Raum und Zeit Rico Thomanek, M.Sc.			1			
	07154 Data Mining: Klein- räumige Strukturdaten aus statistischen Erhe- bungen Markus Denk, Dipl.-Ing. (FH)			1			
07155 Colloquium: Infor- mationsgewinn durch Da- tenintegration Prof. Klaus Liepelt Prof. Dr. Kristan Schnei- der				1			

<p>Empf. Literatur - <i>literature</i></p>	<p>Die Literatur des Moduls 719 „Komplexe Systeme“ wird in den o.a. Workshops vertieft und um methodische Studien ergänzt:</p> <p>Abbott, Andrew (Hg.) 2001: Time Matters. On Theory and Method. Chicago: U of Chicago Press</p> <p>Breiger, Ronald 1974: „The Duality of Persons and Groups“ <i>Social Forces</i> 53, 181-190.</p> <p>Burt, Ronald 1992: Structural Holes. The Social Structure of Competition. Cambridge, MA: Harvard U. Press</p> <p>Granovetter, Mark 1978: „Threshold models of social behavior“ <i>American Journal of Sociology</i> 91(3), 481-510.</p> <p>White, Harrison, Scott Bormann, Ronald Breiger 1976: „Social Structure from Multiple Networks. I. Blockmodels of roles and positions“ <i>American Journal of Sociology</i> 81, 730-779.</p> <p>White, Harrison 1970: Chains of Opportunity: System Model of Mobility in Organizations. Cambridge, MA: Harvard U. Press</p> <p>Diesner, Jana, Kathleen Carley 2010, “A methodology for integrating network theory and topic modeling and ist application to innovation diffusion“. IEEE, Second International Conference on Social Computing.</p>
<p>Bemerkungen - <i>comments</i></p>	<p>Die Namen der Dozenten der Workshops wechseln mit dem jeweiligen Doktorandenkreis</p>

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss- <i>degree</i>	M.A.
Modulname - <i>module name</i>	Relationales Werkzeug - Relational Tools	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	2.
Kürzel- <i>short form</i>	0716	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Wahlpflicht	Häufigkeit - <i>frequency</i>	Jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	Die Teilnehmer erweitern die im Vorsemester erworbenen Grundkenntnisse in Theorie und Empirie von Netzwerken und Komplexität. Sie machen sich mit dem für den Umgang mit Netzstrukturen entscheidenden Werkzeug vertraut. Parallel zu einer Einführung in die Grundlagen der Netzwerkanalyse erlernen sie Hintergrund und Handhabung einiger der für den Umgang mit komplexen Publikumsystemen benötigten Forschungsverfahren. Im Zentrum stehen soziale Netzwerken und Graphen. Auch wird Zugang zu der gebräuchlichen Anwendungssoftware vermittelt.		
Lehrinhalte - <i>content</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Einführung in das Feld sozialer Netzwerke – Konzepte und Kenngrößen der Netzwerkforschung – Maße für die Zentralität von Knoten und Kanten – Clustering und dichte Teilgraphen – Grundbegriffe der Theorie ungerichteter und gerichteter Graphen – Kantenfolgen, Wege, Kreise, Zusammenhang, Gerüste – Operationen mit Graphen – Spezielle Graphen: bipartite Graphen, planare Graphen – Unabhängige Knotenmengen, Matchings, Färbungen von Graphen – Isomorphie, Grapheninvarianten – Probleme des höheren Zusammenhanges – Gerichtete Graphen – Bewertete Graphen – Netzwerke – Minimalgerüste und kürzeste Wege – Maximalflussprobleme – Zufallsgraphen und ihre Anwendungen: Zuverlässigkeitstheorie, Perkolation, Netzwerkmodelle – Stochastische Prozesse auf Netzwerken, Kontaktprozesse und Irrfahrten, Anwendungen auf Publikumsbewegungen – Kennenlernen von Anwendungen der Netzanalyse in Zuverlässigkeitstheorie, sozialer Netzwerkanalyse, Planung von Netzstrukturen für wirtschaftlich-soziale Prozesse – Anwendung von Algorithmen und Methoden der Netzwerkanalyse – Präsentation von Netzwerken (Softwaresysteme) 		

Lernmethoden - <i>methods</i>	Vorlesungen, Übungen, die sich auf konkrete Aufgabenstellungen zur Netzanalyse beziehen						
Dozententeam verantwortlich - <i>lecturers</i>	Prof. Dr. Peter Tittmann (07162) Markus Schubert, MA (07161, 07163)						
Teilnahme- voraussetzungen - <i>admission</i>	Erfolgreiche Teilnahme an den Einführungsmodulen						
Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	Insgesamt 150h, davon 60h Präsenzveranstaltungen und 90h für inhaltliche Nachbereitung, Lösung von Übungsaufgaben, und Projektarbeit						
Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	Lerneinheiten - <i>units</i>	V	S	P	PVL	Prüfungs- leistungen/ Wichtung/ Dauer	Credits
		in SWS					
	07161 Einführung in die Analyse Sozialer Netzwerke	2				Msn/90	5
	07162 Grafen und Netzwerke	2					
	07163 Projektspezifische Anwen- dungen mit Netzwerksoft- ware			1			
Empf. Literatur - <i>literature</i>	Peter Tittmann: <i>Graphentheorie</i> . Fachbuchverlag Leipzig, 2003. Ulrik Brandes and Thomas Erlebach: <i>Network Analysis</i> , Springer, 2005. Christian Stegbauer, Roger Häußling (Hrsg.) Handbuch Netzwerk- forschung. VS-Verlag, 2010 Christian Stegbauer (Hrsg.) Netzwerkanalyse und Netzwerktheorie. Ein neues Paradigma in den Sozialwissenschaften. VS-Verlag 2008 Albert-László Barabási, Network Science. Internet-pdf, 2015 Johannes Weyer (Hrsg.) Soziale Netzwerke. Konzepte und Metho- den der sozialwissenschaftlichen Netzwerkforschung. Oldenbourg- Verlag, 2011 John Scott: Social Network Analysis London: Sage 2012 Christian Stegbauer, Alexander Rusch: Einführung in NetDraw. Er- ste Schritte mit dem Netzwerkvisualisierungsprogramm. Springer VS, 2015 Wouter de Nooy, Exploratory Social Network Analysis with Pajek. Cambridge U. Press, 2012.						
Bemerkungen - <i>comments</i>							

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	M.A.
Modulname - <i>module name</i>	Relationale Theorien - <i>Relational Theories</i> -	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	2.
Kürzel - <i>short form</i>	0717	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Wahlpflicht	Häufigkeit - <i>frequency</i>	Jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>Die Kommunikationsforschung orientiert sich zunehmend seltener an Merkmalen von Personen als an Beziehungen zwischen Akteuren – Personen wie Dingen. Das Modul macht den diesen Übergang von deskriptiven zu relationalen Forschungsansätzen stützenden theoretischen Hintergrund transparent. Zugleich erwerben die Teilnehmer die Fähigkeit, die aktionsorientierten Theorien in empirische Anwendungen der Medien- und Sozialforschung zu übersetzen.</p> <p>Es werden Entdeckungsreisen in die neuen kleinen Welten und deren zuweilen raue Strukturen unternommen, mit dem Versuch, dort die relevanten Gegenstände einer systematischen Beobachtung komplexer Publikumssysteme aufzuspüren.</p>		
Lehrinhalte - <i>content</i>	<p>Die neuen Denkansätze von Hakens Synergetik aus den Fünfziger Jahren bis zu Krakauers aktuellem „Spirit of Santa Fé“ werden in ihrer Bedeutung für die moderne empirische Sozialforschung analysiert. Besonderes Augenmerk gilt dabei der Systemtheorie von Niclas Luhmann, der relationalen Soziologie von Harrison White und der fraktalen Geometrie von Benoit Mandelbrot.</p>		
Lernmethoden - <i>methods</i>	<p>Einführende Vorlesung. Workshops mit verständigen Exegeten der genannten Autoren. Anwendungsorientiertes, unter besonderer studentischer Mitwirkung vorbereitetes Transfer-Symposium</p>		
Dozententeam (<u>verantwortlich</u>) - <i>lecturers</i>	<p><u>Prof. Klaus Liepelt (7181)</u> Prof. Dr. Margot Berghaus (7182, angefragt) M.A. Haiko Lietz (7183, angefragt) Prof. Dr. Kristan Schneider (7184)</p>		
Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i>	<p>Erfolgreiche Teilnahme an den Einführungsmodulen des vorausgegangenen Semesters</p>		
Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	<p>Insgesamt 150h, davon 60h Präsenzveranstaltungen und 90h für inhaltliche Nachbereitung, Lösung von Übungsaufgaben, und Gemeinschaftsprojekt</p>		

Lehrinhaltsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	Lerneinheiten - <i>units</i>	V	S	P	PVL	Prüfungs- leistungen/ Wichtung/ Dauer	Credits
	7171 Paradigmenwechsel. Forschungsleitende Theorien für die relationale Kommunikationswissenschaft	1				Ms/90	5
	7172 Das System operiert, wie es will: Luhmanns freundliche Provokation		1				
	7173 Das Paradox wird zum Normalfall: Harrison Whites friedliche Revolution		1				
	7174 Das Chaos wird navigierbar: Benoit Mandelbrots fraktale Baumschule		1				
	7175 Graue Schwäne für die nächste Gesellschaft: Mittweidas Interface zur Forschungspraxis			1			

<p>Empf. Literatur - <i>literature</i></p>	<p>Hermann Haken, Erfolgsgeheimnisse der Natur. Synergetik: Die Lehre vom Zusammenwirken. Ullstein-Verlag 1994</p> <p>Hermann Haken, Die Selbstorganisation komplexer Systeme – Ergebnisse aus der Werkstatt der Chaostheorie. Picus Verlag 2004</p> <p>Andreas Manteufel, Günter Schiepeck, Systeme spielen. Selbstorganisation und Kompetenzentwicklung in sozialen Systemen. Vandenhoeck & Ruprecht, 1998</p> <p>Niklas Luhmann, Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie, Suhrkamp 1987</p> <p>Margot Berghaus, Luhmann leicht gemacht, 3. Aufl., Böhlau-Verlag 2011</p> <p>Harrison C. White: Identity and Control. How Social Formations Emerge. Princeton Univ. Press, 2008</p> <p>G. Reza Azarian. The General Sociology of Harrison White. Chaos and Order in Networks. Palgrave 2006</p> <p>Marco Schmitt, Jan Fuhse. Zur Aktualität von Harrison White. Einführung in sein Werk. Springer-VS 2015</p> <p>Benoit B. Mandelbrot, Die fraktale Geometrie der Natur (1990). Springer Basel 2014</p> <p>Peitgen, Heinz-Otto, Hartmut Jürgens, Dietmar Saupe: Bausteine des Chaos – Fraktale. Berlin/Heidelberg 1992</p> <p>Benoit B. Mandelbrot, Helmut Reuter: Schönes Chaos. Mein wundersames Leben,. Piper-Verlag 2013</p>
<p>Bemerkungen - <i>comments</i></p>	

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Kommunikation von Organisationen	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	2
Kürzel - <i>short form</i>	0718	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Wahlpflicht	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>Die öffentliche Kommunikation von Parteien, Organisationen und Unternehmen stellt einen wesentlichen Erfolgsfaktor dar. Deshalb sollen sich Studierende mit dem Thema der Öffentlichkeitsarbeit auseinandersetzen und verstehen, wie durch geeignete Instrumente die Organisations-beziehungen und damit auch Akzeptanz und Zufriedenheit hergestellt bzw. konstant aufrecht erhalten werden. Sie lernen Strategien und Methoden der Public Relations kennen und werden qualifiziert, Kommunikationskonzepte und Kampagnen zu analysieren, konzipieren und umzusetzen.</p> <p>Sie werden zudem befähigt politik-, organisations- und kommunikationsbezogene Theorien und Modelle sowie deren Methoden kritisch zu beleuchten.</p>		
Lehrinhalte - <i>content</i>	<p>Die Lehrinhalte umfassen Modelle, Methoden und Strategien der Public Relations. Die Studierenden analysieren und reflektieren existierende Kommunikationsprogramme von Parteien, Unternehmen und Organisationen und bewerten ihre Wirkungen auf die Einstellungen und Meinungen der Zielgruppen. Zudem wenden sie verschiedene Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit an und erarbeiten sich ein umfangreiches Methodenrepertoire, was sie zielgerichtet und organisationsbezogen praktisch anwenden können.</p>		
Lernmethoden - <i>methods</i>	<p>Die Studierenden erwerben in diskursiven Veranstaltungen Kenntnisse und Kompetenzen zur 1) Bewertung von Kommunikationsprozessen von verschiedenen Organisationen und 2) Erstellung von eigenen Kommunikationskampagnen. In praxisbezogenen Fallstudien sollen sie sich die Inhalte erarbeiten und dann in Kurzpräsentationen vorstellen sowie eigene Kampagnen in Kleingruppen erarbeiten.</p>		
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold; Stefan Heinemann RA		
Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i>			

Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	150 Stunden, davon 60 Stunden Vorlesungen und Seminar 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, praktische Arbeiten, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung					
Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS V S P			Prüfungen	Credits
	07181 Einstellungen und Meinungen	2			Ms/120	5
	07182 Methoden der Public Relations		1			
	07183 Spezielle Kommunikation			2		

<p>Empf. Literatur - <i>literature</i></p>	<p>Avenarius, H.: Public Relations: Die Grundform der gesellschaftlichen Kommunikation, 3. Aufl., WBG, 2008</p> <p>Bentele, G., Fröhlich, R., Szyszka, P. (Hrsg.): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. 2., korrigierte und erweiterte Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2008</p> <p>Bertelsmann Stiftung: Politische Reformkommunikation. Veränderungsprozesse überzeugend vermitteln. Diskussionspapier zum Expertendialog, Berlin, 16.11.2006</p> <p>Cook, John / Lewandowsky, Stephan: The Debunking Handbook, St. Lucia 2011</p> <p>Davies*, Nick: Flat Earth News. An Award-winning Reporter Exposes Falsehood, Distortion and Propaganda in the Global Media, London 2008</p> <p>Deg, R.: Basiswissen Public Relations : Professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. 2. Aufl. Wiesbaden : VS Verl. für Sozialwissenschaften, 2006</p> <p>Grupe, S.: Public Relations : Ein Wegweiser für die PR-Praxis. Berlin : Springer, 2011.</p> <p>Lespsius*, Oliver/Meyer-Kalkus, Reinhart (Hg.): Inszenierung als Beruf. Der Fall Guttenberg, Edition Suhrkamp 2011</p> <p>Merten, K., Westerbarkey, J.: Public Opinion und Public Relations. In: K. Merten & J. Westerbarkey, Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Teil 2, VS Verlag, 1994</p> <p>Zerfaß, A.: Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlagen, einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations, 3. Akt. Aufl. Westdeutscher Verlag, 2010</p> <p>Zerfaß, A., Rademacher, L., Wehmeier, S.: Organisationskommunikation und Public Relations. Forschungspradigmen und neue Perspektiven. Wiesbaden: Springer VS (Reihe Organisationskommunikation), 2013</p>
<p>Bemerkungen - <i>comments</i></p>	

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Kampagnen-planung und -management	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	2
Kürzel - <i>short form</i>	0719	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Wahlpflicht	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>Eine wachsende Zahl von Netzen und Kanälen, ein rascher Wandel in den Übermittlungs- und Verbreitungstechniken haben Umfang und Vielfalt der Medienangebote gesteigert. Die Position der Medien in der Gesellschaft ist stärker als je zuvor. Darauf haben Politik und Politiker sich eingestellt. Sie nutzen Chancen der Präsenz in den Medien zu kontinuierlicher Kommunikation mit der Öffentlichkeit. Gerade weil es leichter ist, Öffentlichkeit herzustellen als zu vermeiden, haben die politischen Eliten sich rasch daran gewöhnt, die Medien als Partner zu sehen. Man möchte sie als Verbündete beim Werben für schwer vermittelbare Entscheidungen gewinnen, zu Sachverhalten, die immer komplexer und zunehmend globaler werden. Das politische System braucht die Medien also nicht nur als Vermittler zu den Bürgern, auch zu seiner eigenen Legitimation ist es auf ständige Kommunikation angewiesen. Es versucht teilweise von sich aus, den Medien mit professionell gestalteten Inszenierungen zusätzlich aufzufallen.</p> <p>Das Zueinanderrücken von Medien und Politik erfordert Spezialisten, die sich mit Kommunikationsaufgaben an der Schnittstelle beider Seiten vertraut gemacht haben. Das Modul will dazu beitragen.</p>		
Lehrinhalte - <i>content</i>	<p>Das Modul vermittelt theoretische Grundlagen und konkrete Erfahrungen zur Beurteilung des Wechselspiels zwischen Medien und Politik/Organisationen. Es schärft den Blick für den systematischen Umgang mit Symbolen.</p> <p>1. Theorien des Campaigning</p> <p>In einer theoretisch orientierten Vorlesung wird aufgezeigt, auf welchen gesellschaftlichen und rechtlichen Grundlagen das Fach Campaigning aufbaut und wie es sich entwickelt hat: Welches sind die Funktionsträger des demokratischen Prozesses? Mit welchen Kommunikationsstilen artikulieren Regierungen, Verbände und Organisationen ihre Interessen? Wie werden Konflikte ausgetragen – innerhalb dieser Institutionen und zwischen ihnen? Wie kommt ein Konsens zustande? Wie laufen die klassischen Entscheidungsprozesse ab, mit denen die demokratische Gesellschaft und ihre Teilgesellschaften für einen begrenzten Zeitraum die Machtverteilung regeln und öffentliche Ämter vergeben? Welche Kompetenz haben die Repräsentanten der handelnden Institutionen im Umgang mit Symbolen entwickelt? Wie werben die Eliten um Interesse und Beteiligung der am Rande des Geschehens stehenden Bürger? Und: Welche Rolle spielen und spielten die Medien in diesen Prozessen – als Mittler, als Interventen, als unentbehrlicher Treibstoff für die Inangahaltung des Systems?</p>		

	<p>2. Fallstudien des Campaigning</p> <p>In einem an den Usancen der jeweiligen zeitgenössischen Praxis orientierten Seminar werden die Versuche der handelnden Parteien und Organisationen dargestellt, Zielgruppen steuerbar zu machen. Es wird analysiert, wie im Laufe der Geschichte öffentliche Auftritte, vor allem Wahlkämpfe, konzipiert, programmiert, organisiert, exekutiert, modifiziert und evaluiert wurden bzw. werden. Woran orientieren sich die Kriterien für die Bedeutung und Ausgestaltung der Themen des gegenwärtigen und künftigen Regierungshandelns? Wie kommunizieren die handelnden Personen und Institutionen miteinander, gegeneinander, mit den Medien und mit der Bevölkerung? Welche technischen Hilfsmittel setzen sie ein, um sich in Szene zu setzen? Und wie gehen sie mit den vielen unerwarteten Ereignissen um, die alles andere als planbar sind? Woher beziehen die Parteien die Vorbilder, Leitbilder, Informationen und Experten, von denen sie sich in die öffentliche Auseinandersetzung führen lassen? Jenseits aller Versuche aber, die Instrumente des Machterwerbs für sich zu optimieren – wie reflektieren die politisch Handelnden ihre eigene Rolle im politischen Prozess?</p> <p>3. Multichannel Campaigning</p> <p>Aufbauend auf den beiden anderen Lehrveranstaltungen des Moduls konzipieren die Studierenden eine reale crossmediale Kampagne zur Mobilisierung öffentlicher Unterstützung.</p>
<p>Lernmethoden - <i>methods</i></p>	<p>Der Lehrstoff wird in seinen theoretisch-historischen Komponenten als Vorlesung angeboten. Ein Seminar vermittelt den systematischen Zugang zu dem Instrumentarium, das den Wettbewerb in Gang hält, aber auch die Reflektion darüber. In einem Praktikum beschäftigen sich die Studierenden mit den durch die Informationsgesellschaft bewirkten Veränderungen der Kommunikationsstile.</p>
<p>Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i></p>	<p>Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold</p>
<p>Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i></p>	
<p>Arbeitslast - <i>workload h/w</i></p>	<p>150 Stunden, davon 75 Stunden Vorlesungen und Seminar 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, praktische Arbeiten, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung</p>

Lehrinhaltsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits
		V	S	P		
	07191 Theorien Cam- paigning	2			Msn/Beleg	
	07192 Multichannel Cam- paigning		1			
07193 Fallstudien Cam- paigning			2			
Empf. Literatur - <i>literature</i>	Altendorfer, O., Wiedemann, H., Mayer, H.: Handbuch. Der moderne Medienwahlkampf. Professionelles Wahlmanagement unter Einsatz neuer Medien, Strategien und Psychologien, Eichstätt 2000 Altendorfer, O.: Die Inszenierung der Parteien am Beispiel der Wahlparteitage 2002, Eichstätt 2003 Donges, P.: Politische Kampagnen. In: Röttger, U. (Hrsg.): PR-Kampagnen. Über die Inszenierung von Öffentlichkeit, 3. Aufl., 2006, S. 123-138. Janowitz, M., Marvick, D.: Competitive Pressure and Democratic Consent. An Interpretation of the 1952 Presidential Election, Ann Arbor 1956 Lasswell, H. D.: Politics. Who Gets What When How, Chicago 1936 Meiler, M.: Integrierte Kamapgnenplanung.in logistischen Netzwerken. Springer, 2012 Noelle-Neumann, E., Kepllinger, H. M., Donsbach, W.: Kampa. Meinungsklima und Medienwirkung im Bundestags-Wahlkampf 1998, Freiburg München 1999 Röttger, U. (Hrsg.): PR-Kampagnen. Über die Inszenierung von Öffentlichkeit, 3. Aufl., 2006 Sarcinelli, U. (Hrsg): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft, Bonn 1998 Schumpeter, J. A.: Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie (1942), 7. Aufl., Tübingen 1993					
Bemerkungen - <i>comments</i>						

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Public Affairs	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	2
Kürzel - <i>short form</i>	0720	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Wahlpflicht	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>Die Studierenden verstehen Public Affairs als Management von gesellschafts- und politikorientierten Kommunikationsprozessen von Unternehmen und Organisationen. Sie sind in der Lage, Modelle und Methoden des Managements von Kommunikationsbeziehungen der Wirtschaft zu Politik, Medien und Gesellschaft kritisch zu reflektieren. Die Studierenden verfügen über Know How und Kompetenzen, um das Management von Kommunikationsprozessen an der Schnittstelle von Wirtschaft, Gesellschaft und Politik zu analysieren und geeignete Kommunikationskonzeptionen, die sich auf Gesellschaft und Politik beziehen, zu entwickeln.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, den Kommunikationsprozess von Unternehmen, die im Blickfeld der Medien und der kritischen Öffentlichkeit stehen, zu analysieren und einen konstruktiven Dialog mit den Anspruchsgruppen aufzubauen (Stakeholder-Management). Sie sind fähig, die aktuelle Situation, in der das Unternehmen sich befindet, zu recherchieren und adäquate Empfehlungen, die Entscheidungs- und Handlungsspielräume eröffnen, zu erarbeiten.</p>		
Lehrinhalte - <i>content</i>	<p>In der Lehrveranstaltung werden die Grundsätze einer transparenten und verantwortungsbewussten Unternehmensführung (Corporate Governance) diskutiert, die sich an positiven Dialogbeziehungen mit den Anspruchsgruppen (politischen Akteuren, Medien, Interessenverbänden, NGOs etc.) orientiert.</p>		
Lernmethoden - <i>methods</i>	<p>Zunächst erwerben die Studierenden in der Vorlesung „Theorien der Public Affairs“ grundlegende Kenntnisse und Fertigkeiten, um politische und gesellschaftsbezogene Kommunikationsaktivitäten von Unternehmen und Organisationen zu analysieren, überwachen und zu steuern. Durch Case Studies und die intensive Auseinandersetzung mit den Kommunikationsabläufen von Stakeholdern wird das Modul inhaltlich abgerundet.</p>		
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold; Dr. Verena Jahn; Falk Pötz		
Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i>			

Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	150 Stunden, davon 75 Stunden Vorlesungen und Seminar 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, praktische Arbeiten, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung							
Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS V S P			Prüfungen	Credits		
	07201 Theorien der Public Affairs	2			Msn/PA	5		
	07202 Stakeholder Communications Management		1					
	07203 Fallstudien Public Affairs			2				
Empf. Literatur - <i>literature</i>	Althaus, M, Geffken, M, Rawe, S. (Hrsg.) (2005): Public Affairs und Politikmanagement, Band 1. Münster: LIT. Husen, P. (2009): Professionelle Lobby-/Public Affairs-Agenturen: Neue Formen der INteressenvertretung auf EU-Ebene. München. Killenberg, G.M. (2013). Public Affairs, Reporting Now. News of, by and for the people. 2 nd ed., Burlington: Focal Press Steinke, L. (2015): Die neue Öffentlichkeitsarbeit: wie gute Kommunikation heute funktioniert: Strategien, Instrumente, Fallbeispiele. Ungericht, B. (2005): Zwischen Konflikt und Kooperation. Neue zivilgesellschaftliche Akteure und multi-stakeholder Dialog, München. van Schendelen, R. (2012): Die Kunst des EU-Lobbings - Erfolgreiches Public Affairs Management im Labyrinth Brüssels, Berlin.							
Bemerkungen - <i>comments</i>	Weitere Verwendung: M.Sc. Industrial Management, Modul 08W11							

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	European Lobbying	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	2
Kürzel - <i>short form</i>	0721	ECTS Credits	5
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Wahlpflicht	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>Im Rückblick auf Jahrhunderte kriegerischer europäischer Geschichte kommt der friedliche Zusammenschluss souveräner Staaten nach dem 2. Weltkrieg zu einer „Europäischen Union“ einer Revolution mit friedlichen Mitteln gleich. Doch das „Projekt Europa“ ist auch die „Dauerbaustelle Europa“. Im Vielklang unterschiedlicher Interessen der Mitgliedsstaaten aber auch anderer interessenträger aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft scheint das Konzept heute unklarer denn je und Vision und Wirklichkeit weit voneinander entfernt. Gleichzeitig haben die Institutionen der Europäischen Union durch den Vertrag von Lissabon mehr Macht als je zuvor. Während also noch über den geistigen Kern der Idee Europas diskutiert wird, wird in Brüssel knallharte Tagespolitik unter dem Eindruck der wirtschaftlichen und politischen Unsicherheiten einer globalisierten Weltgesellschaft gemacht. Somit sind auch die Aktivitäten im Bereich der interessengeleiteten politischen Kommunikation durch Unternehmen, Verbände, Vereine, NGOs etc. in den vergangenen Jahren rasant angestiegen.</p> <p>Ziel dieses Moduls ist es, die komplexen Strukturen und Prozesse der EU im Hinblick auf kommunikative Aktivitäten im Rahmen einer interessengeleiteten politischen Kommunikation zu erfassen und zu bewerten. Dabei soll nicht nur die pragmatische Sicht der Kommunikatoren eingenommen, sondern auch eine kritische Haltung gegenüber Entwicklungen eingenommen werden. So kommt der Frage nach der Idee Europas und der Zukunft des Integrationsprozesses eine besondere Bedeutung zu.</p>		

<p>Lehrinhalte - <i>content</i></p>	<p>Das Modul vermittelt vertiefte Kenntnisse zu den zentralen politischen Mechanismen der Europäischen Union und den unterschiedlichen Methoden der interessen geleiteten politischen Kommunikation.</p> <p>Akteure, Prozesse und Strukturen in der EU Zunächst werden die historischen Hintergründe und größeren Zusammenhänge zwischen den über die Jahrhunderte entwickelten Europa-Ideen und den nach 1945 geschaffenen Institutionen Europas aufgezeigt. Das Spannungsfeld zwischen Vision und Wirklichkeit wird herausgearbeitet und aktuelle Fragen und Probleme diskutiert.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Europäische Sozialpolitik durch Struktur- und Sozialfonds der EU - Europäische Sicherheitspolitik - Erweiterung der Europäischen Union - Subsidiarität, Föderalismus und Zentralismus - Europäische Entwicklungshilfe - Energiepolitik und Klimaschutz <p>In der politischen Systemlehre werden die Institutionen der Europäischen Union und die politischen Prozesse genauer betrachtet. Im Fokus stehen dabei die Gesetzgebungsprozesse, der Haushalt und der mehrjährige Finanzrahmen der Europäischen Union. Weiterer Schwerpunkt ist das europäische Parteiensystem und die Formen der politischen Mitbestimmung durch die Bürger.</p> <p>Lobbyismus in der EU - Ethik, Nutzen, Gefahren Anhand von Fallbeispielen werden die unterschiedlichen Methoden und Akteure der interessen geleiteten politischen Kommunikation vorgestellt und diskutiert. Neben den Lobbyaktivitäten durch Verbände kommt auch den Nichtregierungsorganisationen eine besondere Bedeutung zu. Neben der Vermittlung unterschiedlicher Kommunikationsinstrumente wird auch der Diskussion ethischer Fragen zum Thema Lobbyismus Bedeutung beigemessen.</p>
<p>Lernmethoden - <i>methods</i></p>	<p>Neben Vorträgen durch die Lehrenden wird insbesondere der Diskurs unter den Studierenden als wichtiges didaktisches Instrument eingesetzt. In Gruppen- oder Einzelaufgaben erarbeiten die Studierenden zudem selbständig eigene Inhalte, die in kurzen Vorträgen dem Auditorium als Diskussionsgrundlage dienen. In Fallbeispielen und Planspielen können zudem theoretische Kenntnisse praktisch angewendet werden.</p>
<p>Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i></p>	<p>Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold; Susanne Günther; Birgit Horn</p>
<p>Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i></p>	

Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	150 Stunden, davon 60 Stunden Vorlesungen und Seminar 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, praktische Arbeiten, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung					
Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS V S P			Prüfungen	Credits
	07211 Akteure, Prozesse und Strukturen der EU	2			Msn/PA	5
	07212 Lobbyismus in Euro- pa		2			
Empf. Literatur - <i>literature</i>	<p>Beck, Ulrich: Das deutsche Europa: Neue Machtlandschaften im Zeichen der Krise, 2012</p> <p>Borchardt, Klaus-Dieter: Die rechtlichen Grundlagen der Europäischen Union, 2015</p> <p>Brasche, Ulrich: Europäische Integration: Wirtschaft, Erweiterung Und Regionale Effekte, 2013</p> <p>Dialer, Doris (Hg): Lobbying in der Europäischen Union, 2014</p> <p>Eichenhofer, Eberhard: Sozialrecht der Europäischen Union , 2015</p> <p>Gehler, Michael: Europa: Ideen, Institutionen, Vereinigung</p> <p>Habermas, Jürgen: Zur Verfassung Europas: Ein Essay, 2011</p> <p>Joos, Klemens: Politische Stakeholder überzeugen: Erfolgreiche Interessenvertretung durch Prozesskompetenz im komplexen Entscheidungssystem der Europäischen Union, 2015</p> <p>Schmidt, Siegmund: Europäische Union: Eine Einführung, 2013</p> <p>Thiemeyer, Guido: Europäische Integration. Motive - Prozesse - Strukturen, 2010</p> <p>Wagener, Hans-Jürgen et al: Europäische Integration: Wirtschaft und Recht, Geschichte und Politik, 2014</p>					
Bemerkungen - <i>comments</i>						

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA																					
Modulname - <i>module name</i>	Unterstütztes Selbststudium: Literatur	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch																					
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	3																					
Kürzel - <i>short form</i>	0722	ECTS Credits	10																					
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Pflicht	Häufigkeit - <i>frequency</i>	Jedes Semester																					
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	Das Modul dient dem gezielten Literaturstudium für spezielle Bereiche der Informations- und Kommunikationswissenschaften, auf denen der Teilnehmer seine Kenntnisse vertiefen möchte. Es wird besonders Studierenden angeboten, die sich in Fächern spezialisieren möchten, die nicht in dem gewünschten Umfang auf dem Lehrplan stehen.																							
Lehrinhalte - <i>content</i>	Das Arbeitsprogramm beinhaltet ein in Blockterminen abgehaltenes Fachkolloquium, auf dem zunächst eine Fachbibliografie erarbeitet, dann ein Leseplan abgestimmt und schließlich die Auswertung des Literaturstudiums vorgenommen wird.																							
Lernmethoden - <i>methods</i>																								
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold; Dr. Verena Jahn																							
Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i>																								
Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	300 Stunden, davon 15 Stunden Vorlesungen und Seminar 285 Literaturstudium, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung																							
Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten - <i>units</i></th> <th colspan="3">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Credits</th> </tr> <tr> <th>V</th> <th>S</th> <th>T</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>07221 Kolloquium</td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td>Plsn/Beleg (Gewichtung: 0,8)</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Plm/30 (Gewichtung: 0,2)</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>			Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits	V	S	T	07221 Kolloquium			1	Plsn/Beleg (Gewichtung: 0,8)	8					Plm/30 (Gewichtung: 0,2)	2
Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS				Prüfungen	Credits																		
	V	S	T																					
07221 Kolloquium			1	Plsn/Beleg (Gewichtung: 0,8)	8																			
				Plm/30 (Gewichtung: 0,2)	2																			

Empf. Literatur - <i>literature</i>	Zu lesende Literatur wird jedes Jahr bekanntgegeben
Bemerkungen - <i>comments</i>	

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Forschungs- und Entwicklungsmodul	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	3
Kürzel - <i>short form</i>	0723	ECTS Credits	20
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Pflicht (in der jeweiligen Studienvertiefung)	Häufigkeit - <i>frequency</i>	Jedes Semester
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	Die Teilnehmer arbeiten – in der Regel einzeln – in und im Auftrag eines Kooperationspartners außerhalb der Hochschule an einem eigenen empirischen Forschungs- und Entwicklungsprojekt zur Analyse, Umsetzung und Evaluation von Kommunikationsmaßnahmen. Sie erhalten damit Gelegenheit, ihr im Ausbildungsgang erworbenes theoretisches, analytisches und methodisches Wissen praktisch anzuwenden und diese Umsetzung im kritischen Licht der Praxis zu optimieren.		
Lehrinhalte- <i>content</i>	Der Studierende hat Gelegenheit Projektsteuerungsaufgaben zu übernehmen und sich mit dem erworbenen Wissen einen praxisbezogenen, eigenständigen Leistungsnachweis zu erbringen. Durch Rückkoppelung an ein projektbegleitendes Tutorial, für das ein Mitglied des Lehrpersonals der Hochschule zur Verfügung steht, wird sichergestellt, dass eine Arbeit von wissenschaftlichen Wert geleistet und mit Projektabschluss auch belegt wird		
Lernmethoden - <i>methods</i>	Das Forschungs- und Entwicklungsvorhaben wird vom Studierenden konzipiert, mit dem Kooperationspartner abgestimmt und vom fachlichen Betreuer vor Beginn genehmigt. Die zu verwendende Literatur wird mit dem Fachbetreuer erörtert. Dieser wird auch kurzfristig konsultiert, falls es zu Situationen kommt, die die Durchführung des konzipierten Vorhabens gefährden oder eine Anpassung an veränderte Bedingungen erforderlich machen.		
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold; Dr. Verena Jahn		
Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i>	Abschluss aller Basis- bzw. Kernmodule sowie die theoretischen Module der Studienvertiefung		
Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	600 Stunden, davon 15 Stunden Vorlesungen und Seminar (entspricht 1 SWS) 585 Literaturstudium, Prüfungsvorbereitungen und Prüfung		

Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits
		V	S	T		
	07231: Tutorium			1		20
	FuE-Praktikum				Msn/PA	
Empf. Literatur - <i>literature</i>	Erfolgt individuell in Abstimmung mit dem Projektbetreuer					
Bemerkungen - <i>comments</i>						

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA																					
Modulname - <i>module name</i>	Masterarbeit	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch																					
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	4																					
Kürzel - <i>short form</i>	0724	ECTS Credits	30																					
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	Pflicht	Häufigkeit - <i>frequency</i>	Jedes Semester																					
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	Das Modul dient der eigenständigen Anfertigung der Master Thesis. In der vorgegebenen Zeit von sechs Monaten ist vom Studierenden ein Thema nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und veröffentlichungsfähig zu fertigen.																							
Lehrinhalte- <i>content</i>	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 - <i>methods</i>	Das Modul basiert auf der eigenständigen Arbeit des Studierenden, wobei ihm die Möglichkeit gegeben ist, in der Konsultation mit dem Betreuer und anderen Tutoren Hinweise und Anregungen zur Themenstellung zu erhalten.																							
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Erstgutachter (verantwortlich) der Hochschule, Zweitgutachter der Hochschule oder eines Medienunternehmens																							
Teilnahme- voraussetzungen - <i>admission</i>																								
Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	900 Stunden, davon 15 Stunden Tutorium/Kolloquium zur Verteidigung der Masterarbeit (1 SWS) 885 Anfertigung der Masterarbeit, Vor- und Nachbereitung Lehrveranstaltung, Prüfungsvorbereitung, Prüfung																							
Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten - <i>units</i></th> <th colspan="3">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Credits</th> </tr> <tr> <th>V</th> <th>S</th> <th>T</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>07241 Masterarbeit</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Masterarbeit (Gewichtung: 2/3) PlmK/45 (Gewichtung: 1/3)</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>07242 Tutorium</td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table>			Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits	V	S	T	07241 Masterarbeit				Masterarbeit (Gewichtung: 2/3) PlmK/45 (Gewichtung: 1/3)	20	07242 Tutorium			1		10
Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS				Prüfungen	Credits																		
	V	S	T																					
07241 Masterarbeit				Masterarbeit (Gewichtung: 2/3) PlmK/45 (Gewichtung: 1/3)	20																			
07242 Tutorium			1		10																			

Empf. Literatur - <i>literature</i>	Bänsch, A.: Wissenschaftliches Arbeiten, München 2003 Balzert, H., Schröder, M., Schäfer, C.: Wissenschaftliches Arbeiten, 2. Auflage. W3L, 2011 Becker, F.: Anleitung zum wissenschaftlichen Arbeiten, Bergisch Gladbach 1994 Ebster, C., Stalzer, L.: Wissenschaftliches Arbeiten für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler, UTB, 2013 Kühlitz, S.: Wissenschaftlich formulieren, 3. Auflage. UTB, 2015.
Bemerkungen - <i>comments</i>	Weitere Verwendung: Masterstudiengänge der Fakultät Medien

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Harmonisierung Medien I	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	1
Kürzel - <i>short form</i>	0725	ECTS Credits	keine
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	fakultativ	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	Das Harmonisierungsmodul Medien I zielt darauf ab, die individuellen Unterschiede in den Fähigkeiten und Kenntnissen der Studierenden für das Masterstudium anzugleichen. Studierende, die feststellen, dass ihnen noch Kompetenzen in den Bereichen Journalistische Arbeitsweisen, Medienlehre oder Grundlagen empirischer Sozialforschung fehlen bzw. sie sie gern wieder auffrischen wollen, können an den fakultativen Angeboten teilnehmen. Sie sollen den Studierenden die Kompetenzerneuerung ermöglichen, Inhalte bzw. Personen oder Organisationen glaubwürdig zu (re)präsentieren, mithin auf eine für Kommunikationsberufe essentielle Qualifikation.		
Lehrinhalte - <i>content</i>	<p>Journalistisches Arbeiten soll bei den angehenden Kommunikationsmanagern einerseits das Verständnis für die „Kollegen von der anderen Seite“ fördern – unter welchen Bedingungen und Sachzwängen arbeiten eigentlich Journalisten? – andererseits sollen Arbeitstechniken zu professioneller Recherche und die mediengerechte Erstellung von Texten vermittelt werden.</p> <p>Medienlehre befasst sich mit den Medienentwicklungen in Deutschland ab Ende des 19. Jahrhunderts, der grundsätzlichen Darstellung der Medienlandschaft sowie wesentlichen gesetzlichen Grundlagen und den einzelnen Elementen bzw. Gattungen der Massenkommunikation.</p> <p>Grundlagen der empirischen Sozialforschung soll bei der Studierenden eine Homogenisierung der Kenntnisse in der Methodenlehre herstellen. Da sowohl qualitative als auch quantitative Forschung eingesetzt werden, soll in diesem Bereich die wichtigsten Begrifflichkeiten und Prozesse bei der Planung, Durchführung und Auswertung einer Forschungsfrage erörtert werden.</p>		
Lernmethoden - <i>methods</i>	Eindeutig im Vordergrund steht bei allen Kursen das „Learning by Doing“, wobei bestehende Lehrangebote und Infrastruktur der Hochschule genutzt werden. Zudem wird den Studierenden Material zum Selbststudium zur Verfügung gestellt, dass in Kleingruppen-Sitzungen diskutiert wird.		
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold, Dr. Verena Jahn, Susanne Günther		

Teilnahme- voraussetzungen - <i>admission</i>	keine																															
Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	150 Stunden, davon 45 Stunden Tutorien 105 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, praktische Arbeiten, Selbststudium																															
Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten - <i>units</i></th> <th colspan="3">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Credits</th> </tr> <tr> <th>V</th> <th>S</th> <th>T</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>07251 Journalistische Arbeitstechniken</td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>07252 Medienlehre</td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>07253 Grundlagen der empirischen Sozialforschung</td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits	V	S	T	07251 Journalistische Arbeitstechniken			1			07252 Medienlehre			1			07253 Grundlagen der empirischen Sozialforschung			1		
Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits																											
	V	S	T																													
07251 Journalistische Arbeitstechniken			1																													
07252 Medienlehre			1																													
07253 Grundlagen der empirischen Sozialforschung			1																													
Empf. Literatur - <i>literature</i>	<p>Altendorfer, O. (2001/2004). Das Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland. Westdeutscher Verlag, Band 1/2.</p> <p>Altendorfer, O./Hilmer, L. (Hrsg.)(2016). Medienmanagement. Springer Verlag.</p> <p>Bentele, G., Brosius, H.-B., Jarren, O. (2013). Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Springer Verlag.</p> <p>Diekmann, A. (2007). Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendung. Rowohlt Taschenbuch Verlag.</p> <p>Hachmeister, Lutz (Hrsg.): Die Herren Journalisten. Die Elite der deutschen Presse nach 1945, München 2002.</p> <p>Jarvis, J. (2015): Ausgedruckt – Journalismus im 21. Jahrhundert, Plassen Verlag</p> <p>Neuberger, C.; Kapern, P. (2013). Grundlagen des Journalismus. Springer VS.</p> <p>Schnell, R., Hill, Paul B., Esser, E. (2008). Methoden der empirischen Sozialforschung. Oldenbourg Wissenschaftsverlag.</p> <p>Tonnemacher, Jan: Kommunikationspolitik in Deutschland. Eine Einführung. 2., überarb. Auflage, Konstanz 2003.</p> <p>Wolf, S.; Raue, P.-J. (2012). Das neue Handbuch des Journalismus und des Online-Journalismus. Rowohlt Taschenbuchverlag.</p>																															
Bemerkungen - <i>comments</i>																																

Studiengang - <i>course</i>	Media and Communication Studies	Abschluss - <i>degree</i>	MA
Modulname - <i>module name</i>	Harmonisierung Medien II	Unterrichtssprache - <i>teaching language</i>	Deutsch/Englisch
Abschnitt - <i>phase</i>		Semester - <i>semester</i>	1
Kürzel - <i>short form</i>	0726	ECTS Credits	keine
Pflicht/Wahl-Modul - <i>obligatory/optional</i>	fakultativ	Häufigkeit - <i>frequency</i>	jährlich
Ausbildungsziele - <i>objectives</i>	<p>Das Harmonisierungsmodul Medien II zielt darauf ab, die individuellen Unterschiede in den Fähigkeiten und Kenntnissen der Studierenden für das Masterstudium anzugleichen. Studierende, die feststellen, dass ihnen noch Kompetenzen in den Bereichen Rhetorik und On-Air Training, Medien und Beruf oder Screen Writing fehlen bzw. sie sie gern wieder auffrischen wollen, können an den fakultativen Angeboten teilnehmen.</p> <p>Ziel ist es, die Studierenden über die aktuellen Anforderungen in Medien- und Kommunikationsberufen aufzuklären, ihnen den Raum für Erprobungsszenarien zu schaffen sowie auf zukünftige (Re)Präsentationssituationen vorzubereiten. Zudem sollen sie erfahren, wie sie Medien in der Berufswelt für ihre Aufgaben optimal einsetzen können.</p>		
Lehrinhalte - <i>content</i>	<p>Rhetorik und On-Air-Training bereitet Kommunikationsmanager auf die Herausforderung vor, im Kontakt mit Medien und vor Publikum kompetent und glaubwürdig zu agieren. Die vermittelten Techniken beginnen mit Phonetik und Atemtraining, reichen vom Statement über das sichere Interview hin zur „geschliffenen Rede“.</p> <p>Medien und Beruf zeigt auf, welchen Stellenwert Medien heute und in Zukunft in der Arbeitswelt einnehmen. Die Studierenden erhalten Einsicht in Potentiale und Gefahren von verschiedenen Mediengattungen.</p> <p>Screen Writing: Die Studierenden entwickeln eigene Konzepte für Kurzfilme und entwickeln diese über die Entwicklungsstadien Exposé, Treatment bis zur Dialogfassung eines Drehbuchs.</p>		
Lernmethoden - <i>methods</i>	Eindeutig im Vordergrund steht bei allen Kursen das „Learning by Doing“, wobei bestehende Lehrangebote und Infrastruktur der Hochschule genutzt werden. Zudem wird den Studierenden Material zum Selbststudium zur Verfügung gestellt, dass in Kleingruppen-Sitzungen diskutiert wird.		
Dozententeam <u>verantwortlich</u> - <i>lecturers</i>	Prof. Dr. Andreas Wrobel-Leipold (verantwortlich); Prof. Horst Müller; Dr. Verena Jahn; Philip N. Neumayer		
Teilnahmevoraussetzungen - <i>admission</i>	keine		

Arbeitslast - <i>workload h/w</i>	150 Stunden, davon 45 Stunden Tutorien 105 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, praktische Arbeiten, Selbststudium																															
Lehreinheitsformen – <i>mode of teaching</i> und Prüfungen - <i>examination</i>	<table border="1" data-bbox="411 465 1262 875"> <thead> <tr> <th data-bbox="411 465 719 562" rowspan="2">Lerneinheiten - <i>units</i></th> <th colspan="3" data-bbox="719 465 842 510">SWS</th> <th data-bbox="842 465 1114 510" rowspan="2">Prüfungen</th> <th data-bbox="1114 465 1262 510" rowspan="2">Credits</th> </tr> <tr> <th data-bbox="719 510 762 562">V</th> <th data-bbox="762 510 805 562">S</th> <th data-bbox="805 510 842 562">T</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="411 562 719 689">07261 Rhetorik und On-Air-Training</td> <td data-bbox="719 562 762 689"></td> <td data-bbox="762 562 805 689"></td> <td data-bbox="805 562 842 689">1</td> <td data-bbox="842 562 1114 689"></td> <td data-bbox="1114 562 1262 689"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="411 689 719 786">07262 Medien und Beruf</td> <td data-bbox="719 689 762 786"></td> <td data-bbox="762 689 805 786"></td> <td data-bbox="805 689 842 786">1</td> <td data-bbox="842 689 1114 786"></td> <td data-bbox="1114 689 1262 786"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="411 786 719 875">07263 Screen Writing</td> <td data-bbox="719 786 762 875"></td> <td data-bbox="762 786 805 875"></td> <td data-bbox="805 786 842 875">1</td> <td data-bbox="842 786 1114 875"></td> <td data-bbox="1114 786 1262 875"></td> </tr> </tbody> </table>					Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits	V	S	T	07261 Rhetorik und On-Air-Training			1			07262 Medien und Beruf			1			07263 Screen Writing			1		
Lerneinheiten - <i>units</i>	SWS			Prüfungen	Credits																											
	V	S	T																													
07261 Rhetorik und On-Air-Training			1																													
07262 Medien und Beruf			1																													
07263 Screen Writing			1																													
Empf. Literatur - <i>literature</i>	Allhoff, D-W. (2010): Rhetorik & Kommunikation: ein Lehr- und Übungsbuch , 15., aktualisierte Aufl. . - München ; Basel : Reinhardt, 2010 Faulstich, Werner: Grundkurs Filmanalyse, 2013 Gräf, Dennis et. al.: Filmsemiotik. Eine Einführung in die Analyse audiovisueller Formate, 2011 Lipschultz (2014). Social Media Communication, Routledge. McKee, Robert: Story. Die Prinzipien des Drehbuchschreibens, 2009 Seeger, C. (2015): Harvard Business Manager - Der gelungene Auftritt manager magazin. Seeger, C. (2013): Harvard Business Manager – Geschickter verhandeln manager magazin. Seeger, C. (2015): Harvard Business Manager – Klassiker Strategie manager magazin.																															
Bemerkungen - <i>comments</i>																																