

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medien und Gesellschaft	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0201		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul dient der Vermittlung von grundlegenden Kompetenzen zur Beurteilung des medialen Systems der Bundesrepublik Deutschland; alternativ kann auch ein anderer Mitgliedstaat der Europäischen Union gelehrt werden. Der Student wird damit in die Lage versetzt, die Strukturen der medialen, politischen, sozialen und gesellschaftlichen Ordnung der Bundesrepublik Deutschland bzw. eines Mitgliedstaates der Europäischen Union zu erkennen, zu analysieren und zu bewerten.</p> <p>Der Student soll ferner ein erstes medienwissenschaftliches Problembewusstsein entwickeln und die Kompetenz erwerben, mit den geeigneten Fragen und Methoden an diese Probleme heranzugehen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul gibt einen Einblick in die historisch bedingte und föderalistisch gestaltete Infrastruktur in den Bereichen Medien sowie in das politische und soziale System. Weiterhin geht das Modul sowohl auf Einzelaspekte in den drei Bereichen als auch auf übergreifende Aspekte im Sinne der Verknüpfung von medialen und politisch-sozialen Elementen ein.</p> <p>Behandelt werden dazu im Bereich Medien: Rechtliche Grundlagen des Mediensystems/ Medienstruktur/ Medienkonzentration/ Rundfunkurteile/ Jugendschutz und Selbstkontrolle der Medien/ Mediennutzung, Medienausstattung/ Medieninfrastruktur/ Mechanismen der Medien- und Marktforschung/ Film, Filmmarkt, Filmförderung/ Medienorganisation/ Werbung und Werbewirtschaft.</p> <p>Das Modul vermittelt zudem Antworten auf unter anderem folgende Basisfragen: Was heißt wissenschaftlich zu arbeiten? Worin liegen die Unterschiede eines wissenschaftlichen Textes beispielsweise im Vergleich zu journalistisch oder künstlerisch angelegten Arbeiten? Welche Methoden und Strategien von Literatur- und Materialbeschaffung gibt es? Wie gehe ich mit verschiedenen Arten von Quellen um?</p>		
Lernmethoden	<p>Die Vorlesung zum Mediensystem befasst sich mit Funktionsweisen und Zusammenhängen zentraler demokratischer Prozesse. Durch die abgestimmte Verknüpfung von thematisch verbundenen Inhalten entsteht Sachkompetenz. Die Studierenden befassen sich sowohl mit primären als auch mit sekundären Texten, die ihnen die Fertigkeit geben, das Modul zu vertiefen.</p>		

	Die Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten erfolgt seminaristisch.																																	
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer (Verantwortlich), Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer, Prof. Dr. h.c. Hans-Peter Niedermeier																																	
Teilnahmevoraussetzungen	keine																																	
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																																	
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>S/Ü</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>02011 Politisches System der Bundesrepublik Deutschland</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="3">Ms/90</td> <td rowspan="3">1</td> </tr> <tr> <td>02012 Internationale Mediensysteme</td> <td>3</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>02013 Einführung in das medienwissenschaftliche Arbeiten</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL	02011 Politisches System der Bundesrepublik Deutschland	1					Ms/90	1	02012 Internationale Mediensysteme	3					02013 Einführung in das medienwissenschaftliche Arbeiten				1	
	Lerneinheiten -units		SWS							Prüfungen	Gewicht																							
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL																												
	02011 Politisches System der Bundesrepublik Deutschland	1					Ms/90	1																										
02012 Internationale Mediensysteme	3																																	
02013 Einführung in das medienwissenschaftliche Arbeiten				1																														
Empf. Literatur	<p>ALTENDORFER Otto: Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland, Wiesbaden 2001¹ 2 Bände Jahr: 2001-2004</p> <p>LÜCK Wolfgang: Technik des wissenschaftlichen Arbeitens, München 2003⁹</p> <p>SCHREYER Bernhard, SCHWARZMEIER Manfred: Grundkurs Politikwissenschaft, Studium der Politischen Theorie: Eine studienorientierte Einführung, Wiesbaden 2008¹</p> <p>ALTENDORFER Otto: Das Mediensystem der EU und der EU-Mitgliedstaaten, Wiesbaden 2008¹</p> <p>ALTENDORFER Otto, HILMER Ludwig ((Hg.)): Medienmanagement, Wiesbaden 2006¹ 4 Bände (2006-2008)</p> <p>DERICHS Claudia, HEBERER Thomas ((Hg.)): Wahlsysteme und Wahltypen, Wiesbaden 2006¹</p> <p>GABRIEL Oscar W., HOLTSMANN Everhard ((Hg.)): Handbuch Politisches System der Bundesrepublik Deutschland, München 2004³</p> <p>THOMAS Barbara ((Hg.)): Mediensysteme im internationalen Vergleich, Konstanz 2007¹</p> <p>TÖMMEL Ingeborg: Das politische System der EU, Konstanz 2007³</p>																																	
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0101																																	

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Journalistisches Arbeiten	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0202		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10
Ausbildungsziele	<p>Die Beherrschung journalistischer Arbeitstechniken und Darstellungsformen sind wichtige Voraussetzungen für viele Berufszweige und Positionen innerhalb der Medien, auch über eigentliche journalistische Tätigkeiten hinaus. Deshalb vermittelt dieses Modul zu Beginn des Studiums Kernkompetenzen für die journalistische Arbeit im Hinblick auf die Nutzung moderner Informationssysteme, Methoden für eigene Recherchen und die Umsetzung in "klassischen" Darstellungsformen (Nachricht, Bericht, Reportage, Interview, Feature, Kommentar).</p> <p>Teilnehmer des Moduls werden in die Lage versetzt, journalistische Informationsquellen, von Nachrichtenagenturen über das Internet und anderen Medien bis hin zu Informanten effektiv und verantwortungsvoll zu nutzen. Erhaltene Informationen werden verifiziert und durch eigene gezielte Recherchen vervollständigt. Grundlage dafür sind fundierte Kenntnisse über Rechercheformen (primär und sekundär) und deren Einsatzmöglichkeiten.</p> <p>Die journalistische Umsetzung erfolgt beispielhaft für Printmedien mit den Schwerpunkten Nachricht und Bericht, wobei weitergehende Darstellungsformen und spezielle Anforderungen für andere Mediengattungen wie Online, Radio und Fernsehen immer wieder Berücksichtigung finden.</p> <p>Für den erfolgreichen Abschluss des Moduls sind theoretisches Wissen und praktische Fertigkeiten bei der Umsetzung in Form einer schriftlichen Prüfung nachzuweisen und eine umfangreiche journalistische Arbeit mit komplettem Recherchenachweis als Belegarbeit anzufertigen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Die Inhalte des Moduls werden in die Einheiten Journalistische Darstellungsformen und Journalistische Arbeitstechniken unterteilt. Ausgangspunkt ist die Vermittlung von journalistischen Qualitätsmaßstäben unter Berücksichtigung ethischer Gesichtspunkte an praxisnahen Beispielen des Pressekodex (Herausgeber Deutscher Presserat). Bei den journalistischen Darstellungsformen liegen die Schwerpunkte bei Nachricht (Meldung) und Bericht auf Basis der Umsetzung in den Printmedien. Mit diesen beiden Darstellungsformen wird vermittelt, wie selbst umfangreiche Vorgänge, kompakt, richtig, sachlich und hierarchisch gegliedert (nach Wichtigkeit und</p>		

	<p>"Newswert") umgesetzt werden. Anschließend werden die weitergehenden Darstellungsformen wie Reportage, Feature, Interview und Kommentar ausführlich behandelt. Bei allen Darstellungsformen wird auch auf besondere Anforderungen in anderen Mediengattungen eingegangen.</p> <p>Parallel geht es in den journalistischen Arbeitstechniken um die Vermittlung praxisnaher Kenntnisse für die Informationsbeschaffung aus den verschiedensten, heute üblicherweise eingesetzter, Informationssysteme und Quellen. Einen Schwerpunkt bildet die Ausbildung in der Recherche - von der Verifizierung von Informationen über die Recherplanung bis zur Durchführung. Als praktisches Beispiel dient dazu unter anderem das Projekt "Folter frei - Abu Ghraib in den Medien". Im Jahr 2004 hatten Studierende der Fakultät Medien an der Hochschule Mittweida (FH) in einer umfangreichen Dokumentation eklatante Versäumnisse der Massenmedien bei der Berichterstattung über den so genannten "Folterskandal" im Irak nachgewiesen.</p>
Lernmethoden	<p>In den Vorlesungen werden den Teilnehmern theoretische Grundlagen und weitgehend aktuelle Beispiele für das journalistische Arbeiten vermittelt. Dabei werden die Vorträge durch Schaubilder und multimediale Elemente wie Audio- und Videoeinspiele sowie Animationen unterstützt. Kontroverse Diskussionen über dargestellte journalistische Abläufe, einzelne Thesen und/oder Einschätzungen sind obligatorisch.</p> <p>In den Seminaren werden die vermittelten Grundlagen vor allem durch praxisnahe Übungen vertieft. Dazu zählen erste Übungen zur Erstellung von Nachrichten und Berichten anhand aktueller Ereignisse. Umfangreiche journalistischen Darstellungsformen werden in den Seminaren vor allem im Hinblick auf Aufbau, Textgestaltung, Verständlichkeit und Leseführung analysiert. Übungen dazu erfolgen in Form von Hausarbeiten.</p> <p>Praktische Übungen zu den journalistischen Arbeitstechniken umfassen die Auswahl von Informationen aus sekundären Quellen (Nachrichtenagenturen, Internet, andere Medien, Pressemitteilungen), deren Verifizierung und ergänzende Recherchen auf Grundlage von konkreten Rechercheplanungen. Zudem werden Übungen zur Anbahnung, Vorbereitung, Durchführung und Nachbearbeitung von Interviews durchgeführt sowie Hintergrundgespräche beispielhaft geführt.</p>
Dozententeam	Prof. Horst Müller (Verantwortlich), Dipl.-Ing. (FH) Helmut Hammer, Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer, (NN) Studentische Tutoren
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 120 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 8 SWS) 180 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02021 Journalistische Darstellungsformen	2	2				Ms/90	1
	02022 Journalistische Arbeitstechniken	2	2					
Empf. Literatur	VON LAROCHE Walther: Einführung in den praktischen Journalismus, München 2008 ¹⁸ RAUE Paul-Josef, SCHNEIDER Wolf: Das neue Handbuch des Journalismus, Berlin 2003 ² SIMONS Anton: Redaktionelles Wissensmanagement, Konstanz 2007 ¹ MÜLLER Horst: Folter frei - Abu Ghraib in den Medien, Mittweida 2004 ¹							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0102							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienbetriebswirtschaft I	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0203		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul „Medienbetriebswirtschaft“ richtet sich an Studierende der Medienstudiengänge in den ersten Fachsemestern. Besondere Zugangsvoraussetzungen bestehen keine. Das Modul vermittelt grundlegende Kompetenzen, mit denen der Studierende in die Lage versetzt werden soll, betriebswirtschaftliche Zusammenhänge zu erkennen und medienpezifisch zu reflektieren. Angestrebt wird ein Überblickswissen, das es ermöglicht, sich in Fragestellungen eines Medienunternehmens relativ rasch und selbständig einzuarbeiten, bzw. Schwerpunkte für den weiteren Studienverlauf bewusst auszuwählen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul gibt zunächst einen Einblick in Denkweisen und Methoden der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, legt aber seinen Schwerpunkt auf die Betrachtung medienpezifischer Fragen: Medienprodukte werden auf zwei Märkten angeboten, dem Rezipienten- und dem Werbemarkt, und haben damit oft völlig konträren Interessen gerecht zu werden. Weiter können Medien nur bedingt auf eine Steigerung von Skalenerträgen setzen und, spiegelbildlich, auf sinkende Nachfrage nicht einfach mit einer entsprechenden Senkung der Ausbringungsmenge reagieren. Die Konzepte der „klassischen“ Betriebswirtschaft werden um entsprechende Antworten ergänzt. Die allgemeinbetriebswirtschaftliche Betrachtung befasst sich mit betriebswirtschaftlichen Grundbegriffen, Steuerungsgrößen in der Betriebswirtschaft, Funktionen der Wertschöpfungskette, Fragen der Standortwahl und institutionellen Inhalten, wie z.B. Regelungen zur Rechtsform eines (zu gründenden) Unternehmens, zu Umwandlung bzw. Fusion eines (bestehenden) Unternehmens oder der Unternehmensfinanzierung. Die Lehrveranstaltung „Geschäftsmodelle der Medien“ trägt dem Umstand Rechnung, dass Verlagshäuser und Sender neben dem Kerngeschäft auch andere Geschäftsfelder entdecken mussten. Zu einer Analyse erfolgreicher (und auch gescheiterter) Formate bzw. Extensions in den Bereichen Print, elektronische Medien und Online tritt auch eine Betrachtung „medienfremder“ Aktivitäten, die synergetisch zum Kerngeschäft passen.</p>		

Lernmethoden	Die Vorlesungen „Medienbetriebswirtschaft“ und „Geschäftsmodelle der Medien“ sind komplementär angelegt. Während erstere eher allgemein-theoretisch wirtschaftliche Fragestellungen aus der Perspektive des Medienunternehmens beantwortet, liefert die zweite konkrete Fallbeispiele, anhand derer Betriebswirtschaft erfahrbar gemacht werden soll. Wie jede andere Wissenschaft besitzt auch die Wirtschaftswissenschaft ein methodisches Handwerkszeug, das man beherrschen muss, will man ökonomische Fragestellungen lösen. Der Ablauf beider Vorlesungen sieht vor, dass nach Möglichkeit anhand von Fallstudien gearbeitet wird, mit denen der Stoff transparent und nachvollziehbar dargestellt wird.							
Dozententeam	Prof. Günther Graßau (Verantwortlich), Prof. Dr.-Ing. Hartmut Lindner, Prof. Dr. phil. Andreas Wrobel-Leipold							
Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02031 Medien-Betriebswirtschaftslehre	2					Ms/90	1
02032 Geschäftsmodelle der Medien		2						
Empf. Literatur	<p>ALTMANN Jörn: Wirtschaftspolitik, Stuttgart 2007⁸</p> <p>MANKIW Nicholas Gregory: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Stuttgart 2004³ aktuelle Auflage</p> <p>MANKIW Nicholas Gregory: Makroökonomik, Stuttgart 2003¹</p> <p>SCHÄFER-KUNZ Jan, VAHS Ditmar: Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart 2007⁵</p> <p>PEPELS Werner (Herausgeber): Betriebswirtschaftslehre im Nebenfach, Stuttgart 1999¹</p> <p>EICK Dennis: Exposee, Treatment und Konzept, Konstanz 2005¹</p> <p>BECK Hanno: Medienökonomie, Berlin 2005¹</p> <p>OLFERT Karl, RAHN Horst-Joachim: Einführung in die BWL, Ludwigshafen 2008⁹</p> <p>ALEXANDER Alison: Media Economics: Theory and Practice, Mahwak 2004¹</p> <p>DÖRING Ulrich, KAISER Hans, WÖHE Günther: Einführung in die allgemeine BWL, München 2008²³</p> <p>SCHRÖDER Michael, SCHWANEBECK Axel: Zeitungszukunft - Zukunftszeitung, München 2005¹</p> <p>YAGAPEN Markus: Filmgeschäftsführung, Konstanz 2007²</p> <p>CLEVE Bastian: Von der Idee zum Film : Produktionsmanagement für Film und Fernsehen, Konstanz 2004¹</p> <p>HOLMES Geoffrey: Interpreting Company Reports and Accounts, 2008¹</p>							

	ROBERTS Clare: International Corporate Reporting, 2008 ⁴ MARTIN John, TITMAN Sheridan: Valuation: The Art and Science of Corporate Investment Decisions, 2008 ¹
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0103

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienbetriebswirtschaft II	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0204		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10
Ausbildungsziele	<p>Ziel des Moduls ist es, grundlegende kaufmännische Denk- und Arbeitsweisen anhand von Fragestellungen aus der betrieblichen (Medien-)Praxis zu vermitteln. und so zu differenzierten Betrachtungs- und Gestaltungsweisen zu gelangen. Daneben sollen Kernkompetenzen vermittelt werden, die es den Studierenden ermöglichen, ökonomische Entscheidungsalternativen zu erkennen und anwendungsorientiert zu reflektieren.</p> <p>Die Studierenden sollen einfachere Fallgestaltungen selbständig lösen können und in die Lage versetzt werden, sich eigenständig in spezielle Fragestellungen des Themenfeldes einzuarbeiten.</p>		
Lehrinhalte	<p>1. Investition und Finanzierung Aufbauend auf dem Modul "Medienbetriebswirtschaft" ist die Vorlesung eine Vertiefung grundlegender Fragestellungen und Methoden der betrieblichen Investitions- und Finanzwirtschaft gewidmet: Interner Zinsfuß, gängige Kennzahlen zur Beurteilung von Investitionsvorhaben; Auswirkungen von Steuer und Unsicherheitsfaktoren auf Investitionsentscheidungen; Finanzierungsformen und -alternativen (Grundtypen der Innen- und Außenfinanzierung)</p> <p>2. Rechnungswesen Die Vorlesung vertieft die Inhalte aus dem Modul "Medienbetriebswirtschaft". Anhand von Beispielen aus dem Unternehmensalltag sollen die Studenten mit dem internen und externen Rechnungswesen vertraut gemacht werden. Nach der Klärung von Grundbegriffen werden Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung vorgestellt. Danach folgen wichtige Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung (Ist-, Normal, Plankostenrechnung) sowie Voll- und Teilkostenrechnung. Im externen Rechnungswesen werden die Bilanz und die Bilanzierungsregeln vorrangig behandelt. Zweck und Adressaten von Bilanzen werden erörtert. Anhand der Darstellung verschiedener Bilanzauffassungen wird ein erster Einblick in die Grundlagen der Bilanztheorie vermittelt. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf Eigenheiten und Besonderheiten der Bewertung und Bilanzierung in der Medienwirtschaft.</p> <p>3. Controlling Theorie und Organisation des Controlling. Wichtige Methoden und</p>		

	<p>Arbeitsweisen des Controllings: Abweichungsanalysen; Balanced Scorecard; Management-Informationssysteme</p> <p>4. Steuern Überblick über das Steuersystem der BRD: Durchführung der Besteuerung; wichtige Steuerarten (Ertragsteuern; Substanzsteuern; Verkehrssteuern); Grundlagen der betrieblichen Steuerpolitik</p> <p>5. Medien-Marketing Die Medienwirtschaft ist einerseits auf die Marketingaktivitäten anderer Wirtschaftszweige angewiesen, andererseits auch besonders aktiv bei eigenem Marketing. Die Veranstaltung führt in die Entwicklung und Philosophie des Marketing ein und widmet sich dem prozessorientierten Marketingansatz. Im Mittelpunkt steht das Marketing von Medienunternehmen. Hinzu kommen Grundlagen der Marktforschung.</p> <p>6. Projektmanagement Im Mittelpunkt der Lehrveranstaltung stehen: wichtige Projektphasen: Planung, Durchführung, Evaluierung; Project Launch; Strukturplanung; Zeitmanagement (Netzpläne); Ressourcen- und Kapazitätsmanagement</p>																																																					
Lernmethoden	Für alle Lehrveranstaltungen dieses Moduls kennzeichnend sind case studies: Durch Einzelbeispiele wird die grundsätzliche Thematik induktiv erschlossen. Daneben erhalten die Studierenden durch ggf. die Fallbearbeitung Gelegenheit, theoretisches Wissen praktisch zu reflektieren																																																					
Dozententeam	Prof. Günther Graßau (Verantwortlich), Prof. Dr.-Ing. Hartmut Lindner, Prof. Dr. phil. Andreas Wrobel-Leipold																																																					
Teilnahmevoraussetzungen	keine																																																					
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 150 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 10 SWS) 150 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																																																					
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>S/Ü</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>02041 Investition und Finanzierung</td> <td>1</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="3">Pls90</td> <td rowspan="3">1/2</td> </tr> <tr> <td>02042 Rechnungswesen</td> <td>1</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>02043 Medien-Marketing</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>02044 Steuern</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="3">Pls90</td> <td rowspan="3">1/2</td> </tr> <tr> <td>02045 Controlling</td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>02046 Projektmanagement</td> <td>1</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL	02041 Investition und Finanzierung	1	1				Pls90	1/2	02042 Rechnungswesen	1	1				02043 Medien-Marketing	2					02044 Steuern	1					Pls90	1/2	02045 Controlling		1				02046 Projektmanagement	1	1			
Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht																																															
	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL																																																	
02041 Investition und Finanzierung	1	1				Pls90	1/2																																															
02042 Rechnungswesen	1	1																																																				
02043 Medien-Marketing	2																																																					
02044 Steuern	1					Pls90	1/2																																															
02045 Controlling		1																																																				
02046 Projektmanagement	1	1																																																				

Empf. Literatur	<p>ZIMMER-HENRICH Werner: Projektmanagement, Bonn 2000¹ BEA Franz, SCHEURER Steffen: Projektmanagement: Grundwissen der Ökonomik, Stuttgart 2008¹ KÜPPER Hans-Ulrich, SCHWEITZER Marcell: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, München 2003⁸ BERENS Wolfgang, BORN Axel, HOFFJAHN Andreas ((Hg.)): Controlling international tätiger Unternehmen, Stuttgart 2000¹ HORVÁTH Péter: Controlling, München 2006¹⁰ PRADEL Marcus: Marketingkommunikation mit neuen Medien, München 1997¹ SÜCHTING Joachim: Finanzmanagement, Wiesbaden 1995¹ KUß Alfred, TOMCZAK Torsten: Marketingplanung, Wiesbaden 2002¹ BEA Franz Xaver, DICHTL Erwin, SCHWEITZER Marcell: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre Bd.2: Führung, Stuttgart 2001¹ REICHMANN Thomas: Controlling mit Kennzahlen und Managementberichten, Wiesbaden 2001⁵ KAPLAN Robert S., NORTON David P.: Balanced Scorecard, Stuttgart 2006⁶ KIRSCH H.: Einführung in die internationale Rechnungslegung nach IAS/IFRS, Berlin/Herne 2004¹⁵ BUSSE VON COLBE Walther, LAßMANN Gert: Betriebswirtschaftstheorie, Band 3 - Investitionstheorie, Berlin 0¹ aktuelle Auflage FRANKE Günter, HAX Herbert: Finanzwirtschaft des Unternehmens und Kapitalmarkt, Berlin 0¹ aktuelle Auflage PERRIDON Louis, STEINER Manfred: Finanzwirtschaft der Unternehmung, München 0¹ aktuelle Auflage LUDWIG Erhard, PRÄTSCH Joachim, SCHIKORRA Uwe: Finanzmanagement, München / Wien 2008⁴ MENSCH G.: Finanz-Controlling, München / Wien 2001¹ HORVÁTH Peter: Controlling, Wiesbaden 2003¹ DIETHELM G.: Projektmanagement - Band 1 Grundlagen, Herne 2000¹ DIETHELM G.: Projektmanagement - Band 2 Sonderfragen, Herne 2001¹ SCHWARZE J.: Projektmanagement mit Netzplantechnik, Berlin 2006⁹ WIENDAHL H.-P.: Betriebsorganisation für Ingenieure, München 2008⁶ VOLLERT K.: Marketing, Bayreuth 2006¹ DÄUMLER K. D.: Betriebliche Finanzwirtschaft, Berlin 2002⁸ SEIGEL Günter: Betriebliche Steuerlehre, 2002¹</p>
Weitere Verwendung	

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienproduktions-systeme Print/Online	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0205		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Bei Dateien für die Druckindustrie sind viele Merkmale notwendig, die in einer Büroumgebung oder bei reinen Bildschirmanwendungen nicht nötig sind. Diese sind in den meisten Fällen nicht unmittelbar am Bildschirm sichtbar und deshalb schwer zu beurteilen. Für diese Probleme sollen die Studenten sensibilisiert werden, so dass hier mögliche Fehlerquellen ganz vermieden oder doch zumindest wahrgenommen und Fachleute zur Lösung herangezogen werden können. Grundfertigkeiten im Umgang mit der an der Hochschule vorhandenen Digitaldrucktechnik als Arbeitsmittel für das ganze folgende Studium sollen beherrscht werden.</p> <p>Onlinemedien funktionieren letztlich immer über Computer. Deshalb vermittelt der Onlineteil den Studierenden das grundlegende Verständnis in die Arbeitsweise von Computern, Betriebssystemen und Netzwerkdiensten. Die Studierenden erwerben eine Anwendungskompetenz für Standardsoftware, erwerben grundlegende Fähigkeiten bei der Verwaltung von Datenbeständen mittels Datenbanksystemen. Gleichzeitig werden die Studierenden zur qualifizierten und kommunikativen Zusammenarbeit mit Informatikern befähigt.</p> <p>Ausgehend von der Geschichte und der Entwicklung der Computertechnik erhalten die Studenten einen Überblick über gebräuchliche Rechnerarchitekturen und deren Merkmale. Die Studierenden erlangen Kompetenz in der Beurteilung von Aufbau und Funktion von Computersystemen und deren Komponenten, wobei multimediale und medienrelevante Besonderheiten im Vordergrund stehen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Für einen Druckauftrag werden heute üblicherweise druckfertige Dateien vom Kunden geliefert, weshalb hier grundsätzlich erklärt werden soll, was bei solchen Daten unbedingt zu beachten ist und warum. Dies wird durch Beispiele an Bildschirm und im Ausdruck veranschaulicht. Auf die Besonderheiten der an der Hochschule vorhandenen Digitaldrucktechnik und deren Anforderungen wird vertieft eingegangen.</p> <p>Das Handwerkszeug für alle Onlinemedien ist der Computer. Dessen prinzipieller Aufbau und die Funktionsweise wird erklärt, auch wie mehrere Computer in Netzen zusammenwirken. Ferner wird ein systematischer Überblick über sogenannte Office-Anwendungen und deren Bedienung gegeben. Anhand einer Programmiersprache wird erläutert, wie prinzipiell ein Computer arbeitet.</p>		

Lernmethoden	In Vorlesung (2 SWS) und Seminar (1 SWS) Drucksysteme werden die Lehrinhalte mittels Bildschirmpräsentationen und realen Druckergebnissen veranschaulicht, wobei im Seminar das Erlernete mittels der an der Hochschule vorhandenen Digitaldrucktechnik geübt wird, so dass das Gelernte und Geübte durch eigene Aufgabenstellungen in der Selbststudienzeit vertieft werden kann. Ergebnisse aus der Selbststudienzeit werden im Seminar ebenfalls ausgewertet. Die Vorlesung „Computerkonfiguration“ (2 SWS) schafft die Grundlagen zum Verständnis des Aufbaus und der Funktion sowie der Kenngrößen von Rechnersystemen. Im Synchron verlaufenden Praktikum (1 SWS) werden die erworbenen Kenntnisse praktisch umgesetzt.							
Dozententeam	Dipl.-Ing.(FH) Christian Greim (Verantwortlich), Prof. Dr.-Ing. Wilfried Schmalwasser							
Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 90 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 6 SWS) 60 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02051 Drucksysteme	2	1				Ms/90	1
02052 Computerkonfiguration	2		1					
Empf. Literatur	KIPPHAN Helmut: Handbuch der Printmedien, Berlin 2000 ¹ JOBST F.: Programmieren mit Java, München 2001 ¹ PILNY M., WANDEL, M. : Grundwissen der EDV, Bd.1-3, Itzehoe 2001/02 ¹ SCHNEIDER U., WERNER D.: Taschenbuch der Informatik, Leipzig 2007 ⁶ DRÜMMER Olaf, MERZ Thomas: PostScript- &PDF-Bibel, München 2002 ²							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0104							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienproduktions-systeme AV	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0206		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	10
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt die Kernkompetenzen der grundlegenden Produktionsformen und -techniken der Medienbereiche Video und Audiotechnik. Die Studierenden erhalten einen Überblick über die genannten Medienbereiche, der auch als Orientierung für die Ausbildung spezialisierter Interessen dient. Das Modul ermöglicht, die Grundtechniken der genannten Medienbereiche fachlich analysieren und bewerten können. Durch eine Vielzahl praktischer Demonstrationen innerhalb der Übungen erhalten die Studierenden neben der Sach- und Fachkompetenz auch die Kompetenz zur praktischen Arbeit. Durch das Modul erlangen die Studierenden Kompetenz zur interdisziplinären Verknüpfung von publizistischen Inhalten mit den entsprechenden Techniken.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul gibt einen grundlegenden Überblick über Techniken und Methoden zur Produktion medialer Inhalte in den Bereichen Fernsehen, Hörfunk/Audiotechnik, Onlinemedien und Print. Behandelt werden in der Vorlesung Videoproduktion: Grundlegende Betrachtungen zur technischen Planung von Fernsehbeiträgen und das dafür notwendige technische Equipment, Bestandteile und Anwendung der Fernsehkamera und eine Einführung zum elektronischen Schnitt, in der Vorlesung Audioproduktion: Physikalische Grundlagen des Schalls, Elektroakustische Übertragungskette, Geräte der Audiotechnik, Analoge und Digitale Schallspeicherung, Aufnahme- und Wiedergabetechniken. In der Lehrveranstaltung Audio- und Hörfunkgeräte werden folgend grundlegenden Kenntnisse und Fähigkeiten vermittelt: Bedienung Reportagetechnik, O-Ton-Beschaffung, Einspielen von O-Tönen in das System, Grundlagen de Audioschnitts, Sendeablaufsteuerung, Musikplanung, Bedienung Sendepulte. In der Lehrveranstaltung EB-Kamera und Schnitt werden folgend grundlegenden Kenntnisse und Fähigkeiten vermittelt: Übersicht über die vorhandenen Kameras, Zubehör, Bedienelemente und Schnittstellen, Einrichten der Kamera, praktische Übungen unter Berücksichtigung gestalterischer Prinzipien. Dabei werden auch Grundlagen der Beleuchtung vermittelt. Auf dem Gebiet Videoschnitt werden folgende Inhalte vermittelt: Grundlagen des Schnitts, Bedienung und Umgang mit Hard- und Software, einfache Schnittübungen unter Berücksichtigung gestalterischer Schnitt- und Montageregeln.</p>		

Lernmethoden	Grundlage der Ausbildung sind die Vorlesungen „Grundlagen Audioproduktion“ (2 SWS) und „Grundlagen Videoproduktion“ (2 SWS), in denen den Studierenden das technische Grundwissen für die Erstellung disziplinärer und interdisziplinärer Medienproduktionen vermittelt wird. Der theoretische Unterricht wird unter Einbeziehung verschiedener Medien durchgeführt. In den Praktika "Audio- und Hörfunkgeräte" und "EB-Kamera und Schnitt" erfolgt die Einweisung der Studierenden anhand praktischer Vorführungen und Übungen in die vorhandene Technik als Grundlage für die späteren medienpraktisch ausgerichteten Module. Die Praktika schließen mit einem Labortestat ab, das eine weitere Benutzung der Technik in fortführenden Modulen gestattet.							
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), M.Sc. Rika Fleck, Prof. Dr.-Ing. Rainer Zschockelt							
Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	300 Stunden, davon: 120 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 8 SWS) 180 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02061 Grundlagen Audioproduktion	2					Ms/90	1
	02062 Grundlagen Videoproduktion	2						
	02063 Audio- und Hörfunkgeräte			2				
02064 EB-Kamera und Schnitt			2		LT/1			
Empf. Literatur	<p>VON APPELDORN Werner: Handbuch der Film- und Fernseh-Produktion, München 2002⁵</p> <p>BELLER Hans ((Hg.)): Handbuch der Filmmontage, Konstanz 2007⁵</p> <p>WEBERS Johannes: Handbuch der Film- und Videotechnik, Poing 2007⁸</p> <p>SCHMIDT Ulrich: Digitale Film- und Videotechnik, München 2008²</p> <p>WEINZIERL Stefan ((Ed.)): Handbuch der Audiotechnik, Berlin Heidelberg 2008¹</p> <p>FRIESECKE Andreas: Die Audio-Enzyklopädie, München 2007¹</p>							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0105							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienrecht	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0207		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt Grundlagen und Rechtsquellen des nationalen und europäischen Rechts, insbesondere des Medienrechts. Die Studenten sollen ein Problembewusstsein entwickeln, das es ihnen in der beruflichen Praxis ermöglicht, rechtliche Probleme zu erkennen, ggf. selbst zu bewältigen oder den Bedarf professioneller Unterstützung zu erkennen.		
Lehrinhalte	<p>Das Modul gibt einen Überblick über die Rechtsordnung im Allgemeinen und das Medienrecht im Besonderen.</p> <p>Die Vorlesung „Rechtsordnung“ beinhaltet: Allgemeines Staatsrecht; nationale und europäische Rechtsquellen; Rechtsgliederung der Bundesrepublik Deutschland, Gesetzgebung, Ausführung von Gesetzen, EU-Rechtssetzung; Überblick Zivil-, Straf- und Verwaltungsrecht, Aufbau der Gerichtsbarkeit.</p> <p>Die Vorlesungen „Privates Medienrecht“ sowie „Medienwirtschaftsrecht“ vermitteln die rechtlichen Grundlagen des Mediensystems. Dies umfasst insbesondere die Themen Medienfreiheiten im Grundgesetz, allgemeines Persönlichkeitsrecht und seine besonderen Ausprägungen als Recht am eigenen Bild, Ehrschutz, Recht auf informationelle Selbstbestimmung, Jugendschutz in den Medien, freiwillige Selbstkontrolle in den Medien, Urheberrecht, Recht der Werbung in den Medien, Presserecht, Vertragsgestaltung im Medienbereich, Markenrecht im Überblick, rechtliche Besonderheiten im Internet, internationale Bezüge im Medienrecht sowie Haftung für rechtswidrige Veröffentlichung in den Medien.</p>		
Lernmethoden	Die Vorlesungen „Rechtsordnung“ (1 SWS) befassen sich mit Funktionsweisen und Zusammenhängen zentraler demokratischer Prozesse. Durch die abgestimmte Verknüpfung von thematisch verbundenen Inhalten mit den Vorlesungen „Privates Medienrecht“ (2 SWS) sowie „Medienwirtschaftsrecht“ (3 SWS) entsteht Sachkompetenz. Die Studierenden befassen sich sowohl mit primären als auch mit sekundären Texten, die ihnen die Fertigkeit geben, das Modul zu vertiefen. Die einzelnen Themengebiete werden anhand von Überblicksinformationen, Texten, Grafiken, Filmen, aber auch mittels Fallbeispielen dargeboten und gelehrt.		

Dozententeam	Prof. Günther Graßau (Verantwortlich), Martin Deitenbeck, Dr. Johannes Handschumacher, Prof. Kurt-Ulrich Mayer							
Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 90 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 6 SWS) 60 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02071 Rechtsordnung der Bundesrepublik Deutschland Öffentliches Me	1					Ms/90	1
	02072 Privates Medienrecht	2						
02073 Medienwirtschaftsrecht	3							
Empf. Literatur	<p>VON LA ROCHE Walter: Einführung in den praktischen Journalismus, München 2008¹⁸</p> <p>VON APPELDORN Werner: Handbuch der Film- und Fernsehproduktion, München 2002⁵</p> <p>REHBINDER Manfred: Urheberrecht, München 2008¹⁵</p> <p>SCHACK Haimo: Urheber- und Urhebervertragsrecht, Tübingen 2005³</p> <p>BULLINGER Winfried, WANDTKE Artur: Fallsammlung zum Urheberrecht, Weinheim u.a. 2005²</p> <p>KÜPPER Hans-Ulrich, SCHWEITZER Marcell: Systeme der Kosten- und Erlösrechnung, München 2003⁸</p> <p>FECHNER Frank: Medienrecht, Stuttgart 2008⁹</p> <p>: Medienrecht, München 2006¹</p> <p>GEIGER A., GINDHARD T., NEUHAUS G.: Unternehmen Wellness, München 2005¹</p> <p>DÖRR Dieter: Handbuch Medienrecht. Recht der elektronischen Massenmedien, Frankfurt 2008¹</p>							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0106							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Visuelle Kommunikation	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0208		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul „Visuelle Kommunikation“ vermittelt Kernkompetenzen der erfolgreichen visuellen Darstellung von Personen und/oder Inhalten in medialen Situationen. Aufbauend auf Erkenntnissen der Wahrnehmungs- und Wirkungsforschung soll das Modul den Teilnehmer befähigen, die grundlegenden Formen und Einsatzmöglichkeiten von Grafik und Design zu beherrschen.		
Lehrinhalte	Die zentralen Lehrinhalte sind: Grundlegende Kenntnisse zu Bildinhalt, Bildaufbau und Bildkomposition; Wirkungen von Perspektive und Kamerastandort; Vermittlung von Kenntnissen und Erfahrungen zum Einsatz dramaturgischer und technischer Hilfsmittel zur Erzeugung von Effekten, Stimmungen oder Eindrücken; Grundlagen der Gestaltung: Grundformen, Proportionen, Farblehre, Farbsysteme, Komposition; Stilformen; Layout; Corporate Design Einsatz von Grafik und Design im Media Mix		
Lernmethoden	Die Lehrveranstaltung "Wahrnehmung und Wirkung" wird als Vorlesung und Übung durchgeführt. Die Vorlesung dient zur Vermittlung von Grundkenntnissen, die Übung soll diese Grundkenntnisse an Hand von Praxisbeispielen einüben und vertiefen. Die Lehrveranstaltung "Grafik und Bildgestaltung" gliedert sich ebenfalls in Vorlesung und Übung. In der Übung wird weitgehend die Bearbeitung praktischer Aufgaben im Mittelpunkt stehen, da nur so die Studenten individuell mit den zu vermitteln Inhalten vertraut gemacht werden können und den eigenständigen Einsatz und die Anwendung gezielt einüben können.		
Dozententeam	Prof. Horst Müller (Verantwortlich), Dipl.-Ing. Werner Mothes, Dipl. Design. (FH) Karen Reichel, Prof. Dr.-Ing. Robert J. Wierzbicki		
Teilnahmevoraussetzungen	keine		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehreinheitenformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02081 Wahrnehmung und Wirkung	1	1				Msn/MP	1
	02082 Grafik und Bildgestaltung	1	1					
Empf. Literatur	DÜCHTING Hajo: Grundlagen der künstlerischen Gestaltung, Köln 2003 ¹ THEATO Gerhard: Digitale Fotografie, St.Gallen 2003 ¹ ZUFFO Dario: Die Grundlagen der visuellen Gestaltung, Sulgen, Zürich 2002 ³ REUSCH Fritz (Herausgeber): Der kleine Hey – Die Kunst des Sprechens, Mainz 2000 ¹							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0107							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Wirtschaftsmathematik	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0209		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Durch die Vermittlung eines fundierten und anwendungsbereiten Wissens sowie grundlegender mathematischer Ausdrucks- und Denkweisen sollen die Studierenden die Grundkompetenz erlangen, mathematische Kenntnisse bei der Lösung wirtschaftlicher und technischer Problemstellungen anwenden zu können. Darüber hinaus sollen sie befähigt werden, gemeinsam mit Spezialisten komplexere Aufgabenstellungen zu bearbeiten. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, mit geeigneten Verfahren Lösungen im Rahmen der Modelle zu ermitteln. Weiter sollen moderne Office-Lösungen zur Berechnung finanzmathematischer Probleme von den Studierenden auf einfachem Niveau beherrscht werden.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul ist eine Einführung in die grundlegenden Gebiete der Wirtschaftsmathematik. Es werden die mathematischen Grundkenntnisse, die zur Lösung wirtschaftsmathematischer und technischer Problemstellungen erforderlich sind, vermittelt und typische Anwendungsaufgaben behandelt. Es umfasst folgende Inhalte: Lineare Algebra (Matrizen, lineare Gleichungssysteme, Anwendungen in der Produktionsplanung), Differentialrechnung einer und mehrerer Variablen (Ableitungen erster und höherer Ordnung, partielle Ableitungen, Kurvendiskussion, Extremwertaufgaben, Fehlerrechnung, wirtschaftliche und technische Anwendungen), Integralrechnung einer Variablen (unbestimmtes und bestimmtes Integral, Integrationsmethoden, wirtschaftliche und technische Anwendungen), Finanzmathematik (Zins- und Zinseszinsrechnung, Renten- und Tilgungsrechnung).</p>		
Lernmethoden	<p>In den Vorlesungen werden zu jedem Teilgebiet die mathematischen Grundkenntnisse bereitgestellt und ihre Anwendung zur Lösung von wirtschaftsmathematischen Aufgabenstellungen demonstriert. Dabei werden wirtschaftsmathematische Begriffe und Denkweisen vermittelt. Besonderer Wert wird auf die ökonomische Interpretation der Ergebnisse gelegt. Zu jedem Teilgebiet steht ein umfangreicher Aufgabenpool, bestehend aus Grund- und Anwendungsaufgaben, zur Verfügung. Anhand des in der Vorlesung erworbenen Wissens beschäftigt sich der Student selbstständig mit der Lösung der Aufgaben. In den Seminaren werden typische Aufgabenklassen ausführlich behandelt und inhaltliche Schwerpunkte wiederholt. Zur Ausprägung von Kompetenzen zum Lösen der gestellten Probleme werden in den Seminaren mit den Studenten die beim selbstständigen Lösen</p>		

	aufgetretenen Probleme beseitigt. Im Ergebnis eines jeden Seminars muss der Student in der Lage sein, die Aufgaben des entsprechenden Gebietes lösen zu können. Im Selbststudium soll neben der Arbeit mit der Literatur und dem Lösen der Übungsaufgaben die rechentechnische Umsetzung vollzogen werden. Zur Festigung des Wissens sind Konsultationen mit dem Vorlesenden bzw. Seminarleiter vorgesehen.							
Dozententeam	Prof. Dr. Regina Fischer (Verantwortlich)							
Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02091 Wirtschaftsmathematik	3					Ms/90	1
02092 Übung Wirtschaftsmathematik		2						
Empf. Literatur	BOSCH Karl: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, München Wien 2003 ¹ BOSCH Karl: Übungs- und Arbeitsbuch für Ökonomen, München Wien 2002 ¹ LUDERER Bernd, NOLLAU Volker, VETTERS Klaus: Mathematische Formeln für Wirtschaftswissenschaftler, Stuttgart Leipzig Wiesbaden 2002 ¹ PREUSS Wolfgang, WENISCH Günter: Lehr- und Übungsbuch. Mathematik in Wirtschaft und Finanzwesen, München Wien 1998 ¹ SCHWARZE Jochen: Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler, Herne Berlin 2002 ¹							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medieninformatik	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0210		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Die Lehrveranstaltung führt in die Grundlagen des Webseitenentwurfs sowie in die Programmierung mit der objektorientierten Programmiersprache Java ein.</p> <p>Die Studenten werden in die Lage versetzt, Internetauftritte selbst zu programmieren und den Code professionell gestalteter Webpräsentationen zu analysieren bzw. nach eigenen Vorstellungen zu ändern.</p> <p>Sie werden befähigt, die Syntax von Java zu verstehen und können einfache Applets und Applikationen nach vorgefertigten Mustern programmieren bzw. modifizieren.</p> <p>Grundlagen der Informatik vermittelt den Studierenden das grundlegende Verständnis in die Arbeitsweise von Computern, Betriebssystemen und Netzwerkdiensten. Die Studierenden erwerben eine Anwendungskompetenz für Standardsoftware, erwerben grundlegende Fähigkeiten bei der Verwaltung von Datenbeständen mittels Datenbanksystemen. Gleichzeitig werden die Studierenden zur qualifizierten und kommunikativen Zusammenarbeit mit Informatikern befähigt.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul beinhaltet folgende Schwerpunkte:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Grundlagen der Informatik 2. Einführung in Java 3. HTML / CSS <p>Theoretische Grundlagen und praktische Übungen zu folgenden Themen werden behandelt: Textformatierung, Verweise, Listen, Tabellen, Grafikeinbindung, Formulare, Frames, Einbettung von Objekten, Positionierung und Formatierung von Blöcken, dynamisch veränderbare Inhalte;</p> <p>Java-Entwicklungsumgebungen, Sprachelemente, Klassen, Objekte, Methoden, Schnittstellen, Ereignismodelle, Layouts, Variablen, Operatoren, Java-Applikationen, Applets.</p>		
Lernmethoden	<p>Die Seminare werden, weitgehend netzgestützt, in Rechnerkabinetten der Hochschule durchgeführt. Online steht umfangreiches Material zur Verfügung (vorbereitete HTML-Seiten, Skripte, Beschreibungen von Sprachelementen und Klassen, Programmbeispiele), in denen Studenten Begriffe, Definitionen und Erläuterungen zu den</p>		

	<p>behandelten Themenkreisen nachschlagen können. Außerdem finden sie dort Verweise auf weiterführende Seiten, Software und Anwendungen im Internet. Die Seminarteilnehmer erhalten verschiedene Aufträge, die sich auf Inhalte und Unterlagen behandelte Themenkomplexe beziehen. In einzelnen, aufeinander folgenden Lektionen zu verschiedenen Themen sind Aufgaben nach dem Prinzip "Learning by doing" unmittelbar am PC zu programmieren, vorbereitete Beispiele sind zu variieren; Unterstützung und Hilfe gibt der Dozent. Übungen fordern Modifizierungen oder Erweiterungen vorgegebenen Programmcodes. Viele Aufgaben bauen aufeinander auf und führen am Ende der Lehrveranstaltungen zur Erstellung von Belegen, die alle erarbeiteten Komponenten enthalten können.</p>							
Dozententeam	Prof. Dr. rer. nat. habil Peter Will (Verantwortlich), Prof. Dr.-Ing. Rainer Gaudlitz, Dipl.-Ing. Sieglinde Klimant							
Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	<p>150 Stunden, davon: 90 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 6 SWS) 60 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</p>							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02101 Grundlagen Informatik	1		1			Msn/PA	1
	02102 Grundlagen HTML / CSS		2					
02103 Einführung in JAVA		2						
Empf. Literatur	<p>SCHNEIDER U., WERNER D.: Taschenbuch der Informatik, Leipzig 2007⁶ LOUIS Dirk, MÜLLER Peter: Java 6 Kompendium, 2007¹ BELL Douglas, PARR Mike: Java für Studenten, 2003³ KRÜGER Guido, STARK Thomas: Handbuch der Java Programmierung, 2008⁵ SAVITCH Walter: Absolute Java, San Diego 2008³ SCHWARK Stefan: Java ME fürs Handy, 2007¹ FREEMAN Eric: HTML mit CSS und XHTML von Kopf bis Fuß, 2006² AGULAR Robert, CHUNG Dirk: HTML Ge-Packt, 2007³ HAUSER Tobias, MAURICE Florence, WENZ Christian: Das Website Handbuch - Kompendium, München 2007¹ WILL Peter: http://www.htwm.de/pwill/java.html, 2008³ WILL Peter: http://www.htwm.de/pwill/vhtml.html, 2007⁵</p>							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0109							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienwissenschaften	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0211		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Den Studierenden wird ein Einblick und Überblick über grundlegende Inhalte und Methoden der Kommunikationswissenschaft, wichtige Daten und Ereignisse der Mediengeschichte und moderne Lehr- und Lernformen in der sogenannten Informationsgesellschaft geboten. Dadurch erhalten die Studierenden die Fähigkeit, mediale Abläufe zu analysieren und zu bewerten, Perspektiven und Tendenzen zu prüfen und strukturelle Gegebenheiten einzuschätzen. Sie werden weiterhin befähigt, mit vorherrschenden Methoden und Theorien von Lehren und Lernen umzugehen und erhalten einen Einblick in die Funktionsweise von multimedialer Lehre und multimedialem Lernen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Schwerpunkte der Lehre sind grundlegende Inhalte, Richtungen und Methoden der Kommunikationswissenschaft, grundlegende Daten und Ereignisse der nationalen und internationalen Mediengeschichte und Formen und Techniken von Existenzgründungen vorwiegend im medialen Bereich.</p> <p>Gelehrt werden wichtige Theorien und Modelle der Kommunikationswissenschaft: Kommunikationsprozess, Kommunikationsmedium Sprache, Kommunikationsstörungen, Kommunikation und menschliche Sprache, Massenkommunikation inkl. Medienwirkungen und Ansätze der Publikumsforschung und kommunikationstheoretische Theorien und Ansätze. Es wird ein Einblick gegen in einschlägige Theorien und Forschungsansätze wie Uses-and-Gratification-Approach, Schweigespirale, Wissenskluthypothese und Agenda Setting. Berührt werden Gebiete der Werbe- und Kommunikationspsychologie und -soziologie.</p> <p>Die Studierenden erhalten einen Überblick über wichtige Epochen und Entwicklungen der Mediengeschichte: Printmedien seit Beginn der Schriftlichkeit, Hörfunk seit den 20er Jahren, Fernsehen seit den 30er Jahren und Neue Medien seit den 80er Jahren des 20. Jahrhunderts. Die Darstellung ist verbunden mit Einblicken in die Funktionszusammenhänge der diversen Gattungen und ihre Auswirkungen auf die politisch-gesellschaftlichen Entwicklungen.</p> <p>Es wird ein Überblick gegeben über Quellen und Methoden von Medienpädagogik und Mediendidaktik sowie über didaktische Strukturen von Lehre und Mediengestaltung. Die Studierenden erhalten Kenntnisse von der Bedeutung und den Möglichkeiten des</p>		

	Einsatzes medialer und multimedialer Medien und Lernmittel. Auf der didaktischen Ebene wird ein Überblick gegeben über gängige Lerntheorien und kognitionspsychologische Grundlagen sowie der Evaluation von Lernsystemen. Aktuelle Theorien wie das Modell der doppelten Kodierung, die Elaborationstheorie und die Component Display Theorie runden die Lehre ab.																																								
Lernmethoden	Die Vorlesungen und Lehrveranstaltungen konzentrieren sich auf wichtige Aspekte der Vermittlung von Schlüsselqualifikationen. In abgestimmter Weise werden mittels Primär- und Sekundärtexten, Grafiken, auditiven und visuellen Medien sowie durch die Dokumentation von Fallbeispielen Einblicke in medial und kommunikativ wirksame Zusammenhänge gegeben. Systematische Literaturarbeit und Recherche- und Informationsaufgaben fördern die praktische Anwendbarkeit.																																								
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer (Verantwortlich), Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer, Prof. Heinrich Wiedemann																																								
Teilnahmevoraussetzungen	keine																																								
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																																								
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>S/Ü</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>02111 Einführung in die Kommunikationswissenschaft</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="3">Ms/90</td> <td rowspan="3">1</td> </tr> <tr> <td>02112 Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>02113 Medienpädagogik und -didaktik</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL	02111 Einführung in die Kommunikationswissenschaft	2					Ms/90	1	02112 Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland	2					02113 Medienpädagogik und -didaktik	1											
	Lerneinheiten -units		SWS							Prüfungen	Gewicht																														
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL																																			
	02111 Einführung in die Kommunikationswissenschaft	2					Ms/90	1																																	
02112 Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland	2																																								
02113 Medienpädagogik und -didaktik	1																																								
Empf. Literatur	<p>MEISTER Dorothee, SANDER Uwe (Hg.): Einführung in die Medienpädagogik, Stuttgart 2008¹</p> <p>MALETZKE Gerhard: Kommunikationswissenschaft im Überblick, Wiesbaden 1998¹</p> <p>HICKETHIER Knut: Einführung in die Medienwissenschaft, Stuttgart Weimar 2003¹</p> <p>WILKE Jürgen: Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn 1999¹</p> <p>SCHANZE Helmut (Hg.): Handbuch der Mediengeschichte, Stuttgart 2001¹</p> <p>BURKART Roland: Kommunikationswissenschaft, Stuttgart 2002⁴</p> <p>BURKART Roland, HÖMBERG Walter (Hg.): Kommunikationstheorien, Wien 2007⁴</p> <p>HOLZWEIßIG Gunter: Die schärfste Waffe der Partei . Eine Mediengeschichte der DDR, Köln 2002¹</p> <p>LÖFFELHOLZ Martin, QUANDT Thorsten (Hg.): Die neue Kommunikationswissenschaft, Wiesbaden 2003¹</p>																																								

	<p>MERTEN Klaus: Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Münster 1999¹ LÖBLICH Maria, MEYEN Michael: Klassiker der Kommunikationswissenschaft, Konstanz 2006¹ SEGEBERG Harro (Hg.): Mediengeschichte des Films, München 1996¹ 3 Bde., 1996 bis 2000 HERZIG Bardo, TULODZIECKI Gerhard: Handbuch Medienpädagogik Band 2: Mediendidaktik, Stuttgart 2004¹ HÜTHER Jürgen, SCHORB Bernd (Hg.): Grundbegriffe Medienpädagogik, München 2005⁴ VOLLBRECHT Ralf: Einführung in die Medienpädagogik, Weinheim 2001¹</p>
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0114

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	PR-Management	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0212		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt Kompetenzen zur vorbereitenden Analyse, Konzeption und Umsetzung von Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit. Seine Absolventen sollen in die Lage versetzt werden, eine Institution öffentlichkeitswirksam in allen Medien darstellen zu können, bzw. die Leistungen entsprechender Beratungsunternehmen bzgl. Inhalt, Form und Kosten zu bewerten.		
Lehrinhalte	<p>Zunächst erhalten die Studierenden eine theoretische Einführung in Methoden und Techniken der persuasiven Kommunikation die dann an praktischen Beispielen überprüft bzw. umgesetzt werden. Der Praxisteil beginnt mit dem Briefing zu einem konkreten Projekt. Im nächsten Schritt erfolgt die strategische Planung. Dem Studierenden wird hier die Komplexität von verschiedenen Einflüssen wie, Zeit, Kosten, Produktionsleistung und Ethik, etc. gezeigt. Eine Einführung in die Mediaplanung hilft, die Medien zur Schaltung von Kampagnen auszuwählen von denen der größtmögliche, kostenoptimale Erfolg zu erwarten ist. Hier gilt es, eine Symbiose aus Erfahrung und Prognose zu simulieren. Die Variablen sind auch hier: Zeit, Kosten, Produktionsleistung und Ethik. Nach Einhaltung und Durchführung aller Regeln und Maßnahmen zur erfolgreichen Kampagne folgt die Publikumsforschung. Dies ist ein komplexes Messinstrument zur Feststellung von Erfolg und Misserfolg von Medien. Dem Studierenden werden Kenntnisse zur Spezifikation von Publikumsforschung in seminaristischer Form vermittelt. In den vier Variablen der Publikumsforschung:</p> <p>Leserschaftsforschung: Tageszeitung, Zeitschrift, Plakat Hörerschaftsforschung: Hörfunk Zuschauerforschung: Fernsehen, Kino User-Forschung: Internet</p>		
Lernmethoden	Die Vorlesung Tätigkeitsfelder und Zielgruppen vermittelt theoretische Kenntnisse, arbeitet aber gleichwohl mit praktischen Fallbeispielen aus Geschichte und Gegenwart sowie mit (Selbst-) Experimenten. In der Vorlesung „Instrumente, Verfahren, Strategien“ werden die Studierenden an die selbstständige Arbeit herangeführt: Ausgegangen wird vom Briefing und den Etatvorgaben eines Klienten. Dieses Briefing wird anhand der empirischen Sozialforschung überprüft und daraus schließlich ein Konzept für eine kleinere Medienkampagne erarbeitet. Die hier erarbeiteten Kenntnisse und Fähigkeiten sind		

	Voraussetzung für die Übung „Instrumente, Verfahren, Strategien“. In studentischen Arbeitsgruppen werden hier konkrete Maßnahmen der „klassischen“ wie der „neuen“ PR entwickelt, in Form eines „Pitch“ im Plenum präsentiert und schließlich umgesetzt.																											
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Andreas Wrobel-Leipold (Verantwortlich)																											
Teilnahmevoraussetzungen	keine																											
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																											
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>S/Ü</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>02121 Zielgruppen und Tätigkeitsfelder</td> <td>1</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="2">Ms/90</td> <td rowspan="2">1</td> </tr> <tr> <td>02122 Instrumente, Verfahren, Strategien</td> <td>1</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL	02121 Zielgruppen und Tätigkeitsfelder	1	1				Ms/90	1	02122 Instrumente, Verfahren, Strategien	1	1			
	Lerneinheiten -units		SWS							Prüfungen	Gewicht																	
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL																						
02121 Zielgruppen und Tätigkeitsfelder	1	1				Ms/90	1																					
02122 Instrumente, Verfahren, Strategien	1	1																										
Empf. Literatur	<p>ATKIN Charles K., RICE Ronald E.: Public Communication Campaigns, Newbury Park 2001³</p> <p>RÖTTGER Ulrike (Hg.): PR-Kampagnen: Über die Inszenierung von Öffentlichkeit, Wiesbaden 2006³</p> <p>STACKS Don W.: Primer of Public Relations Research, Guildford Press 2002¹</p> <p>REINEKE Wolfgang ((Herausgeber)): PR-Checkup: Arbeitshandbuch Öffentlichkeitsarbeit, Essen 2000¹ (Loseblattsammlung)</p> <p>BAERNS Barbara (Herausgeber): PR-Erfolgskontrolle. Messen und Bewerten in der Öffentlichkeitsarbeit. Verfahren, Strategien, Beispiele, Frankfurt/M. 1995¹</p> <p>KUNCZIK M.: Public Relations. Konzepte und Theorien., Köln, Weimar, Wien 2002⁴</p>																											
Weitere Verwendung																												

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Werbemanagement	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0213		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Die Studierenden sollen befähigt werden, werbliche Maßnahmen zu analysieren, zu konzipieren und schließlich umzusetzen. Dies nicht allein in Hinblick auf die klassischen Werbeträger Print, Rundfunk und Außenwerbung. In der digitalen Medienwelt entstehen laufend neue Inhalte und Kommunikationsplattformen. Das Nutzungsverhalten und die Kommunikation zwischen Marken und Konsumenten ändern sich damit fundamental. Das Modul beantwortet die Fragen nach der wirksamsten Platzierung im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit des Nutzers. Wie können Werbung und Mediaplanung mit dieser Entwicklung Schritt halten und in einer zunehmenden Medienflut ihre Wirksamkeit sichern?		
Lehrinhalte	Entwicklungsphasen und Determinanten der Werbung, Arten der Werbung (Produktwerbung, B2C, B2B), Ethik und rechtliche Grundlagen, Werbung als Funktion des Marketing, Planung von Werbemaßnahmen: Datenbeschaffung, -analyse und -synthese, Konzeptionslehre. Werbeträger im Überblick (Detaillierte Abdeckung in den Modulen Medienproduktion), Mediaanalyse und Mediaplanung. Gestaltung und Produktion von Werbemitteln. Erfolgsmessung.		
Lernmethoden	Vorlesung vermittelt zwar vorwiegend theoretische Inhalte arbeitet aber mit praktischen Beispielen und durchaus werblichen Mitteln: Die Theorie wird gleichsam am "lebenden Objekt" vorgestellt und kritisch analysiert. In der komplementär angelegten Übung werden die Studierenden an die praktische Umsetzung herangeführt: Ausgegangen wird vom Briefing und den Etativvorgaben eines Klienten. Dieses Briefing wird anhand von Daten der Sozial- bzw. Marktforschung überprüft und daraus schließlich ein Konzept für eine kleinere cross-media taugliche Kampagne erarbeitet. In studentischen Arbeitsgruppen werden konkrete Maßnahmen der „klassischen“ wie der „neuen“ PR entwickelt, in Form eines „Pitch“ im Plenum präsentiert und schließlich umgesetzt. Gearbeitet wird dabei nach Möglichkeit modulübergreifend und synergetisch zu Mediendesign, Medienproduktion, Journalistisches Arbeiten, Visuelle Kommunikation und Eventmanagement.		
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Andreas Wrobel-Leipold (Verantwortlich)		
Teilnahmevoraussetzungen	keine		

Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02131 Zielgruppen und Tätigkeitsfelder	1	1				Ms/90	1
02132 Instrumente, Verfahren, Strategien	1	1						
Empf. Literatur	<p>SCHNETTLER Josef, WENDT Gero: Konzeption und Mediaplanung für Werbe- und Kommunikationsberufe, Berlin 2003¹</p> <p>KOSCHNIK Wolfgang J. ((Hg.)): Werbewörterbuch (Deutsch-Englisch-Französisch), Köln, Berlin, New York 2000¹</p> <p>GABRYS Enrico, KOCH Rüdiger, UNGER Fritz: Mediaplanung: Methodische Grundlagen und praktische Anwendungen, Berlin 2007⁵</p> <p>DOMIZLAFF H.: Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens, Hamburg 1992¹</p> <p>HELD D., SCHEIER Ch.: Wie Werbung wirkt, Freiburg 2006¹</p> <p>KLOSS I.: Werbung - Handbuch für Studium und Praxis, München 2007¹</p> <p>SPURGEON Ch.: Advertising and New Media, Abingdon 2007¹</p>							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Angewandte Kommunikationsforschung	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0214		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt grundlegende Kompetenzen zum Verständnis und zum Einsatz von Methoden der Publikums-, Media- und Wirkungsforschung. Der Studierende wird in die Lage versetzt, Entscheidungen zu beurteilen und nachzuvollziehen, die durch solche Forschung zustande kommen. Er wird befähigt, die Instrumente der Medien- und Kommunikationsforschung aktiv zu nutzen und deren Anwendung auf Verlässlichkeit und Effizienz hin zu bewerten.</p> <p>Der Kontext dieser Entscheidungen umfasst zum einen den des journalistisch tätigen Redakteurs als Nutzer und gegebenenfalls auch Initiator empirischer Erhebungen, über deren Ergebnisse er sachgerecht und verständlich zu berichten hat. Zum anderen sind es Entscheidungen des Medien- oder Kommunikationsunternehmers bei der Vermarktung seiner Angebote, die aufgrund empirischer Medienforschung getroffen werden.</p> <p>Schwerpunkt in diesem Modul sind deshalb die empirischen Forschungsmethoden mit dem Blick auf die Methoden journalistischer Recherche und deren paralleler Methodenfragen (zum Beispiel beim Interview).</p> <p>Nach einer Einordnung in den Gesamtkontext empirischer (Sozial-) Forschung werden quantitative Methoden zur Evaluation von Publikum und Produkten vermittelt, aber auch qualitative Verfahren zur Abschätzung der Wirkung von Kommunikationsangeboten. Teil der praxisnahen Kommunikationsforschung ist ferner die systematische Einschätzung von Beschaffungsmärkten.</p> <p>Dazu gehören die statistischen Verfahren zu Ermittlung, Auswertung, Analyse und Darstellung der Ergebnisse aktueller Erhebungen ebenso wie das Know-how zur systematischen Erschließung von Informationen aus sekundären Datenquellen.</p> <p>Auch werden jeweils aktuelle Ansätze der Datenanalyse und Prognose vermittelt, die bei innovativen F&E-Vorhaben der Fakultät Medien entstehen, der sich auf die technischen Ressourcen der Hochschule stützt. Das Internet und andere breitbandige Kommunikationseinrichtungen dienen dabei gleichermaßen als Quellen zur Informationsgewinnung als auch zur Entwicklung neuer Forschungstechniken.</p>		

	<p>Das Modul nimmt die in den Modulen ‚Medien und Gesellschaft‘ und ‚Journalistisches Arbeiten‘ vermittelten und eingeübten Kompetenzen der Studierenden hinsichtlich des wissenschaftlichen und journalistischen Arbeitens auf, und ordnet bei erfolgter Belegung des Moduls ‚Medienwissenschaften‘ auch die dort vermittelten kommunikationswissenschaftlichen Grundlagen in einen weiteren Zusammenhang. Bei einer späteren Belegung von ‚Medienwissenschaften‘ motiviert das hier beschriebene Modul, die dort behandelten Theorien und Modelle in ihrer bleibenden Relevanz wahrzunehmen und einzuordnen.</p> <p>Das hier beschriebene Modul ‚Angewandte Kommunikationsforschung‘ eröffnet damit in der Zusammenschau aller genannten Aspekte den Zugang zu einem breiteren und praxisorientierterem Verständnis der Kommunikationsforschung.</p>
Lehrinhalte	<p>Das Modul führt in die Begriffe, Regeln und Ansätze der empirischen Kommunikationsforschung ein. Es macht die Teilnehmer mit dem Forschungsprozess vertraut und stellt die in der Forschung genutzten Verfahren im einzelnen vor. Der Weg von der Ausgangsfragestellung zu einer konkreten Untersuchung wird vermittelt und nachvollzogen: von der Benennung des Problems über Theorien, Modelle, Begriffe und Hypothesen zu Variablen und deren Operationalisierung bis hin zur Datenerhebung, Auswertung, Analyse und Präsentation der Ergebnisse. Untersuchungsstrategien werden diskutiert und Gütekriterien aufgestellt. Einzelne Methodengruppen werden mit den ihnen spezifischen Forschungstechniken behandelt: Befragung, technische Messung, Inhaltsanalyse, Beobachtung, Experiment, Internetforschung, Erschließung von Sekundärdaten.</p> <p>Im Modul werden die statistischen Kenntnisse vermittelt, die die Studierenden des Studiengangs benötigen: Deskriptive Statistik (Kennziffern und Messwerte), Wahrscheinlichkeitstheorie, Stichprobentheorie und Auswahlverfahren, Hypothesenprüfung, Varianzanalysen, ausgewählte multivariate Analyseverfahren (Faktoren-, Cluster- und Diskriminanzanalyse). Es wird der Umgang mit rechnergestützten Verfahren zur Datenaufbereitung und -analyse vermittelt.</p> <p>Das Modul gibt Einblick in bedeutende Untersuchungen der standardisierten Medienforschung, mit denen die Nutzung von Hörfunk, Fernsehen und Printmedien kontinuierlich beobachtet wird.</p> <p>Wichtige Studien aus Medienwirkungsforschung und Programmanalyse werden vorgestellt: ihre Ansätze und Verfahren, ihre Ergebnisse und ihre Bedeutung für die Kommunikationswirtschaft.</p> <p>Diese Untersuchungen dienen einer praxisnahen Vermittlung aktueller Erhebungs- und Analysetechniken. Es wird Wert darauf gelegt, dass diese Daten nicht nur interpretiert, sondern auch für die Nutzung am Beschaffungsmarkt aufbereitet und mit geeigneten Informationen aus Datenbanken ergänzt werden.</p>
Lernmethoden	<p>Das Modul gliedert sich in:</p> <ul style="list-style-type: none"> - eine Vorlesung Einführung in die empirische Medienforschung zu wissenschaftlichen Grundlagen und zur Methodik

	<p>- eine Vorlesung zur Statistik für die Medienforschung sowie - ein Seminar Publikumsforschung und Datenanalyse.</p> <p>Das Seminar setzt an konkreten Beispielen aus der aktuellen Forschung die in den beiden Vorlesungen vermittelten methodischen und statistischen Kenntnisse praktisch um. In der Begleitung laufender Forschungsvorhaben lernen die Studierenden, eigene Projekte zu entwickeln und durchzuführen.</p>							
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer (Verantwortlich), Dr. phil. Klaus Christian Forster, Dr. phil. Dietrich Hildebrandt, Prof. Klaus Liepelt, Dr. Christian Metje							
Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 90 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 6 SWS) 60 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02141 Einführung in die empirische Medienforschung	2					Ms/90	1
	02142 Statistik für die Medienforschung	2						
02143 Publikumsforschung und Datenanalyse		2						
Empf. Literatur	<p>BORTZ Jürgen, DÖRING Nicola: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Berlin, Heidelberg 2006⁴</p> <p>MEYEN Michael: Mediennutzung, Medienforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster, Konstanz 2004²</p> <p>KIPPHAN Helmut: Handbuch der Printmedien, Berlin 2000¹</p> <p>BROSIUS H. B., HAAS A., KOSCHEL F.: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung, Wiesbaden 2008⁴</p> <p>KÜCHENHOFF Helmut, MATHES Harald: Statistik für Kommunikationswissenschaftler, Konstanz 2006²</p> <p>KLAMMER Bernd: Empirische Sozialforschung: Eine Einführung für Kommunikationswissenschaftler und Journalisten, Konstanz 2005¹</p> <p>WEISCHER Christoph: Sozialforschung, Konstanz 2007¹</p>							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Gründungsmanagement	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0215		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	In der Medienbranche ist, verstärkt in den vergangenen Jahren, die klassische Festanstellung seltener geworden. Das Modul vermittelt die notwendigen Kernkompetenzen zur Gründung eines eigenen Unternehmens oder den Start als "Freier Mitarbeiter". Das Modul vermittelt daneben wichtige Fachkompetenzen, notwendige Schritte und nützliche Tools für die individuelle Gründungssituation zu erkennen und einzusetzen.		
Lehrinhalte	<p>Existenzgründung: Die Vorlesung stellt die wichtigsten Aufgabenfelder bei einer Unternehmensgründung oder einem Start als Freier Mitarbeiter vor: Bewertung von Gründungswegen; Finanzierung und Förderung; Steuern, Recht und Personal; Kalkulation, Rechnungswesen und Controlling; Marketing und Auftragsakquise</p> <p>Ideen- und Innovationsmanagement: Um dauerhaft im Medienmarkt erfolgreich zu sein, ist ein professionelles Innovationsmanagement nötig. Es kann Inhalt (Content) oder Technik umfassen. Die Vorlesung präsentiert Wege und Instrumente zur Generierung von Ideen, zur Implementierung der Ideen im eigenen Unternehmen und zur Durchsetzung im Markt.</p> <p>Gründungswerkstatt: In der Veranstaltung werden zentrale Phasen der Gründung simuliert und eingeübt. Dazu zählen die Erarbeitung und Präsentation des Businessplans; die Vorbereitung auf das Bankgespräch; die Suche nach Fördermitteln</p>		
Lernmethoden	<p>Beide Vorlesungen stellen zentrale Aufgaben und Instrumente für den Prozess der Unternehmensgründung sowie die permanente Aufgabe des Innovationsmanagements vor.</p> <p>In der Lehrveranstaltung Gründungswerkstatt werden in Form von Case Studies Prozesse und Tools der Unternehmensgründung praxisnah erprobt und der Einsatz geübt.</p>		
Dozententeam	Prof. Günther Graßau (Verantwortlich), Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer, Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer		

Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02151 Existenzgründung	2					Msn/PA	1
	02152 Ideen- und Innovationsmanagement		1					
02153 Gründungswerkstatt		2						
Empf. Literatur	HAUSSCHILDT Jürgen: Innovationsmanagement, München 2004 ³ DOWLING Michael, DRUMM Hans Jürgen: Gründungsmanagement: Vom erfolgreichen Unternehmensstart zu dauerhaftem Wachstum, Berlin 2003 ¹ KOCH Lambert, ZACHARIAS Christoph: Gründungsmanagement, 2001 ¹							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0113 B.A. Gesundheitsmanagement, Modul 0522 B.A. Business Management, Modul 0621							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Human Resource Management	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0216		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Der Personalbereich hat auf strategischer Ebene eine fundamentale Bedeutung, und zwar nicht nur in Bezug auf Neueinstellungen, sondern auch und gerade in der Ausschöpfung und Erweiterung der Potenziale des vorhandenen Mitarbeiterstammes. Die Studierenden sollen grundsätzlich befähigt werden, Mitarbeiter so auszuwählen, einzusetzen und zu motivieren, dass sie zur Leistungsfähigkeit und zum Erfolg des Unternehmens beitragen. Ein wirkungsvolles HRM führt damit zur Entfaltung des einzelnen Mitarbeiters und zum Unternehmenserfolg gleichermaßen. Ziel des Moduls ist es, die Fähigkeit zur selbständigen und eigenverantwortlichen Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden auf dem Gebiet des betrieblichen Personalmanagements zu vermitteln. Dazu gehören das strategische HRM, die Instrumente der Personalpolitik sowie rechtliche und administrative Fragen des HRM.</p>		
Lehrinhalte	<p>Die Vorlesung Personalmanagement (2 SWS) vermittelt grundlegende Kenntnisse zu Methoden und Instrumenten des Personalwesens, insbesondere dem Führen („Leadership-Modelle“) und Motivieren (Anreiz- und Bonussysteme, Personalgespräche) von Mitarbeitern und der Organisationsentwicklung mit dem Ziel, den „Faktor Mensch“ mit den Anforderungen von Globalisierung, technischem Fortschritt und Marktanpassungsfähigkeit optimal zu erfüllen in Einklang zu bringen.</p> <p>Die Vorlesung Arbeitsrecht (1 SWS) behandelt die Bereiche des individuellen und des kollektiven Arbeitsrechts, die für die Personalwirtschaft von besonderer Bedeutung sind. So Begründung, Inhalt, Übergang und Beendigung eines Arbeitsverhältnisses, bzw. Koalitions- und Tarif- Arbeitskampf- und Betriebsverfassungsrecht. Die Vorlesung/Übung Casting / Recruitment (1+1 SWS) befasst sich mit der Definition von Stellenbeschreibungen, der Auswahl adäquater Medien für die Personalsuche sowie gängigen Verfahren zur Einschätzung menschlicher Potentiale. Während die Vorlesung eher theoretisch-allgemein vorgeht, werden in der flankierenden Übung Rollenspiele und Simulationen eingesetzt.</p>		

Lernmethoden	Das Modul verbindet theoretische Analysen mit praktischen Anwendungsbeispielen und bezieht relevante Ergebnisse benachbarter Disziplinen mit ein. Im praktischen Teil lassen sich z.B. Fragen der Strukturierung und Organisation von Arbeitsaufgaben bzw. der Hierarchiebildung durch Vergabe von Gruppenarbeiten simulieren und auswerten. Eine hinreichende Zahl ausländischer Studierender bzw. von Studenten, die einen Arbeits- oder Studienaufenthalt im Ausland vorweisen können, gestattet zudem die Diskussion und Analyse unterschiedlicher work-cultures anhand persönlicher Erfahrungen.							
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Andreas Wrobel-Leipold (Verantwortlich), Prof. Günther Graßau, Dr.-Ing. Dietmar Sobottka							
Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 90 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 6 SWS) 60 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02161 Personalmanagement	2					Ms/90	1
	02162 Arbeitsrecht	1	1					
02163 Recruitment	1	1						
Empf. Literatur	<p>OLFERT Klaus, STEINBUCH Pitter: Organisation, Ludwigshafen 2006¹⁴</p> <p>BERGEMANN Niels: Interkulturelles Management, Berlin 2002³</p> <p>MEIER Harald, ROEHR Sigmar ((Hg.)): Einführung in das Internationale Management, Herne, Berlin 2004¹</p> <p>DOMSCH Michel E., REGNET Erika, ROSENSTIEL Lutz von: Führung von Mitarbeitern - Fallstudien zum Personalmanagement, Stuttgart 2001²</p> <p>ULICH Eberhard: Arbeitspsychologie, Stuttgart 2005⁶</p> <p>HROMADKA Wolfgang, MASCHMANN Frank: Arbeitsrecht. Bd.1: Individualarbeitsrecht, Heidelberg 2005²</p> <p>BELL Cecil H., FRENCH Wendell L.: Organisationsentwicklung – sozialwissenschaftliche Strategien zur Organisationsveränderung, Stuttgart 2008⁵</p> <p>ROSENSTIEL Lutz von: Führung von Mitarbeitern, Stuttgart 2009⁶</p> <p>SCHULER Heinz ((Hg.)): Lehrbuch der Organisationspsychologie, Bern 2007⁴</p> <p>COMELLI Gerhard, ROSENSTIEL Lutz von: Führung durch Motivation, München 2008⁴</p> <p>HROMADKA Wolfgang, MASCHMANN Frank: Arbeitsrecht. Bd.2 : Kollektivarbeitsrecht und Arbeitsstreitigkeiten, Heidelberg 2007²</p> <p>KIRCHLER Erich: Arbeits- und Organisationspsychologie, Stuttgart 2008²</p> <p>SÖLLNER Albrecht: Einführung in das Internationale Management, Wiesbaden 2007¹</p>							

	STEINERT Carsten: Der Weg zur Führungskraft, Hamburg 2000 ¹⁸ IN: Gordon, Thomas (Hg.), Managerkonferenz: Effektives Führungstraining HILB Martin: Integriertes Personalmanagement: Ziele - Strategien - Instrumente, Köln 2007 ¹⁷
Weitere Verwendung	B.A. Business Management, Modul 0617

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Eventmanagement	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0217		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Messen und Veranstaltungen bieten die besten Voraussetzungen für intensiven Kontakt und direkten Meinungsaustausch mit dem Kunden. Entsprechende Auftritte bedürfen deshalb der sorgfältigen Vorbereitung. Das Modul vermittelt theoretische Fachkenntnisse und vertiefende medienspezifische Kenntnisse und Methoden sowie spezifische Fertigkeiten zur Kalkulation Etat- Planung und Kontrolle von Veranstaltungen. Inkl. deren praktische Umsetzung im Rahmen der Übung. Neben der Fachkenntnis über Methoden und konkreter Planung von Veranstaltungen werden insbesondere die Methodenkenntnisse von Planungs- und Projektarbeit während der Übung vertieft, durch die integrierte Projektarbeit auch die Selbstkompetenz entwickeln.. Deren seminaristische Form soll gleichzeitig die Sozial- und Mitteilungskompetenz entwickeln und festigen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Managementtechniken im Messe-, Sport- und Eventsektor, Vertriebs-, Projekt- und Veranstaltungs-, Kosten Finanz- und Qualitätsmanagement. Controllingkonzepte und Organisation von Controllingvorhaben. Einsatz von Personal und Ressourcen. Ebenfalls gehören die einzelnen Phasen und deren Umsetzung im Rahmen einer Messeplanung und Realisation zur Veranstaltung. Darüber hinaus Planung von Messeveranstaltungen und Events, Erstellen von Netzplänen, Konzeption eines Messestandes. In der Übung erfolgt eine Umsetzung in eine detaillierte Konzeption und Planung</p>		
Lernmethoden	<p>Die Vorlesung vermittelt zwar vorwiegend theoretische Inhalte, arbeitet aber mit praktischen Beispielen und durchaus werblichen Mitteln: Die Theorie wird gleichsam am "lebenden Objekt" vorgestellt und kritisch analysiert. In der komplementär angelegten Übung werden die Studierenden an die praktische Umsetzung herangeführt: Ausgegangen wird vom Briefing und den Etatvorgaben eines Klienten. Dieses Briefing wird anhand von Daten der Sozial- bzw. Marktforschung überprüft und daraus schließlich ein Konzept für eine kleinere cross-media taugliche Eventkonzeption erarbeitet. In studentischen Arbeitsgruppen werden konkrete Maßnahmen entwickelt, in Form eines „Pitch“ im Plenum präsentiert und schließlich umgesetzt.</p>		
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Andreas Wrobel-Leipold (Verantwortlich)		

Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02171 Zielgruppen und Tätigkeitsfelder	1	1				Ms/90	1
02172 Instrumente, Verfahren, Strategien	1	1						
Empf. Literatur	HOLZBAUR Ulrich (et al.): Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Heidelberg 2005 ³ SCHÄFER Stephan: Event-Marketing, Berlin 2004 ¹ NICKEL O. (Hg.): Eventmarketing, München 2007 ² NUFER G.: Event-Marketing und -Management. Unter Berücksichtigung der Imagewirkungen, Wiesbaden 2007 ³							
Weitere Verwendung								

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienpraxis Print 1	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0218		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul zielt auf einen reflektierenden Transfer der theoretischen Kenntnisse aus den Grundlagenvorlesungen in den Kontext der redaktionellen und medienpraktischen Arbeit im Bereich der Printproduktion. Die einschlägigen medienwissenschaftlichen, medienrechtlichen, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnisse werden in konkreten Medienproduktions-szenarien angewendet.</p> <p>Das für alle Studierenden obligatorische Modul baut auf den im Modul "Journalistisches Arbeiten" vermittelten Grundlagen auf. Durch die Mitarbeit in Ausbildungsredaktionen werden die Teilnehmer in die Lage versetzt, Themen zu finden, Informationen auszuwählen, zu verifizieren, ergänzende Recherchen weitgehend selbstständig durchzuführen und journalistische Textbeiträge zu erstellen. Die praxisnahe Ausbildung umfasst ebenfalls die optische Umsetzung der eigenen journalistischen Arbeiten mit Hilfe üblicher und verbreiteter Layoutprogramme (InDesign).</p> <p>Die Veröffentlichung der journalistischen Texte in den Medien der Fakultät Medien an der Hochschule Mittweida setzt besonders sorgfältiges Arbeiten in einem redaktionellen Workflow unter Einhaltung organisatorischer Rahmenbedingungen (z.B. Einhaltung von Abgabe-, Druck- bzw. Veröffentlichungsterminen) voraus. Erfahrungsgemäß zeigen die Teilnehmer unter diesen praxisnahen Bedingungen ein besonders hohes Engagement.</p> <p>Beide Lehrveranstaltungen führen die theoretische und praktische Arbeit so zusammen, dass die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion verorten können.</p>		
Lehrinhalte	<p>Die praxisnahe Ausbildung erfolgt in Lehrredaktionen. In diesem Modul stehen redaktionelle Arbeitsabläufe für textbasierte Inhalte im Mittelpunkt. Dabei werden allerdings auch die Erstellung bzw. Auswahl von textbegleitendem Bildmaterial und Grafiken berücksichtigt.</p> <p>Die Ausbildungsredaktion "Novum" erstellt eine wöchentlich erscheinende Ausbildungszeitung, die im Raum Mittweida kostenlos verteilt wird. Inhaltliche Schwerpunkte bilden neben der regionalen Berichterstattung, die Ressorts Politik, Wirtschaft und Kultur. Dabei kommen</p>		

	<p>alle journalistischen Darstellungsformen (Nachricht, Bericht, Hintergrund, Reportage, Feature, Interview und Kommentar) zum Einsatz.</p> <p>In der Ausbildungsredaktion "Kundenzeitung" werden in Kooperation mit Unternehmen (Dummy-)Ausgaben von unterschiedlichen Kundenzeitungen und Kundenzeitschriften erstellt. Die Teilnehmer werden zunächst in die Arbeitsabläufe einer aktuellen Zeitungsredaktion eingewiesen und erstellen Übungsbeiträge sowie Testausgaben, bevor sie unter realen Rahmenbedingungen produzieren. Ziel sind Konzeption und Umsetzung einer serviceorientierten Publikation, die zwar einerseits die Interessen des "Auftraggebers" berücksichtigt, gleichzeitig jedoch auch journalistischen Ansprüchen genügt. In der Ausbildungsredaktion des Internetportals medien-mittweida werden Textbeiträge in allen journalistischen Darstellungsformen erstellt und veröffentlicht. Neben Hintergrundinformationen zu politischen und gesellschaftlichen Themen bildet die Berichterstattung über Entwicklungen in den Medien einen Schwerpunkt.</p>
Lernmethoden	<p>Methodisch werden die Ausbildungsziele durch zwei Lehrveranstaltungen umgesetzt, die aufeinander abgestimmt auf das Modulziel hinarbeiten:</p> <p>In der Lehrveranstaltung Praxisreflexion / Branchenreflexion wird die medienpraktische Arbeit im Bereich Print an externen Beispielen und eigenen Produktionen analysiert und reflektiert. Besonderes Augenmerk liegt auf der Anwendung der Grundlagen des journalistischen Arbeitens, der Medienproduktionssysteme Print/Online, dem Medienrecht und dem Modul Medien und Gesellschaft, der visuellen Kommunikation und der Medienwissenschaften.</p> <p>In der zweiten Lehrveranstaltung Redaktion/Produktion erstellen die Teilnehmer erste Übungstexte, die von den betreuenden Dozenten redigiert werden. Das Tutorium umfasst die redaktionelle Arbeit in den Ausbildungsredaktionen, die praxisnah organisatorisch und hierarchisch aufgebaut sind. Die Dozenten nehmen dabei die Position von Ausbildungsredakteuren ein und stehen den Teilnehmern als Instruktoren und Ratgeber zur Verfügung. Regelmäßige Feedbacks erfolgen in Form von Einzelgesprächen und während der Redaktionssitzungen, die wöchentlich durchgeführt werden. Parallel werden Fortbildungsveranstaltungen durchgeführt, um die Fertigkeiten der Teilnehmer bei der Texterstellung und der Bedienung der eingesetzten Software weiter zu entwickeln. Damit verankern die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Printproduktion.</p>
Dozententeam	<p>Prof. Horst Müller (Verantwortlich), Dipl.-Ing.(FH) Christian Greim, Dipl.-Ing. (FH) Helmut Hammer, Prof. Klaus Liepelt, (NN) Studentische Tutoren, Prof. Dr. phil. Andreas Wrobel-Leipold</p>
Teilnahmevoraussetzungen	keine

Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02181 Praxisreflexion / Branchenreflexion		2				Msn/MP	1
	02182 Redaktion / Produktion				2			
Empf. Literatur	<p>BUCHHOLZ Goetz: Ratgeber Freie, Stuttgart 2000¹</p> <p>PÜRER Heinz: Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen, München 2000¹</p> <p>SEITFUDEM Gerhard: Professionell schreiben, Erlangen 2007³</p> <p>FÖRSTER Hans-Peter: Texten wie ein Profi, Frankfurt/Main 2007⁹</p> <p>WEICHLER Kurt: Redaktionsmanagement, Konstanz 2003¹</p>							
Weitere Verwendung	<p>B.Eng. Medientechnik, Modul 0112</p> <p>B.Eng. Medientechnik, Modul 0140</p> <p>B.A. Medienmanagement, Modul 0221</p>							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienpraxis Fernsehen 1	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0219		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul zielt auf einen reflektierenden Transfer der theoretischen Kenntnisse aus den Grundlagenvorlesungen in den Kontext der redaktionellen und medienpraktischen Arbeit im Bereich der Fernsehproduktion. Die einschlägigen medienwissenschaftlichen, medienrechtlichen, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnisse werden in konkreten Medienproduktionsszenarien angewendet.</p> <p>Das Modul vermittelt durch die Arbeit in einer Ausbildungsredaktion Kernkompetenzen der Produktion von Filmbeiträgen für ein formatiertes Fernseh-Magazin. Auf diese Weise sollen die Teilnehmer erste grundlegende Erfahrungen im Bereich des Fernsehjournalismus und der Fernsehproduktion sammeln. Das Modul vermittelt die Fachkompetenz, fernsehtypische Redaktions- und Produktionsabläufe kennenzulernen, einzuüben und so zu beherrschen. Das Modul vermittelt durch die praktische Arbeit Anwendungskompetenzen für das bisher erlangte journalistisch-publizistische und technische Grundlagenwissen im Fernsehen, die den Studierenden in die Lage versetzen, journalistische Beiträge, Nachrichten und Moderationen im Fernsehen nach fachlichen Gesichtspunkten zu analysieren, in Hinblick auf die professionelle Qualität zu bewerten und auf hohem Niveau zu erstellen.</p> <p>Beide Lehrveranstaltungen führen die theoretische und praktische Arbeit so zusammen, dass die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion verorten können.</p>		
Lehrinhalte	<p>Aufbauend auf der Definition eines typischen Fernsehformats stehen die Produktion von Magazinbeiträgen im Mittelpunkt der Veranstaltung. Die wichtigsten Arbeitsschritte von der Themenidee über die fernsehgerechte Umsetzung und die Produktion bis zur Endabnahme werden an Hand von Magazinbeiträgen erlernt.</p>		
Lernmethoden	<p>Methodisch werden die Ausbildungsziele durch zwei Lehrveranstaltungen umgesetzt, die aufeinander abgestimmt auf das Modulziel hinarbeiten:</p> <p>In der Lehrveranstaltung Praxisreflexion / Branchenreflexion wird die medienpraktische Arbeit im Bereich des Fernsehens an externen</p>		

	<p>Beispielen und eigenen Produktionen analysiert und reflektiert. Besonderes Augenmerk liegt auf der Anwendung der Grundlagen der visuellen Kommunikation, der Medienwissenschaften und der redaktionellen Kenntnisse der Studierenden sowie der Grundlagen aus den Modulen Medienproduktionssysteme Audio/Video, Medienrecht und Medien und Gesellschaft.</p> <p>In der zweiten Lehrveranstaltung Redaktion/Produktion produzierende Teilnehmer unter Anleitung Beiträge für ein Fernsehformat. Im Tutorium werden die Inhalte der Beiträge und die Umsetzung der Themenidee mit den Gestaltungsmitteln des Fernsehens sowie die dafür notwendigen Produktionstechnik abgesprochen, die Einhaltung überwacht und die Ergebnisse ausgewertet. Damit verankern die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion.</p>																													
Dozententeam	Prof. Günther Graßau (Verantwortlich)																													
Teilnahmevoraussetzungen	keine																													
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																													
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>S/Ü</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>02191 Praxisreflexion / Branchenreflexion</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Msn/MP</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>02192 Redaktion / Produktion</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL	02191 Praxisreflexion / Branchenreflexion		2				Msn/MP	1	02192 Redaktion / Produktion				2			
Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht																							
	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL																									
02191 Praxisreflexion / Branchenreflexion		2				Msn/MP	1																							
02192 Redaktion / Produktion				2																										
Empf. Literatur	<p>BUCHHOLZ Axel, SCHULT Gerhard: Fernsehjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, München 2006⁷</p> <p>BLAES Ruth, HEUSSEN Gregor Alexander (Herausgeber): ABC des Fernsehens, Konstanz 1997¹</p> <p>DRESS Peter: Vor Drehbeginn, Bergisch Gladbach 2002¹</p> <p>WEICHLER Kurt: Redaktionsmanagement, Konstanz 2003¹</p> <p>ORDOLFF Martin: Fernsehjournalismus, Konstanz 2005¹</p>																													
Weitere Verwendung	<p>B.Eng. Medientechnik, Modul 0138</p> <p>B.Eng. Medientechnik, Modul 0142</p> <p>B.A. Medienmanagement, Modul 0224</p>																													

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienpraxis Hörfunk 1	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0220		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul zielt auf einen reflektierenden Transfer der theoretischen Kenntnisse aus den Grundlagenvorlesungen in den Kontext der redaktionellen und medienpraktischen Arbeit im Bereich der Hörfunkproduktion. Die einschlägigen medienwissenschaftlichen, medienrechtlichen, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnisse werden in konkreten Medienproduktions-szenarien angewendet.</p> <p>Das Modul vermittelt durch die Arbeit in einem Radiosender Anwendungskompetenzen für das bisher erlangte journalistisch-publizistische und technische Grundlagenwissen im Hörfunk, die den Studierenden in die Lage versetzen, journalistische Beiträge, Nachrichten und Moderationen im Hörfunk nach fachlichen Gesichtspunkten zu analysieren, in Hinblick auf die professionelle Qualität zu bewerten und auf hohem Niveau zu erstellen. Dabei werden die Studierenden befähigt, alle in einem Radiosender anfallenden Aufgaben, angefangen bei der Programmplanung und -produktion für ein 24-Stunden-Programm bis hin zum „Selbstfahren“ von Sendungen, in hoher Qualität erfüllen zu können. Neben den klassischen Kompetenzen des Journalisten (Sachkompetenz, Fachkompetenz und Vermittlungskompetenz) und der technischen Anwendungskompetenz auf dem Gebiet der Audiotechnik werden durch die gestellten Kommunikationsaufgaben und die Konfrontation mit der Kritik an den verfassten Programmelementen übergeordnete Schlüsselkompetenzen gefördert.</p> <p>Beide Lehrveranstaltungen führen die theoretische und praktische Arbeit so zusammen, dass die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion verorten können.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul beinhaltet die praktische Arbeit in der Redaktion eines Radiosenders mit den Aufgabengebieten Programmgestaltung, Produktion von Beiträgen, Schneiden als redaktionelles Arbeiten, Nachrichten und Nachrichtenpräsentation, Planung und Produktion kompletter Sendungen und Programme, Moderation von Sendungen im Selbstfahrermodus.</p>		

Lernmethoden	<p>Methodisch werden die Ausbildungsziele durch zwei Lehrveranstaltungen umgesetzt, die aufeinander abgestimmt auf das Modulziel hinarbeiten:</p> <p>In der Lehrveranstaltung Praxisreflexion / Branchenreflexion wird die medienpraktische Arbeit im Bereich Hörfunk an externen Beispielen und eigenen Produktionen analysiert und reflektiert. Besonderes Augenmerk liegt auf der Anwendung der Medienwissenschaften und der redaktionellen Kenntnisse der Studierenden sowie der Grundlagen aus Medienproduktionssysteme Audio/Video, Medienrecht und dem Modul Medien und Gesellschaft.</p> <p>In der zweiten Lehrveranstaltung Redaktion/Produktion produzierende Teilnehmer unter Anleitung Beiträge für ein Hörfunkformat. Im Tutorium werden alle Fragen zur Produktion eines vollwertigen Radioprogramms in der Gruppe behandelt. Im einzelnen sind das Fragen der Formatierung, der Musik- und Programmplanung, die Themenwahl für die Beiträge und Sendungen, Klärung der Verantwortlichkeiten, Fragen der Recherche, Festlegung der Dienstpläne und Auswertung der gelaufenen Beiträge. Im Tutorium werden so die Inhalte der Beiträge und die Umsetzung der Themenidee mit den Gestaltungsmitteln des Hörfunks sowie die dafür notwendige Produktionstechnik abgesprochen, die Einhaltung überwacht und die Ergebnisse ausgewertet. Damit verankern die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion.</p>																													
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), Klaus Vorbrod																													
Teilnahmevoraussetzungen	keine																													
Arbeitslast	<p>150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</p>																													
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>S/Ü</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>02201 Praxisreflexion / Branchenreflexion</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Msn/MP</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>02202 Redaktion / Produktion</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL	02201 Praxisreflexion / Branchenreflexion		2				Msn/MP	1	02202 Redaktion / Produktion				2			
Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht																							
	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL																									
02201 Praxisreflexion / Branchenreflexion		2				Msn/MP	1																							
02202 Redaktion / Produktion				2																										
Empf. Literatur	<p>FRIGGE Uwe, HAAS Michael, ZIMMER Gert: Radio-Management. Ein Handbuch für Radio-Journalisten, Köln 1991¹</p> <p>BUCHHOLZ Axel, LA ROCHE Walter von: Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk, München 2004⁸</p>																													
Weitere Verwendung	<p>B.Eng. Medientechnik, Modul 0139 B.Eng. Medientechnik, Modul 0143 B.A. Medienmanagement, Modul 0225</p>																													

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienpraxis Print 2	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0221		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul zielt auf einen reflektierenden Transfer der theoretischen Kenntnisse aus den Grundlagenvorlesungen in den Kontext der redaktionellen und medienpraktischen Arbeit im Bereich der Printproduktion. Die einschlägigen medienwissenschaftlichen, medienrechtlichen, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnisse werden in konkreten Medienproduktions-szenarien angewendet.</p> <p>Das für alle Studierenden obligatorische Modul baut auf den im Modul "Journalistisches Arbeiten" vermittelten Grundlagen auf. Durch die Mitarbeit in Ausbildungsredaktionen werden die Teilnehmer in die Lage versetzt, Themen zu finden, Informationen auszuwählen, zu verifizieren, ergänzende Recherchen weitgehend selbstständig durchzuführen und journalistische Textbeiträge zu erstellen. Die praxisnahe Ausbildung umfasst ebenfalls die optische Umsetzung der eigenen journalistischen Arbeiten mit Hilfe üblicher und verbreiteter Layoutprogramme (InDesign).</p> <p>Die Veröffentlichung der journalistischen Texte in den Medien der Fakultät Medien an der Hochschule Mittweida setzt besonders sorgfältiges Arbeiten in einem redaktionellen Workflow unter Einhaltung organisatorischer Rahmenbedingungen (z.B. Einhaltung von Abgabe-, Druck- bzw. Veröffentlichungsterminen) voraus. Erfahrungsgemäß zeigen die Teilnehmer unter diesen praxisnahen Bedingungen ein besonders hohes Engagement.</p> <p>Beide Lehrveranstaltungen führen die theoretische und praktische Arbeit so zusammen, dass die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion verorten können.</p>		
Lehrinhalte	<p>Die praxisnahe Ausbildung erfolgt in Lehrredaktionen. In diesem Modul stehen redaktionelle Arbeitsabläufe für textbasierte Inhalte im Mittelpunkt. Dabei werden allerdings auch die Erstellung bzw. Auswahl von textbegleitendem Bildmaterial und Grafiken berücksichtigt.</p> <p>Die Ausbildungsredaktion "Novum" erstellt eine wöchentlich erscheinende Ausbildungszeitung, die im Raum Mittweida kostenlos verteilt wird. Inhaltliche Schwerpunkte bilden neben der regionalen Berichterstattung, die Ressorts Politik, Wirtschaft und Kultur. Dabei kommen alle journalistischen Darstellungsformen (Nachricht, Bericht, Hintergrund, Reportage, Feature, Interview und Kommentar) zum Einsatz.</p>		

	<p>In der Ausbildungsredaktion "Kundenzeitung" werden in Kooperation mit Unternehmen (Dummy-)Ausgaben von unterschiedlichen Kundenzeitungen und Kundenzeitschriften erstellt. Die Teilnehmer werden zunächst in die Arbeitsabläufe einer aktuellen Zeitungsredaktion eingewiesen und erstellen Übungsbeiträge sowie Testausgaben, bevor sie unter realen Rahmenbedingungen produzieren. Ziel sind Konzeption und Umsetzung einer serviceorientierten Publikation, die zwar einerseits die Interessen des "Auftraggebers" berücksichtigt, gleichzeitig jedoch auch journalistischen Ansprüchen genügt. In der Ausbildungsredaktion des Internetportals medienmittweida werden Textbeiträge in allen journalistischen Darstellungsformen erstellt und veröffentlicht. Neben Hintergrundinformationen zu politischen und gesellschaftlichen Themen bildet die Berichterstattung über Entwicklungen in den Medien einen Schwerpunkt.</p>
Lernmethoden	<p>Methodisch werden die Ausbildungsziele durch zwei Lehrveranstaltungen umgesetzt, die aufeinander abgestimmt auf das Modulziel hinarbeiten:</p> <p>In der Lehrveranstaltung Praxisreflexion / Branchenreflexion wird die medienpraktische Arbeit im Bereich Print an externen Beispielen und eigenen Produktionen analysiert und reflektiert. Besonderes Augenmerk liegt auf der Anwendung der Grundlagen des journalistischen Arbeitens, der Medienproduktionssysteme Print/Online, dem Medienrecht und dem Modul Medien und Gesellschaft, der visuellen Kommunikation und der Medienwissenschaften.</p> <p>In der zweiten Lehrveranstaltung Redaktion/Produktion erstellen die Teilnehmer erste Übungstexte, die von den betreuenden Dozenten redigiert werden. Das Tutorium umfasst die redaktionelle Arbeit in den Ausbildungsredaktionen, die praxisnah organisatorisch und hierarchisch aufgebaut sind. Die Dozenten nehmen dabei die Position von Ausbildungsredakteuren ein und stehen den Teilnehmern als Instruktoren und Ratgeber zur Verfügung. Regelmäßige Feedbacks erfolgen in Form von Einzelgesprächen und während der Redaktions-sitzungen, die wöchentlich durchgeführt werden. Parallel werden Fortbildungsveranstaltungen durchgeführt, um die Fertigkeiten der Teilnehmer bei der Texterstellung und der Bedienung der eingesetzten Software weiter zu entwickeln. Damit verankern die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Printproduktion.</p>
Dozententeam	<p>Prof. Horst Müller (Verantwortlich), Dipl.-Ing.(FH) Christian Greim, Dipl.-Ing. (FH) Helmut Hammer, Prof. Klaus Liepelt, (NN) Studentische Tutoren, Prof. Dr. phil. Andreas Wrobel-Leipold</p>
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Arbeitslast	<p>150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</p>

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02211 Praxisreflexion / Branchenreflexion		2				Msn/MP	1
	02212 Redaktion / Produktion				2			
Empf. Literatur	BUCHHOLZ Goetz: Ratgeber Freie, Stuttgart 2000 ¹ PÜRER Heinz: Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen, München 2000 ¹ SEITFUDEM Gerhard: Professionell schreiben, Erlangen 2007 ³ FÖRSTER Hans-Peter: Texten wie ein Profi, Frankfurt/Main 2007 ⁹ WEICHLER Kurt: Redaktionsmanagement, Konstanz 2003 ¹							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0112 B.Eng. Medientechnik, Modul 0140 B.A. Medienmanagement, Modul 0218							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienpraxis Digitale Medien 1	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0222		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul zielt auf einen reflektierenden Transfer der theoretischen Kenntnisse aus den Grundlagenvorlesungen in den Kontext der redaktionellen und medienpraktischen Arbeit im Bereich der digitalen Medien. Die einschlägigen medienwissenschaftlichen, medienrechtlichen, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnisse werden in konkreten Medienproduktionsszenarien angewendet.</p> <p>Das Modul richtet sich an Studierende, die journalistische Inhalte multimedial erstellen, aufbereiten und publizieren wollen. Durch die regelmäßige Mitarbeit an der journalistisch-publizistischen Website medien-mittweida werden erweiterte technische Grundkenntnisse für die Konzeption, Gestaltung und laufende Weiterentwicklung eines umfangreichen Internetauftritts unter Einsatz aktueller Software vermittelt. Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, die auf ein Content Management System (CMS) aufgebaute Website durch Einbindung multimedialer Inhalte (Texte, Bilder, Grafiken, Animationen, Präsentationen, Audio- und Videoelemente) regelmäßig zu aktualisieren. Dazu gehört auch die Überarbeitung und Anpassung der von Redakteuren zur Verfügung gestellten Texte sowie die weitgehend selbstständige Erstellung weiterer multimedialer Inhalte unter Einsatz professioneller Software wie Video- und Audioschnittprogramme.</p> <p>Beide Lehrveranstaltungen führen die theoretische und praktische Arbeit so zusammen, dass die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion verorten können.</p>		
Lehrinhalte	<p>Die praxisnahe Ausbildung erfolgt in den technischen und kreativen Arbeitsbereichen der journalistisch-publizistischen Website medien-mittweida.de, die vom Fachbereich Medien der Hochschule Mittweida im Oktober 2006 offiziell gestartet wurde und seitdem regelmäßig mit wöchentlich 10 bis 15 neuen inhaltlichen Elementen aktualisiert wird.</p> <p>Den Teilnehmern wird zunächst fundiertes Wissen über Aufbau, Funktionsweise und multimediale Inhalte eines professionellen Internetauftritts vermittelt. Die detaillierten Einweisungen und praktischen Übungen umfassen Softwareanwendungen wie Content Management Programme, einschließlich der Nutzung von Erweiterungen für die Einbindung multimedialer Inhalte. Dazu</p>		

	<p>kommen Schulungen und praktische Übungen mit Software für Text-, Bild/Grafik-, Audio- und Videobearbeitung sowie für die Erstellung von Animationen und Präsentationen.</p> <p>Die zuvor erhaltenen Kenntnisse wenden die Teilnehmer des Moduls anschließend bei der "technischen Pflege", der laufenden Aktualisierung und inhaltlichen Weiterentwicklung von medienmittweida praktisch an. Zu den rein technischen Aufgaben zählen regelmäßige Sicherungen der Inhalte, das Beheben technischer Fehler, die Dokumentation von technischen und grundlegenden inhaltlichen Erweiterungen sowie die Erstellung und Auswertung von Nutzungsstatistiken.</p> <p>Zu den kreativen Tätigkeiten zählen die Erstellung bzw. Aufbereitung von multimedialen Inhalten von einzelnen Grafiken über Fotoserien bis zu kompletten Animationen mit eingebundenen Audio- und Videoelementen.</p>
Lernmethoden	<p>Methodisch werden die Ausbildungsziele durch zwei Lehrveranstaltungen umgesetzt, die aufeinander abgestimmt auf das Modulziel hinarbeiten:</p> <p>In der Lehrveranstaltung Praxisreflexion / Branchenreflexion wird die medienpraktische Arbeit im Bereich digitale Medien an externen Beispielen und eigenen Produktionen analysiert und reflektiert. Besonderes Augenmerk liegt auf der Anwendung der Grundlagen des journalistischen Arbeitens, der Medienproduktionssysteme Print/Online, dem Medienrecht und dem Modul Medien und Gesellschaft sowie der visuellen Kommunikation und den Medienwissenschaften durch die Studierenden.</p> <p>In der zweiten Lehrveranstaltung Redaktion/Produktion produzierende Teilnehmer unter Anleitung Beiträge für ein Onlineformat. Im Tutorium werden die Inhalte der Beiträge und die Umsetzung der Themenidee mit den Gestaltungsmitteln der digitalen Medien sowie die dafür notwendigen Produktionstechnik abgesprochen, die Einhaltung überwacht und die Ergebnisse ausgewertet. Die praxisnahe Mitarbeit erfolgt in den technischen und kreativen Bereichen von medienmittweida.de. Dabei obliegt Dozenten und Tutoren die Kontrolle und Qualitätssicherung. Einzelgespräche sowie der Austausch von Informationen und Erfahrungen während der wöchentlichen Redaktionssitzungen gewährleisten, dass die Teilnehmer regelmäßige Feedbacks erhalten. Damit verankern die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion.</p>
Dozententeam	Prof. Horst Müller (Verantwortlich), (NN) Studentische Tutoren
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung

Lehreinstaltungsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02221 Praxisreflexion / Branchenreflexion		2				Msn/MP	1
	02222 Redaktion / Produktion				2			
Empf. Literatur	<p>GIBSON William, JORDAN Ken (Herausgeber), PACKER Randall: Multimedia. From Wagner to Virtual Reality, New York 2003¹</p> <p>OHTA Yuichi, TAMURA Hideyuki: Mixed Reality. Merging Real and Virtual Worlds, Heidelberg 1999¹</p> <p>: Online, -Ressourcen ⁰ http://www.artmuseum.net http://www.mixed-media-gallery.net</p> <p>TRAPPEL Josef: Online-Medien, Konstanz 2007¹</p> <p>HENNING Peter A.: Taschenbuch Multimedia, München 2007⁴</p> <p>HAUSER Tobias, MAURICE Florence, WENZ Christian: Das Website-Handbuch, München 2007²</p>							
Weitere Verwendung	<p>B.Eng. Medientechnik, Modul 0141</p> <p>B.Eng. Medientechnik, Modul 0145</p> <p>B.A. Medienmanagement, Modul 0226</p>							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienpraxis Event 1	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0223		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul zielt auf einen reflektierenden Transfer der theoretischen Kenntnisse aus den Grundlagenvorlesungen in den Kontext des Projektmanagements und der medienpraktischen Arbeit im Bereich Veranstaltung und Event. Die einschlägigen medienwissenschaftlichen, medienrechtlichen, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnisse werden in konkreten Eventszenarien angewendet.</p> <p>Ziel des Moduls ist die Vermittlung und Vertiefung von Kompetenzen zur Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, insbesondere die Vermittlung von Kenntnissen und Fertigkeiten in strategischer, redaktioneller und produktionstechnischer Hinsicht im Bereich Messen/Ausstellungen, Events und Kongressen. Der Studierende wird in die Lage versetzt, das erworbene Wissen interdisziplinär und praxisgerecht umzusetzen und sich darüber hinaus darin zu üben, die eigenen Aktivitäten konstruktiv und teamorientiert in ein Gesamtprojekt einzubringen, an dem eine Vielzahl von Mitwirkenden beteiligt sind.</p> <p>Beide Lehrveranstaltungen führen die theoretische und praktische Arbeit so zusammen, dass die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion verorten können.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul gibt einen Einblick in eventspezifisches Know-how, u.a. die Planung, Positionierung, Konzeptionierung, Durchführung und Nachbereitung von Events aller Arten, speziell im Medien- und Kommunikationsbereich sowie der nationalen und internationalen Medienwirtschaft. Dazu zählen Strategien von Events, Inszenierung von Erlebniswelten, Projekt und Budgetplanung, Agenturauswahl, Medienauswahl, Event-Kommunikation, Event-Sponsoring sowie Erfolgs- und Budgetkontrolle. Durch Erteilung konkreter Recherche- und Durchführungsaufgaben werden Praktiken geübt und mit der Korrektur der Konzepte eine kritische Kreativität entwickelt.</p>		
Lernmethoden	<p>Methodisch werden die Ausbildungsziele durch zwei Lehrveranstaltungen umgesetzt, die aufeinander abgestimmt auf das Modulziel hinarbeiten:</p> <p>In der Lehrveranstaltung Praxisreflexion / Branchenreflexion wird die medienpraktische Arbeit im Bereich Veranstaltungsmanagement an</p>		

	<p>externen Beispielen und eigenen Events analysiert und reflektiert. Besonderes Augenmerk liegt auf der Anwendung der Grundlagen aus dem Modul Medien und Gesellschaft, des Medienrechts und der Medienwissenschaften sowie der journalistischen Arbeit und der visuellen Kommunikation.</p> <p>In der zweiten Lehrveranstaltung Redaktion/Produktion bearbeiten die Teilnehmer unter Anleitung konkrete Recherche- und Durchführungsaufgaben und setzen die Ergebnisse zwischen den Seminarsitzungen in Planungen und Konzepte um. Im Tutorium werden die Arbeitsabläufe und deren Umsetzung abgesprochen, die Einhaltung der gesetzten Kriterien überwacht und die Ergebnisse ausgewertet. Damit verankern die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion.</p>																													
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer (Verantwortlich), Dipl.-Ing. (FH) Helmut Hammer																													
Teilnahmevoraussetzungen	keine																													
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																													
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>S/Ü</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>02231 Praxisreflexion / Branchenreflexion</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Msn/MP</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>02232 Redaktion / Produktion</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL	02231 Praxisreflexion / Branchenreflexion		2				Msn/MP	1	02232 Redaktion / Produktion				2			
Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht																							
	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL																									
02231 Praxisreflexion / Branchenreflexion		2				Msn/MP	1																							
02232 Redaktion / Produktion				2																										
Empf. Literatur	<p>ALTENDORFER Otto, HILMER Ludwig: Lehrbuch Medienmanagement, Wiesbaden 2006¹ 4 Bde., 2006 bis 2008</p> <p>ALTENDORFER Otto, HOLLERITH Josef, MÜLLER Gerd: Die Inszenierung der Parteien, Eichstätt 2003¹</p> <p>HOLZBAUR Ulrich (et al.): Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Heidelberg 2005³</p> <p>NICKEL O. (Hg.): Eventmarketing, München 2007²</p>																													
Weitere Verwendung	<p>B.Eng. Medientechnik, Modul 0146</p> <p>B.Eng. Medientechnik, Modul 0156</p> <p>B.A. Medienmanagement, Modul 0227</p>																													

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienpraxis Fernsehen 2	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0224		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul zielt auf einen reflektierenden Transfer der theoretischen Kenntnisse aus den Grundlagenvorlesungen in den Kontext der redaktionellen und medienpraktischen Arbeit im Bereich der Fernsehproduktion. Die einschlägigen medienwissenschaftlichen, medienrechtlichen, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnisse werden in konkreten Medienproduktionsszenarien angewendet.</p> <p>Das Modul vermittelt durch die Arbeit in einer Ausbildungsredaktion Kernkompetenzen der Produktion von Filmbeiträgen für ein formatiertes Fernseh-Magazin. Auf diese Weise sollen die Teilnehmer erste grundlegende Erfahrungen im Bereich des Fernsehjournalismus und der Fernsehproduktion sammeln. Das Modul vermittelt die Fachkompetenz, fernsehtypische Redaktions- und Produktionsabläufe kennenzulernen, einzuüben und so zu beherrschen. Das Modul vermittelt durch die praktische Arbeit Anwendungskompetenzen für das bisher erlangte journalistisch-publizistische und technische Grundlagenwissen im Fernsehen, die den Studierenden in die Lage versetzen, journalistische Beiträge, Nachrichten und Moderationen im Fernsehen nach fachlichen Gesichtspunkten zu analysieren, in Hinblick auf die professionelle Qualität zu bewerten und auf hohem Niveau zu erstellen.</p> <p>Beide Lehrveranstaltungen führen die theoretische und praktische Arbeit so zusammen, dass die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion verorten können.</p>		
Lehrinhalte	<p>Aufbauend auf der Definition eines typischen Fernsehformats stehen die Produktion von Magazinbeiträgen im Mittelpunkt der Veranstaltung. Die wichtigsten Arbeitsschritte von der Themenidee über die fernsehgerechte Umsetzung und die Produktion bis zur Endabnahme werden an Hand von Magazinbeiträgen erlernt.</p>		
Lernmethoden	<p>Methodisch werden die Ausbildungsziele durch zwei Lehrveranstaltungen umgesetzt, die aufeinander abgestimmt auf das Modulziel hinarbeiten:</p> <p>In der Lehrveranstaltung Praxisreflexion / Branchenreflexion wird die medienpraktische Arbeit im Bereich des Fernsehens an externen</p>		

	<p>Beispielen und eigenen Produktionen analysiert und reflektiert. Besonderes Augenmerk liegt auf der Anwendung der Grundlagen der visuellen Kommunikation, der Medienwissenschaften und der redaktionellen Kenntnisse der Studierenden sowie der Grundlagen aus den Modulen Medienproduktionssysteme Audio/Video, Medienrecht und Medien und Gesellschaft.</p> <p>In der zweiten Lehrveranstaltung Redaktion/Produktion produzierende Teilnehmer unter Anleitung Beiträge für ein Fernsehformat. Im Tutorium werden die Inhalte der Beiträge und die Umsetzung der Themenidee mit den Gestaltungsmitteln des Fernsehens sowie die dafür notwendigen Produktionstechnik abgesprochen, die Einhaltung überwacht und die Ergebnisse ausgewertet. Damit verankern die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion.</p>							
Dozententeam	Prof. Günther Graßau (Verantwortlich)							
Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02241 Praxisreflexion / Branchenreflexion		2				Msn/MP	1
	02242 Redaktion / Produktion				2			
Empf. Literatur	<p>BUCHHOLZ Axel, SCHULT Gerhard: Fernsehjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, München 2006⁷</p> <p>BLAES Ruth, HEUSSEN Gregor Alexander (Herausgeber): ABC des Fernsehens, Konstanz 1997¹</p> <p>DRESS Peter: Vor Drehbeginn, Bergisch Gladbach 2002¹</p> <p>WEICHLER Kurt: Redaktionsmanagement, Konstanz 2003¹</p> <p>ORDOLFF Martin: Fernsehjournalismus, Konstanz 2005¹</p>							
Weitere Verwendung	<p>B.Eng. Medientechnik, Modul 0138</p> <p>B.Eng. Medientechnik, Modul 0142</p> <p>B.A. Medienmanagement, Modul 0219</p>							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienpraxis Hörfunk 2	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0225		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul zielt auf einen reflektierenden Transfer der theoretischen Kenntnisse aus den Grundlagenvorlesungen in den Kontext der redaktionellen und medienpraktischen Arbeit im Bereich der Hörfunkproduktion. Die einschlägigen medienwissenschaftlichen, medienrechtlichen, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnisse werden in konkreten Medienproduktionsszenarien angewendet.</p> <p>Das Modul vermittelt durch die Arbeit in einem Radiosender Anwendungskompetenzen für das bisher erlangte journalistisch-publizistische und technische Grundlagenwissen im Hörfunk, die den Studierenden in die Lage versetzen, journalistische Beiträge, Nachrichten und Moderationen im Hörfunk nach fachlichen Gesichtspunkten zu analysieren, in Hinblick auf die professionelle Qualität zu bewerten und auf hohem Niveau zu erstellen. Dabei werden die Studierenden befähigt, alle in einem Radiosender anfallenden Aufgaben, angefangen bei der Programmplanung und -produktion für ein 24-Stunden-Programm bis hin zum „Selbstfahren“ von Sendungen, in hoher Qualität erfüllen zu können. Neben den klassischen Kompetenzen des Journalisten (Sachkompetenz, Fachkompetenz und Vermittlungskompetenz) und der technischen Anwendungskompetenz auf dem Gebiet der Audiotechnik werden durch die gestellten Kommunikationsaufgaben und die Konfrontation mit der Kritik an den verfassten Programmelementen übergeordnete Schlüsselkompetenzen gefördert.</p> <p>Beide Lehrveranstaltungen führen die theoretische und praktische Arbeit so zusammen, dass die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion verorten können.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul beinhaltet die praktische Arbeit in der Redaktion eines Radiosenders mit den Aufgabengebieten Programmgestaltung, Produktion von Beiträgen, Schneiden als redaktionelles Arbeiten, Nachrichten und Nachrichtenpräsentation, Planung und Produktion kompletter Sendungen und Programme, Moderation von Sendungen im Selbstfahrermodus.</p>		
Lernmethoden	<p>Methodisch werden die Ausbildungsziele durch zwei Lehrveranstaltungen umgesetzt, die aufeinander abgestimmt auf das Modulziel hinarbeiten:</p>		

	<p>In der Lehrveranstaltung Praxisreflexion / Branchenreflexion wird die medienpraktische Arbeit im Bereich Hörfunk an externen Beispielen und eigenen Produktionen analysiert und reflektiert. Besonderes Augenmerk liegt auf der Anwendung der Medienwissenschaften und der redaktionellen Kenntnisse der Studierenden sowie der Grundlagen aus Medienproduktionssysteme Audio/Video, Medienrecht und dem Modul Medien und Gesellschaft.</p> <p>In der zweiten Lehrveranstaltung Redaktion/Produktion produzierende Teilnehmer unter Anleitung Beiträge für ein Hörfunkformat. Im Tutorium werden alle Fragen zur Produktion eines vollwertigen Radioprogramms in der Gruppe behandelt. Im einzelnen sind das Fragen der Formatierung, der Musik- und Programmplanung, die Themenwahl für die Beiträge und Sendungen, Klärung der Verantwortlichkeiten, Fragen der Recherche, Festlegung der Dienstpläne und Auswertung der gelaufenen Beiträge. Im Tutorium werden so die Inhalte der Beiträge und die Umsetzung der Themenidee mit den Gestaltungsmitteln des Hörfunks sowie die dafür notwendige Produktionstechnik abgesprochen, die Einhaltung überwacht und die Ergebnisse ausgewertet. Damit verankern die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion.</p>																											
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), Klaus Vorbrott																											
Teilnahmevoraussetzungen	keine																											
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																											
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>S/Ü</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>02251 Praxisreflexion / Branchenreflexion</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="2">Msn/MP</td> <td rowspan="2">1</td> </tr> <tr> <td>02252 Redaktion / Produktion</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL	02251 Praxisreflexion / Branchenreflexion		2				Msn/MP	1	02252 Redaktion / Produktion				2	
Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht																					
	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL																							
02251 Praxisreflexion / Branchenreflexion		2				Msn/MP	1																					
02252 Redaktion / Produktion				2																								
Empf. Literatur	FRIGGE Uwe, HAAS Michael, ZIMMER Gert: Radio-Management. Ein Handbuch für Radio-Journalisten, Köln 1991 ¹ BUCHHOLZ Axel, LA ROCHE Walter von: Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk, München 2004 ⁸																											
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0139 B.Eng. Medientechnik, Modul 0143 B.A. Medienmanagement, Modul 0220																											

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienpraxis Digitale Medien 2	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0226		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul zielt auf einen reflektierenden Transfer der theoretischen Kenntnisse aus den Grundlagenvorlesungen in den Kontext der redaktionellen und medienpraktischen Arbeit im Bereich der digitalen Medien. Die einschlägigen medienwissenschaftlichen, medienrechtlichen, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnisse werden in konkreten Medienproduktionsszenarien angewendet.</p> <p>Das Modul richtet sich an Studierende, die journalistische Inhalte multimedial erstellen, aufbereiten und publizieren wollen. Durch die regelmäßige Mitarbeit an der journalistisch-publizistischen Website medien-mittweida werden erweiterte technische Grundkenntnisse für die Konzeption, Gestaltung und laufende Weiterentwicklung eines umfangreichen Internetauftritts unter Einsatz aktueller Software vermittelt. Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt, die auf ein Content Management System (CMS) aufgebaute Website durch Einbindung multimedialer Inhalte (Texte, Bilder, Grafiken, Animationen, Präsentationen, Audio- und Videoelemente) regelmäßig zu aktualisieren. Dazu gehört auch die Überarbeitung und Anpassung der von Redakteuren zur Verfügung gestellten Texte sowie die weitgehend selbstständige Erstellung weiterer multimedialer Inhalte unter Einsatz professioneller Software wie Video- und Audioschnittprogramme.</p> <p>Beide Lehrveranstaltungen führen die theoretische und praktische Arbeit so zusammen, dass die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion verorten können.</p>		
Lehrinhalte	<p>Die praxisnahe Ausbildung erfolgt in den technischen und kreativen Arbeitsbereichen der journalistisch-publizistischen Website medien-mittweida.de, die vom Fachbereich Medien der Hochschule Mittweida im Oktober 2006 offiziell gestartet wurde und seitdem regelmäßig mit wöchentlich 10 bis 15 neuen inhaltlichen Elementen aktualisiert wird.</p> <p>Den Teilnehmern wird zunächst fundiertes Wissen über Aufbau, Funktionsweise und multimediale Inhalte eines professionellen Internetauftritts vermittelt. Die detaillierten Einweisungen und praktischen Übungen umfassen Softwareanwendungen wie Content Management Programme, einschließlich der Nutzung von Erweiterungen für die Einbindung multimedialer Inhalte. Dazu</p>		

	<p>kommen Schulungen und praktische Übungen mit Software für Text-, Bild/Grafik-, Audio- und Videobearbeitung sowie für die Erstellung von Animationen und Präsentationen.</p> <p>Die zuvor erhaltenen Kenntnisse wenden die Teilnehmer des Moduls anschließend bei der "technischen Pflege", der laufenden Aktualisierung und inhaltlichen Weiterentwicklung von medienmittweida praktisch an. Zu den rein technischen Aufgaben zählen regelmäßige Sicherungen der Inhalte, das Beheben technischer Fehler, die Dokumentation von technischen und grundlegenden inhaltlichen Erweiterungen sowie die Erstellung und Auswertung von Nutzungsstatistiken.</p> <p>Zu den kreativen Tätigkeiten zählen die Erstellung bzw. Aufbereitung von multimedialen Inhalten von einzelnen Grafiken über Fotoserien bis zu kompletten Animationen mit eingebundenen Audio- und Videoelementen.</p>
Lernmethoden	<p>Methodisch werden die Ausbildungsziele durch zwei Lehrveranstaltungen umgesetzt, die aufeinander abgestimmt auf das Modulziel hinarbeiten:</p> <p>In der Lehrveranstaltung Praxisreflexion / Branchenreflexion wird die medienpraktische Arbeit im Bereich digitale Medien an externen Beispielen und eigenen Produktionen analysiert und reflektiert. Besonderes Augenmerk liegt auf der Anwendung der Grundlagen des journalistischen Arbeitens, der Medienproduktionssysteme Print/ Online, dem Medienrecht und dem Modul Medien und Gesellschaft sowie der visuellen Kommunikation und den Medienwissenschaften durch die Studierenden.</p> <p>In der zweiten Lehrveranstaltung Redaktion/Produktion produzierende Teilnehmer unter Anleitung Beiträge für ein Onlineformat. Im Tutorium werden die Inhalte der Beiträge und die Umsetzung der Themenidee mit den Gestaltungsmitteln der digitalen Medien sowie die dafür notwendigen Produktionstechnik abgesprochen, die Einhaltung überwacht und die Ergebnisse ausgewertet. Die praxisnahe Mitarbeit erfolgt in den technischen und kreativen Bereichen von medienmittweida.de. Dabei obliegt Dozenten und Tutoren die Kontrolle und Qualitätssicherung. Einzelgespräche sowie der Austausch von Informationen und Erfahrungen während der wöchentlichen Redaktionssitzungen gewährleisten, dass die Teilnehmer regelmäßige Feedbacks erhalten. Damit verankern die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion.</p>
Dozententeam	Prof. Horst Müller (Verantwortlich), (NN) Studentische Tutoren
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02261 Praxisreflexion / Branchenreflexion		2				Msn/MP	1
	02262 Redaktion / Produktion				2			
Empf. Literatur	<p>GIBSON William, JORDAN Ken (Herausgeber), PACKER Randall: Multimedia. From Wagner to Virtual Reality, New York 2003¹</p> <p>OHTA Yuichi, TAMURA Hideyuki: Mixed Reality. Merging Real and Virtual Worlds, Heidelberg 1999¹</p> <p>: Online, -Ressourcen ⁰ http://www.artmuseum.net http://www.mixed-media-gallery.net</p> <p>TRAPPEL Josef: Online-Medien, Konstanz 2007¹</p> <p>HENNING Peter A.: Taschenbuch Multimedia, München 2007⁴</p> <p>HAUSER Tobias, MAURICE Florence, WENZ Christian: Das Website-Handbuch, München 2007²</p>							
Weitere Verwendung	<p>B.Eng. Medientechnik, Modul 0141</p> <p>B.Eng. Medientechnik, Modul 0145</p> <p>B.A. Medienmanagement, Modul 0222</p>							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienpraxis Event 2	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0227		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul zielt auf einen reflektierenden Transfer der theoretischen Kenntnisse aus den Grundlagenvorlesungen in den Kontext des Projektmanagements und der medienpraktischen Arbeit im Bereich Veranstaltung und Event. Die einschlägigen medienwissenschaftlichen, medienrechtlichen, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnisse werden in konkreten Eventszenarien angewendet.</p> <p>Ziel des Moduls ist die Vermittlung und Vertiefung von Kompetenzen zur Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, insbesondere die Vermittlung von Kenntnissen und Fertigkeiten in strategischer, redaktioneller und produktionstechnischer Hinsicht im Bereich Messen/Ausstellungen, Events und Kongressen. Der Studierende wird in die Lage versetzt, das erworbene Wissen interdisziplinär und praxisgerecht umzusetzen und sich darüber hinaus darin zu üben, die eigenen Aktivitäten konstruktiv und teamorientiert in ein Gesamtprojekt einzubringen, an dem eine Vielzahl von Mitwirkenden beteiligt sind.</p> <p>Beide Lehrveranstaltungen führen die theoretische und praktische Arbeit so zusammen, dass die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion verorten können.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul gibt einen Einblick in eventspezifisches Know-how, u.a. die Planung, Positionierung, Konzeptionierung, Durchführung und Nachbereitung von Events aller Arten, speziell im Medien- und Kommunikationsbereich sowie der nationalen und internationalen Medienwirtschaft. Dazu zählen Strategien von Events, Inszenierung von Erlebniswelten, Projekt und Budgetplanung, Agenturauswahl, Medienauswahl, Event-Kommunikation, Event-Sponsoring sowie Erfolgs- und Budgetkontrolle. Durch Erteilung konkreter Recherche- und Durchführungsaufgaben werden Praktiken geübt und mit der Korrektur der Konzepte eine kritische Kreativität entwickelt.</p>		
Lernmethoden	<p>Methodisch werden die Ausbildungsziele durch zwei Lehrveranstaltungen umgesetzt, die aufeinander abgestimmt auf das Modulziel hinarbeiten:</p> <p>In der Lehrveranstaltung Praxisreflexion / Branchenreflexion wird die medienpraktische Arbeit im Bereich Veranstaltungsmanagement an</p>		

	<p>externen Beispielen und eigenen Events analysiert und reflektiert. Besonderes Augenmerk liegt auf der Anwendung der Grundlagen aus dem Modul Medien und Gesellschaft, des Medienrechts und der Medienwissenschaften sowie der journalistischen Arbeit und der visuellen Kommunikation.</p> <p>In der zweiten Lehrveranstaltung Redaktion/Produktion bearbeitende Teilnehmer unter Anleitung konkrete Recherche- und Durchführungsaufgaben und setzen die Ergebnisse zwischen den Seminarsitzungen in Planungen und Konzepte um. Im Tutorium werden die Arbeitsabläufe und deren Umsetzung abgesprochen, die Einhaltung der gesetzten Kriterien überwacht und die Ergebnisse ausgewertet. Damit verankern die Studierenden die theoretischen Kenntnisse in den Workflows der Produktion.</p>																																		
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer (Verantwortlich), Dipl.-Ing. (FH) Helmut Hammer																																		
Teilnahmevoraussetzungen	keine																																		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																																		
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>S/Ü</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>02271 Praxisreflexion / Branchenreflexion</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="2">Msn/MP</td> <td rowspan="2">1</td> </tr> <tr> <td>02272 Redaktion / Produktion</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL	02271 Praxisreflexion / Branchenreflexion		2				Msn/MP	1	02272 Redaktion / Produktion				2								
	Lerneinheiten -units		SWS							Prüfungen	Gewicht																								
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL																													
02271 Praxisreflexion / Branchenreflexion		2				Msn/MP	1																												
02272 Redaktion / Produktion				2																															
Empf. Literatur	<p>ALTENDORFER Otto, HILMER Ludwig: Lehrbuch Medienmanagement, Wiesbaden 2006¹ 4 Bde., 2006 bis 2008 ALTENDORFER Otto, HOLLERITH Josef, MÜLLER Gerd: Die Inszenierung der Parteien, Eichstätt 2003¹ HOLZBAUR Ulrich (et al.): Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen, Berlin, Heidelberg 2005³ NICKEL O. (Hg.): Eventmarketing, München 2007²</p>																																		
Weitere Verwendung	<p>B.Eng. Medientechnik, Modul 0146 B.Eng. Medientechnik, Modul 0156 B.A. Medienmanagement, Modul 0223</p>																																		

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Mediendesign Fernsehen 1	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0232		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Das Modul vermittelt die Kernkompetenzen, mit denen Studenten in die Lage versetzt werden, grundlegende Instrumente der Gestaltung im Bereich der Fernsehproduktion zu bewerten und einzusetzen. Voraussetzung ist der erfolgreiche Abschluss des Moduls "Visuelle Kommunikation".		
Lehrinhalte	Im Modul werden die wichtigsten Bereiche der optischen Gestaltung im Fernsehen vorgestellt: die Arbeit mit der Kamera während der Dreharbeiten sowie der Schnitt im Bereich der Postproduction. Daneben werden die Beziehungen zur eingesetzten Technik und zum Content der Produktion hergestellt.		
Lernmethoden	Die Vorlesung "Bildgestaltung" präsentiert die Mittel der optischen Gestaltung im Fernsehen vor ihrem theoretischen Hintergrund. Hierzu zählen vor allem die Arbeit mit der Kamera während der Dreharbeiten. Gestaltungsprinzipien des Bildes werden grundlegend besprochen und wahrnehmungstheoretisch begründet. In der Vorlesung "Schnittmontage" werden die theoretischen Grundlagen des Schnitts im Bereich der Postproduction vermittelt. In den Seminaren werden die Teilnehmer an Beispielen aus der Praxis die Instrumente praktisch kennen lernen und einüben.		
Dozententeam	Prof. Günther Graßau (Verantwortlich), M.Sc. Rika Fleck		
Teilnahmevoraussetzungen	keine		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02321 Bildgestaltung	1	1				Msn/PA	1
	02322 Schnittmontage	1	1					
Empf. Literatur	BELLER Hans ((Hg.)): Handbuch der Filmmontage, Konstanz 2007 ⁵ NUFFER Eberhard: Weltwunder der Kinematographie: Filmschnitt und Schneidetisch. Eine Zeitreise durch die Klassische Montage. - Weltwunder der Kinematographie, Potsdam 2002 ¹ BURDER John: Handbuch der Postproduction für Film & Video, Wesseling 2001 ¹							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0130							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Mediendesign Hörfunk / Audio	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0233		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Vermittlung von Kenntnisse zum Aufbau, Wirkungsmechanismen und analytischem Verstehen von Musik sowie zum Aufbau und dem Einsatz von Musikinstrumenten.</p> <p>Kompetenz zur Auswahl von Mikrofonen, Mikrofonieverfahren und Mikrofonstandorte in Abhängigkeit von der Aufnahmesituation. Kenntnisse zu Fragen der Stimmbildung, dem Ausbau und optimalen Einsatz der Stimme, die den Studenten befähigen, Sprach- und Gesangsaufnahmen zu bewerten und gezielt zu beeinflussen.</p> <p>Vermittlung von theoretischen Kenntnissen und praktischen Fähigkeiten zur Konzeption von Spots, Verpackungselementen, Hörspielen, Hörbüchern und Corporate Sounds.</p> <p>Vermittlung von theoretischen Kenntnissen und praktischen Fähigkeiten von kleinen und mittleren Musikproduktionen im U und E-Musik-Bereich.</p>		
Lehrinhalte	<p>Folgende Lehrinhalte sollen in der Theorie vermittelt werden: Wirkung von Musik, Sprache und Sounds in der Werbebranche. Wirkung von Musik beim Rezipienten. Bedeutung von Corporate Sound im Marketing. In der praktischen Durchführung werden Kenntnisse und Fähigkeiten auf folgenden Gebieten vermittelt: Spezielle Mikrofonkunde, Einzelmikrofonierung von Sprache, Gesang und Instrumenten im Studio und unter Live-Bedingungen, Stereo-Mikrofonieverfahren (Laufzeitstereofonie, Pegelstereofonie, gemischte Verfahren, Kunstkopf), Mikrofonieverfahren für Surround Stimmbildung, Stimm-einsatz, Atem- und Stimmtraining, Grundlagen der Stimmtechnik bei der Interpretation verschiedener Genres, Umgang mit dem Mikrofon, Bewertung von Sprach- und Gesangsaufnahmen</p>		
Lernmethoden	<p>In den Veranstaltungen zur Spotproduktion (2 SWS) liegt der Hauptaugenmerk auf der Vermittlung theoretischer Kenntnisse und praktischer Fähigkeiten auf eher kleinen Formaten wie Spots, Verpackungselemente wie z.B. Jingles und Elemente des Corporate Sounds wie Audiologos.</p> <p>Die Veranstaltungen Musikproduktion (2 SWS) behandeln theoretisch und praktisch das Audiodesign komplexer Musikproduktionen.</p>		
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), Dipl.-Toningenieur Mike Winkler		

Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02331 Spotproduktion	1	1				Msn/PA	1
	02332 Musikproduktion	1	1					
Empf. Literatur	RAFFASEDER Hannes: Audiodesign: Kommunikationskette, Schall, Klangsynthese, Effektbearbeitung, Akustische Gestaltung, Leipzig 2002 ¹ OWSINSKI Bobby: Mischen wie die Profis, München 2007 ¹ TISCHMEYER Friedemann: Audio-Mastering mit PC-Workstations, Bremen 2006 ¹							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0131							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Mediendesign Print	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0234		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Über Inhalt, Stil, Grammatik und Rechtschreibung eines Textes hinaus, wird die Form eines Textes weitgehend unterschätzt. Hier überlässt der normale Anwender sich gerne Standardeinstellungen von Programmen oder eigenen simplen geometrischen Überlegungen. Das Modul soll die durch Jahrhunderte gestalterischen Umgang mit Texten gewonnenen Erkenntnisse für die Studierenden erschließen und mit modernen Erkenntnissen aus Wahrnehmungspsychologie und Ästhetik verbinden, so dass diese in die Lage versetzt werden mit fachlichen Regeln kreativ umzugehen, sie also zu befolgen oder bewusst dagegen zu verstoßen. Typografie ist dabei nicht auf gedruckte Medien beschränkt, sondern die Erfahrungen aus der Druckkunst sollen gerade für Gestalter der elektronischen Medien verstehbar und nutzbar werden.</p> <p>Direkter als durch Typografie oder Textinhalte können Stimmungen und Emotionen durch Bilder und Farben dem Betrachter vermittelt werden. Wo der normale Betrachter oder Anwender nur vage zwischen schön und abstoßend, bunt und farbig unterscheidet, soll den Studierenden ein breites und strukturiertes Instrumentarium zur Verfügung gestellt werden, das Ihnen erlaubt, treffsicher im Sinne der jeweiligen Aufgabenstellung alle verfügbaren bildlichen Mittel einzusetzen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Durch Schriftmaler, Setzer und Schriftkünstler hat sich ein mehr oder weniger verbindlicher Kanon über gute Schriftgestaltung entwickelt. Dieser wird in der Vorlesung dargestellt begründet und durch Übungen der Teilnehmer vertieft. So dass auf dieser soliden Grundlage die Erkenntnisse aus Wahrnehmungspsychologie und Ästhetik mit den Studenten zu einer Gesamtschau über die Typografie erweitert werden können.</p> <p>Im Bildbereich werden aus der kunstgeschichtlichen Fülle allgemeinere Regeln und Methoden abgeleitet und mit den Studenten auf zeitgenössische Arbeiten übertragen. Dazu sind Kategorien und Maßstäbe notwendig, die zunächst vermittelt und dann eingeübt werden.</p>		

Lernmethoden	Das Fachwissen wird in den Vorlesungen durch Vortrag und viele Beispiele nahe gebracht. Bisher geleistete Arbeiten der Studenten, aktuelle Veröffentlichungen im Fachbereich, aber auch eigene Übungen sollen zu Diskussion gestellt werden, damit an ganz praktischen Beispielen die Urteilsfähigkeit durch Zuhören und Reden gestärkt, aber vor allem objektiviert wird. Diese Betrachtungen sind aber nicht Selbstzweck, sondern Grundlage für verschiedene Kreativtechniken, die ebenfalls erklärt und praktisch geübt werden. Alle diese Methoden eignen sich sowohl für die Typografie als auch für die bildliche Darstellung, wobei auch deren Zusammenwirken Unterrichtsgegenstand ist.							
Dozententeam	Prof. Horst Müller (Verantwortlich), Dipl. Design. (FH) Karen Reichel							
Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02341 Typografie	1	1				Msn/PA	1
02342 Wahrnehmung von Druckprodukten	1	1						
Empf. Literatur	<p>KIPPHAN Helmut: Handbuch der Printmedien, Berlin 2000¹ GORBACH Rudolf: Typografie professionell, Bonn 2001¹ WILLBERG Hans Peter: Wegweiser Schrift. Erste Hilfe im Umgang mit Schrift, Mainz 2001¹ SPIEKERMANN Erik: ÜberSchrift, Mainz 2004¹ PRICKEN Mario: Kribbeln im Kopf. Kreativitätstechniken & Braintools für Werbung & Design, Mainz 2001¹ FIELL Charlotte J., FIELL Peter M.: Graphic Design of the 21st Century, Köln 2007⁵ BIERUT Michael (Herausgeber): Tibor Kalman: Perverse Optimist, London 1998¹ KALMAN Michael, KALMAN Maria (Herausgeber), PELTASON Ruth (Herausgeber): Colors: Tibor Kalman's Issues 1-13, London, New York 2002¹</p>							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0132							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Mediendesign Digitale Medien	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0235		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Mediendesign für Digitale Medien erfordert heute verstärkt Kompetenzen, Know-how und Erfahrung in der Gestaltung von Bewegtbildern in Form von 3D-Animationen und digital veränderten Filmen, die die Grenzen der einfachen medialen Repräsentation wie Text bzw. statisches Bild erweitern lassen. Fernsehen bedient sich einer Reihe von 3D-Formen, angefangen von Sendedesign über Trailer, Abspanne, Illusionen und Special Effects bis hin zu Werbespots, Musikvideos und Visualisierung diverser Sachverhalte, beispielsweise im Bereich der Wettervorhersage. Spätestens seitdem die neue Web2.0-Ära mit YouTube und SecondLife eingeschlagen hat, werden die gleichen Kompetenzen auch im Online-Bereich gefordert. Im Modul wird primär das praktische Wissen aus dem 3D-Umfeld vermittelt. Die Studierenden erlernen Modellierungs- und Animationstechniken und erhalten einen Überblick über Methoden und Vorgehensweisen bei der Charakteranimation, die bei der Gestaltung von realistischen Computerspielen sowie Avataren in virtuellen Welten eingesetzt wird.</p> <p>Ergänzend dazu werden visuelle Metaphern, Benutzbarkeit sowie Dramaturgie und emotionale Wirkung wie Ausdruck und Suggestion der 3D-Sprache erläutert. Das Modul setzt sich auch mit 3D-Design als Instrument künstlerischen Ausdrucks auseinander und schafft Freiraum für experimentelle Formen der neuen Erfahrung im audiovisuellen Bereich.</p>		
Lehrinhalte	<p>Die Vorlesungen beschäftigen sich mit den Grundlagen der bewegten Computergrafik. Hierbei werden sowohl mathematische Prinzipien, theoretische Grundlagen als auch praktische Realisierungsansätze aus dem Umfeld der 3D-Grafik, des 3D-Modeling (Erstellung dreidimensionaler Geometrieobjekte) und Computer-Animation besprochen. Darüber hinaus wird das Thema der 3D-Visualisierung und -Simulation in der Wissenschaft erläutert, da 3D heute in zunehmendem Maße auch zur Veranschaulichung komplexer Prozesse und Vorgänge im wissenschaftlichen Bereich eingesetzt wird. Einen weiteren Themenkomplex der Vorlesung bildet die Erstellung von virtuellen Charakteren und Spielwelten mithilfe von 3D Modellierungstechniken.</p>		

	Im Seminar wird Projektarbeit unter Einbeziehung von 3D-Grafik, Compositing und 3D-Gestaltungen gefördert. Dabei wird auf diverse Aspekte des 3D-Designs wie Einsatz von Licht, Ton und Kamera eingegangen, sowie der Umgang mit 3D Modellierungs- und Animationssoftware nahe gebracht. Den Studierenden wird ein grundlegendes Verständnis für technische und gestalterische Prinzipien bei der Visualisierung dreidimensionaler, virtueller Szenarien vermittelt. Sie sind dann in der Lage, Animationen und 3D-Szenen selbst zu konzipieren und in Form von 3D-Animationen umzusetzen.																											
Lernmethoden	Die Vorlesung vermittelt das nötige theoretische Wissen aus den Bereichen Computergrafik und 3D-Bewegtbilder. Die Übung dient dem Erstellen von 3D-Bildern und –Animationen im Kontext konkreter Beispiele und widmet sich der praktischen Realisierung von 3D-Projekten. Die intensive Beschäftigung mit dem Anwendungsfeld soll den Studierenden Theorien, Methoden und Arbeitspraxis nahe bringen und es ihnen ermöglichen, ästhetisch und technisch anspruchsvolle 3D-Objekte, Szenen und Bewegtbilder zu entwickeln.																											
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Robert J. Wierzbicki (Verantwortlich)																											
Teilnahmevoraussetzungen	keine																											
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																											
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>S/Ü</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>02351 Computergrafik</td> <td>1</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="2">Msn/PA</td> <td rowspan="2">1</td> </tr> <tr> <td>02352 3D Modellierung</td> <td>1</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL	02351 Computergrafik	1	1				Msn/PA	1	02352 3D Modellierung	1	1			
Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht																					
	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL																							
02351 Computergrafik	1	1				Msn/PA	1																					
02352 3D Modellierung	1	1																										
Empf. Literatur	LAMA Toni: 3D-Welten, Professionelle Animationen und fotorealistische Grafiken, München, Wien 2004 ¹ VON KOENIGSMARCK Arndt: 3D-Design, Grundlagen der Gestaltung in der dritten Dimension, 2000 ¹ ZABIEGLY Matthias: 3D Animation, Grundlagen, Konzepte, Methoden, 2007 ¹																											
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0133																											

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Mediendesign Fernsehen 2	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0236		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	Aufbauend auf dem Modul "Mediendesign Fernsehen 1" werden weitere Kernkompetenzen auf dem Feld der visuellen Gestaltung im Bereich des Mediums Fernsehen vermittelt. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, eigene Vorschläge zu entwickeln und umzusetzen.		
Lehrinhalte	Vorlesung und Übung befassen sich mit anspruchsvollen Bereichen visueller Gestaltung im Fernsehen. Der Schwerpunkt liegt auf der Gestaltung von kürzeren journalistischen Filmbeiträgen und bei journalistischen Studioproduktionen. Zentrale Themengebiete des Moduls sind daher: Studio mit den Aspekten Set-Design, Studiokamera, Studio-Bildregie; Grafiken Animationen Den Studierenden wird an Hand dieser Themenfelder ein grundlegendes Verständnis für technische und gestalterische Prinzipien bei der Visualisierung in Fernsehproduktionen vermittelt.		
Lernmethoden	Die Vorlesung stellt den theoretischen Hintergrund der Instrumente vor. In der Übung wird der praktische Einsatz eingeübt. Die intensive Beschäftigung mit dem Anwendungsfeld soll den Studierenden Theorien, Methoden und Arbeitspraxis nahe bringen und es ihnen ermöglichen, ästhetisch und technisch anspruchsvolle Lösungen zu entwickeln.		
Dozententeam	Prof. Günther Graßau (Verantwortlich)		
Teilnahmevoraussetzungen	keine		
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		

Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02361 Grafik	1	1				Msn/PA	1
	02362 Animation	1	1					
Empf. Literatur	VON KOENIGSMARCK Arndt: 3D-Design, Grundlagen der Gestaltung in der dritten Dimension, 2000 ¹ ZABIEGLY Matthias: 3D Animation, Grundlagen, Konzepte, Methoden, 2007 ¹ WELLS Paul: Understanding animation, London 1998 ¹							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0134							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienproduktion I: Fernsehen	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0240		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul überführt die theoretischen Kenntnisse unter wissenschaftlicher Betrachtung in die Produktionspraxis, wobei eine gesamtheitliche Reflexion der Medienproduktion im Bereich Fernsehen erfolgt. Die entsprechenden medienwissenschaftlichen, medienrechtlichen, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnisse werden in einem reflektierenden Transfer branchenspezifisch eingeordnet und angewendet.</p> <p>Das Modul vermittelt die notwendigen Kompetenzen, einfachere Studioproduktionen herzustellen. Die Fachkompetenzen umfassen grundsätzliche Fertigkeiten des Fernsehjournalismus und sowie des praktischen Einsatzes in der Fernsehproduktion.</p> <p>Das Modul gründet in einer Synthese aus wissenschaftlicher Theorie und fundierter (Produktions-)Praxis, die es dem Studenten ermöglicht die jeweilige Branchencharakteristik zu verinnerlichen und anzuwenden.</p>		
Lehrinhalte	<p>In der Vorlesung "Fernsehjournalismus 1" werden die Grundzüge einer Fernsehproduktion vermittelt. Im Mittelpunkt stehen Strukturen und Abläufe von Studioproduktionen. Die klassischen Fernsehgenre, aber auch neue Formen und Formate werden vorgestellt und in ihren Besonderheiten sowie Produktionserfordernissen besprochen.</p> <p>Die Vorlesung bezieht sich unmittelbar auf die Seminare "Screendesign" und "Fernsehproduktion".</p> <p>Im Seminar "Fernsehproduktion" üben die Teilnehmer die für Studioproduktionen notwendigen Abläufe ein und erproben Strukturen im Rahmen einer konkreten Produktion. Außerdem sollen die Teilnehmer die eingesetzte Technik kennen lernen und die grundlegende Bedienung wesentlicher Teile dieser Technik auch unter Produktionsbedingungen einüben.</p> <p>Daneben vermittelt das Modul die Formen der Koordination der einzelnen Tätigkeiten mit dem Ziel, dass die Teilnehmer grundlegende technische und redaktionellen Abläufe beherrschen.</p>		

Lernmethoden	<p>Die Lehrveranstaltung basiert auf der wissenschaftlichen Analyse branchenspezifischer Rahmenbedingungen und Faktoren im Kontext der medienpraktischen Arbeit im Bereich des Fernsehens. An externen Beispielen und eigenen Produktionen werden die Besonderheiten analysiert und reflektiert. Methodisch werden die Ausbildungsziele durch drei Lehrveranstaltungen umgesetzt, die aufeinander abgestimmt auf das Modulziel hinarbeiten.</p> <p>Während die Vorlesung "Fernsehjournalismus 1" theoretische Grundlagen der Fernsehproduktion vermittelt, steht im die konkrete praktische Anwendung des Unterrichtsstoffes aus den Modulen Journalistisches Arbeiten, Medienbetriebswirtschaft und Medienproduktionssysteme im Mittelpunkt. Dies geschieht im Rahmen von aktuellen, unter Marktbedingungen produzierten regelmäßigen Magazinformaten.</p> <p>Die in den Sendungen enthaltenen Magazinbeiträge werden ebenfalls im Rahmen des Moduls produziert.</p> <p>Damit festigen die Studierenden die theoretischen Kenntnisse und schaffen eine Verflechtung mit den Arbeitsabläufen der Fernsehproduktion</p>							
Dozententeam	Prof. Günther Graßau (Verantwortlich), M.Sc. Rika Fleck							
Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02401 Fernsehjournalismus 1	1					Msn/MP	1
	02402 Screendesign		1					
02403 Fernsehproduktion		3						
Empf. Literatur	<p>VON APPELDORN Werner: Handbuch der Film- und Fernseh-Produktion, München 2002⁵</p> <p>BLAES Ruth, HEUSSEN Gregor Alexander (Herausgeber): ABC des Fernsehens, Konstanz 1997¹</p> <p>LEEB Hugo, SEHR Peter: Filmproduktion Bd.3: Kalkulation, München 1998²</p> <p>GUMPRECHT Hans-Peter: Ruhe Bitte! Aufnahmeleitung bei Film und Fernsehen, Konstanz 2002²</p> <p>KARSTENS Eric, SCHÜTTE Jörg: Firma Fernsehen, Reinbek 1999¹</p>							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0123							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienproduktion I: Hörfunk	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0241		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul überführt die theoretischen Kenntnisse unter wissenschaftlicher Betrachtung in die Produktionspraxis, wobei eine gesamtgesellschaftliche Reflexion der Medienproduktion im Bereich Hörfunk erfolgt. Die entsprechenden medienwissenschaftlichen, medienrechtlichen, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnisse werden in einem reflektierenden Transfer branchenspezifisch eingeordnet und angewendet.</p> <p>Das Modul vermittelt die Kenntnisse und Fertigkeiten zur Produktion von Hörfunkprogrammen. Dies betrifft sowohl die Formatkonzeption und die Positionierung eines Radiosenders am Markt und als Marke, als auch die inhaltliche Gestaltung des Programms mit den wichtigen Programmelementen Musik und Moderation. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, bestehende Senderkonzepte zu analysieren, neue Konzepte zu entwerfen und diese Konzepte mit geeigneten Programmelementen in der Praxis zu untersetzen und selbst ausfüllen zu können.</p> <p>Das Modul gründet in einer Synthese aus wissenschaftlicher Theorie und fundierter (Produktions-)Praxis, die es dem Studenten ermöglicht die jeweilige Branchencharakteristik zu verinnerlichen und anzuwenden.</p>		
Lehrinhalte	<p>Im Modul erhalten die Studenten einen wesentlichen Einblick in die Produktion von Hörfunkprogrammen. Dabei behandelt die Übung Hörfunkproduktion folgende Inhalte: Formatanalyse und -konzeption, Aufbau und Struktur eines Radiosenders, Imagebildung, Positionierung am Markt und als Marke, On- und Off-Air-Promotion, Media-Analyse, Themenfindung- und Aufbereitung im Hörfunk. Die Lehrveranstaltung Moderation hat folgende Inhalte: Grundlagen, Planung und Aufbau von Moderationen, Moderieren in den unterschiedliche Senderformaten, Schreiben und Sprechen von Moderationen, Sprechtechnik, Praxistraining im Selbstfahrmodus. In der Lehrveranstaltung Musik werden folgende Themen behandelt: Musikformate, Musikformatanalyse und -konzeption, Grundlagen des Research, Musikplanung, Musikplanungsprogramme, praktische Übungen zur Erstellung von Playlists.</p>		

Lernmethoden	<p>Die Lehrveranstaltung basiert auf der wissenschaftlichen Analyse branchenspezifischer Rahmenbedingungen und Faktoren im Kontext der medienpraktischen Arbeit im Bereich des Hörfunks. An externen Beispielen und eigenen Produktionen werden die Besonderheiten analysiert und reflektiert. Methodisch werden die Ausbildungsziele durch drei Lehrveranstaltungen umgesetzt, die aufeinander abgestimmt auf das Modulziel hinarbeiten. Im Modul werden, parallel zur praktischen Arbeit im Modul Medienpraxis, den Studierenden in Form von Seminaren weiterführende und eingehende Unterweisungen in die Gesamtproblematik Hörfunk gegeben. Der Student kombiniert sein erlangtes Wissen mit der praktischen Anwendung des Unterrichtsstoffes aus den Modulen Journalistisches Arbeiten, Medienbetriebswirtschaft und Medienproduktionssysteme.</p> <p>Während das Seminar „Hörfunkproduktion“ (1 SWS) sich mit gesamtheitlich gesehenen Aspekten des Betriebs eines Hörfunksenders auseinandersetzt, erfolgt in den Lehrveranstaltungen „Moderation“ (2 SWS) und „Musik“ (1 SWS) theoretische und auch praktische Vertiefungen in die Programmelemente Musik und Moderation durch eigene Musikplanungen, Musikresearch, Moderation und Training am Sendepult.</p> <p>Damit festigen die Studierenden die theoretischen Kenntnisse und schaffen eine Verflechtung mit den Arbeitsabläufen der Hörfunkproduktion.</p>																																	
Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), Dipl.-Journ. Thomas Melzer, Klaus Vorbrod, Frank Wilkat																																	
Teilnahmevoraussetzungen	keine																																	
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																																	
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>S/Ü</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>02411 Hörfunkproduktion</td> <td>1</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="3">Mm/30</td> <td rowspan="3">1</td> </tr> <tr> <td>02412 Moderation</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>02413 Musik</td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL	02411 Hörfunkproduktion	1	1				Mm/30	1	02412 Moderation		2				02413 Musik		1			
Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht																											
	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL																													
02411 Hörfunkproduktion	1	1				Mm/30	1																											
02412 Moderation		2																																
02413 Musik		1																																
Empf. Literatur	<p>FRIGGE Uwe, HAAS Michael, ZIMMER Gert: Radio-Management. Ein Handbuch für Radio-Journalisten, Köln 1991¹</p> <p>BUCHHOLZ Axel, LA ROCHE Walter von: Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk, München 2004⁸</p> <p>WACHTEL Stefan: Sprechen und Moderieren in Hörfunk und Fernsehen, Konstanz 2003¹</p>																																	
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0124																																	

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienproduktion I: Print / Digitale Medien	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	1-3	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0242		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul überführt die theoretischen Kenntnisse unter wissenschaftlicher Betrachtung in die Produktionspraxis, wobei eine gesamtgesellschaftliche Reflexion der Medienproduktion im Bereich Print- und Digitale Medien erfolgt. Die entsprechenden medienwissenschaftlichen, medienrechtlichen, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnisse werden in einem reflektierenden Transfer branchenspezifisch eingeordnet und angewendet.</p> <p>In der Produktion von Print- und Onlinemedien ist die selbständige Gestaltung der Endprodukte wie Zeitungsseiten, Teile von Zeitschriften, ganze Publikationen einschl. Büchern sowie Websites heutzutage obligatorisch. In diesem Modul werden den Teilnehmern grundlegendes theoretisches Wissen über die Produktionsabläufe, die Auswahl und den Einsatz der richtigen Werkzeuge (Softwareprogramme) vermittelt. Ganz besonders großer Wert wird auf intermediale Funktionsweisen gelegt, d.h. die Nutzung und Aufbereitung von Inhalten beispielweise für eine publizistisch ausgerichtete Website und eine Tageszeitung.</p> <p>Ziel ist es, dass die Teilnehmer lernen, Inhalte in unterschiedlichen Mediengattungen und gattungsübergreifend einerseits möglichst effektiv aufzubereiten, andererseits professionell ansprechend umzusetzen und zu präsentieren.</p> <p>Das Modul gründet in einer Synthese aus wissenschaftlicher Theorie und fundierter (Produktions-)Praxis, die es dem Studenten ermöglicht die jeweilige Branchencharakteristik zu verinnerlichen und anzuwenden.</p>		
Lehrinhalte	<p>In den Vorlesungen werden zunächst die theoretischen Grundlagen zu den Arbeitsabläufen in den Mediengattungen Print und Online sowie in der gattungsübergreifenden Produktion vermittelt. Zu den Inhalten bei der Vermittlung der theoretischen Grundlagen zählen die sorgfältige Planung der erforderlichen Arbeitsabläufe, Möglichkeiten und Wege der Content-Generierung und die Auswahl der richtigen und kompatiblen Werkzeuge (Software) für die Aufbereitung, Weiterverarbeitung und Endproduktion.</p>		

	<p>Im zweiten Schritt werden technische und gestalterische Grundlagen vermittelt. Dazu zählen Möglichkeiten und Funktionsweisen des Desktop Publishings (DTP), unterschiedliche Herangehensweisen bei der Gestaltung von Websites (Web-Design und/oder der Einsatz von Content Management Systemen), Bedeutung der Typografie und Möglichkeiten der Bildgestaltung und -bearbeitung. Weitere zu vermittelnde Grundlagen sind Farblehre, Farbsysteme und Corporate Design.</p> <p>In den praxisorientierten Seminarveranstaltungen werden Übungen auf Basis der zuvor vermittelten theoretischen Grundlagen durchgeführt.</p>
Lernmethoden	<p>Die Lehrveranstaltung basiert auf der wissenschaftlichen Analyse branchenspezifischer Rahmenbedingungen und Faktoren im Kontext der medienpraktischen Arbeit im Bereich Print- und Onlinemedien. An externen Beispielen und eigenen Produktionen werden die Besonderheiten analysiert und reflektiert. Methodisch werden die Ausbildungsziele durch zwei Lehrveranstaltungen umgesetzt, die aufeinander abgestimmt auf das Modulziel hinarbeiten.</p> <p>Neben der zuvor beschriebenen notwendigen Vermittlung der theoretischen Grundlagen, stehen vor allem praxisnahe Übungen im Vordergrund des Moduls. Die Lehrveranstaltungen werden deswegen in Räumlichkeiten mit ausreichenden Computerarbeitsplätzen durchgeführt. Jeder Teilnehmer hat so die Möglichkeit, einzelne Lernschritte selbst nachzuvollziehen und unter fachkundiger Anleitung den Umgang mit der eingesetzten Software zu üben. Dazu zählen unter anderem professionelle Anwendungen in der Pixel- und Vectorbildgestaltung, Satz- und Layoutprogramme, medien-gattungsübergreifende Software für den Einsatz in Print- und Onlinemedien.</p> <p>Der Student kombiniert sein erlangtes Wissen mit der praktischen Anwendung des Unterrichtsstoffes aus den Modulen Journalistisches Arbeiten, Medienbetriebswirtschaft, Medienproduktionssysteme und Medieninformatik.</p> <p>Am Ende des Semesters weisen die Teilnehmer ihre erlangten praktischen Fähigkeiten durch eine eigene Medienproduktion nach. Beispiele: Gestaltung von Plakaten, Flyern, Prospekten oder einfach strukturierte Websites.</p> <p>Damit festigen die Studierenden die theoretischen Kenntnisse und schaffen eine Verflechtung mit den Arbeitsabläufen der Print- und Onlineproduktion.</p>
Dozententeam	Dipl.-Ing.(FH) Christian Greim (Verantwortlich), Dipl.-Ing. Sieglinde Klimant
Teilnahmevoraussetzungen	keine

Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02421 Mediengestaltung	1	2				Msn/MP	1
02422 DTP		2						
Empf. Literatur	<p>KIPPHAN Helmut: Handbuch der Printmedien, Berlin 2000¹ PISANI Patricia, RADTKE Susanne, WOLTERS Walburga: Handbuch visuelle Mediengestaltung, Berlin 2004² : Onlinehandbücher der Hersteller, - -¹ BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin, Heidelberg 2008⁴ BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick: Projekte zur Mediengestaltung, Berlin Heidelberg 2004¹ HUWE Holger: Photoshop CS2/CS3, Osnabrück 2008¹</p>							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0125							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienproduktion II: Fernsehen	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0243		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt die notwendigen Kompetenzen, komplexere Studio- und Außenproduktion im Produktionsteam eigenständig herstellen.</p> <p>Die Fachkompetenzen umfassen den praktischen Einsatz der Fernseh-Technik sowie die Anwendung von umfassenden Kenntnissen des Produktionsmanagements auf die jeweiligen Produktionen. Hinzu kommt die Fertigkeit, Kenntnisse des Fernsehjournalismus bei der Produktion von Magazinbeiträgen oder Studiointerviews erfolgreich anzuwenden.</p>		
Lehrinhalte	<p>In der Vorlesung "Fernsehjournalismus 2" stehen die Erfordernisse der ganzheitlichen betriebswirtschaftlichen Begleitung von komplexeren Fernsehproduktionen im Mittelpunkt. Hierzu zählen alle Aspekte des professionellen Work Flow. Hinzu kommen Fragestellungen der Kalkulation, der Disposition, des Rechteerwerbs oder der Vermarktung von Sendungen.</p> <p>Daneben werden aktuelle Themen der Fernsehproduktion vermittelt und Wege der Formatierung mit ihren Besonderheiten sowie Produktionserfordernissen vorgestellt.</p> <p>In den Seminaren "Produktionsmanagement" und "Fernsehproduktion" wenden die Teilnehmer die erworbenen Kenntnisse im Bereich der Fernsehtechnik unter den Bedingungen einer professionellen Fernsehproduktion an. Weiterhin wird der kreative Einsatz der Technik eingeübt.</p> <p>Daneben vermittelt das Modul die Formen der Koordination der einzelnen Tätigkeiten mit dem Ziel, dass die Teilnehmer grundlegende technische und redaktionellen Abläufe beherrschen.</p>		
Lernmethoden	<p>Während die Vorlesung "Fernsehjournalismus 2" theoretische Grundlagen der Fernsehproduktion vermittelt, steht in den Seminaren "Produktionsmanagement" und "Fernsehproduktion" die konkrete praktische Anwendung des Gelernten im Mittelpunkt. Dies geschieht im Rahmen von unter Marktbedingungen produzierten regelmäßigen TV-Formaten.</p> <p>Die in den Sendungen enthaltenen Beiträge werden ebenfalls im Rahmen des Moduls produziert.</p>		
Dozententeam	Prof. Günther Graßau (Verantwortlich), M.Sc. Rika Fleck		

Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02431 Fernsehjournalismus 2	1					Msn/MP	1
	02432 Produktionsmanagement		1					
02433 Fernsehproduktion		3						
Empf. Literatur	BLAES Ruth, HEUSSEN Gregor Alexander (Herausgeber): ABC des Fernsehens, Konstanz 1997 ¹ GEISSENDÖRFER Hans Werner, LESCHINSKY Alexander: Handbuch Fernsehproduktion, Neuwied 2002 ¹ LEEB Hugo, SEHR Peter: Filmproduktion Bd.3: Kalkulation, München 1998 ² GUMPRECHT Hans-Peter: Ruhe Bitte! Aufnahmeleitung bei Film und Fernsehen, Konstanz 2002 ² VAN APPELDORN Werner: Handbuch der Filmproduktion und Fernsehproduktion, keine Angabe 2000 ¹							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0126							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienproduktion II: Hörfunk	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0244		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul vermittelt Kenntnisse und Fertigkeiten zur Produktionen im Tonstudio und Kompetenzen auf dem Gebiet der Konzeption und Realisierung von aufwändiger Audioproduktionen. Die Palette der Beiträge reicht dabei von einfachen Kurzbeiträgen im Hörfunk über Werbespots bis hin zum Hörspiel. Die Studierenden werden damit in die Lage versetzt, sowohl Produktionen im Tonstudiobereich auf dem Gebiet Musikproduktion und Hörspiel/Hörbuch kritisch zu bewerten und einzuordnen, als auch eigene Produktionen auf diesen Gebieten zu planen und zu realisieren.</p>		
Lehrinhalte	<p>Im Modul erhalten die Studenten einen wesentlichen Einblick in die Erstellung qualitativ hochwertiger Audioproduktionen. Dabei beinhaltet die Lehrveranstaltung folgende Themen: Einführung in die Tonstudiopraxis, Produktionsmethoden, Instrumentenkunde, Gesangs- und Sprachaufnahmen, Mikrofonierung von Instrumenten im Studio und im Livebetrieb, Stereomikrofonierung, Surroundmikrofonierung, MIDI und Sequencer, Hard-Disk-Recording Systeme. Im Praktikum Tonstudiopraxis erfolgt die Einweisung in die Bedienung eines professionellen Tonstudios und die Studierenden erstellen Produktionen in den verschiedensten Musikbereichen. In der Veranstaltung Hörspielproduktion erfolgt die Produktion eines Hörspiels, angefangen von der Ideenfindung, der Scripterstellung, der Geräusch- und Sprachaufnahmen bis hin zum Mischen und Mastern.</p>		
Lernmethoden	<p>In der Vorlesung „Audioproduktion“ (2 SWS) werden den Studenten spezielle theoretische Kenntnisse zur Produktion von Audiomaterial im Tonstudio vermittelt. Durch die unmittelbare Verbindung mit den Veranstaltungen „Tonstudiopraxis“ (2 SWS) und „Hörspielproduktion“ (2 SWS) wird die schnelle Umsetzung der gewonnenen Erkenntnisse in die eigene Anwendungspraxis ermöglicht. Die Studenten erlernen die Konfiguration und die produktionstechnische Nutzung eines professionellen Tonstudios.</p> <p>Die Studierenden entwickeln praktische Fähigkeiten zur Audioprojektion in Bezug auf Innen- und Außenaufnahmen, Aufnahme von Sprache und Geräuschen, Einsatz von Entzerrern und Effekten und Audioschnitt. Praktisches Ergebnis und Beleg als Grundlage der Bewertung ist ein im Team zu erstellendes Hörspiel.</p>		

Dozententeam	Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel (Verantwortlich), Dipl.-Toningenieur Mike Winkler							
Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02441 Audioproduktion	1					Mm/30	1
	02442 Tonstudiopraxis		2					
02443 Hörspielproduktion		2						
Empf. Literatur	<p>DICKREITER Michael: Handbuch der Tonstudioteknik Bd. I (Raumakustik, Schallquellen, u.a.), München 1997⁶</p> <p>HENLE Herbert: Das Tonstudio Handbuch: Praktische Einführung in die professionelle Aufnahmetechnik. Grundlagen der Akustik. Analoge und digitale Audiotechnik, München 2001⁵</p> <p>PIEPER Frank: Das P.A. Handbuch, München 2005³</p> <p>RAFFASEDER Hannes: Audiodesign: Kommunikationskette, Schall, Klangsynthese, Effektbearbeitung, Akustische Gestaltung, Leipzig 2002¹</p> <p>FRIESECKE Andreas: Die Audio-Enzyklopädie, München 2007¹</p> <p>OWSINSKI Bobby: Mischen wie die Profis, München 2007¹</p>							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0127							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienproduktion II: Print	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0245		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul überführt die theoretischen Kenntnisse unter wissenschaftlicher Betrachtung in die Produktionspraxis, wobei eine gesamtheitliche Reflexion der Medien im Bereich Printproduktion erfolgt. Die entsprechenden medienwissenschaftlichen, medienrechtlichen, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnisse werden in einem reflektierenden Transfer branchenspezifisch eingeordnet und angewendet.</p> <p>Das Modul vermittelt differenziertere Kenntnisse über die branchenüblichen Strukturen, Arbeitsabläufe und Kalkulationsgrundlagen in einem Druckunternehmen. Die Studierenden werden vertraut gemacht mit der Koordination datentechnischer, maschinentechnischer und wirtschaftlicher Strukturen.</p> <p>Das Modul gründet in einer Synthese aus wissenschaftlicher Theorie und fundierter (Produktions-)Praxis, die es dem Studenten ermöglicht die jeweilige Branchencharakteristik zu verinnerlichen und anzuwenden.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul demonstriert in Theorie und Praxis branchenspezifische Probleme und ihre Lösungsmöglichkeiten: Faktisch geschieht in einer Druckerei eine Einzelfertigung, die für eine computerintegrierte Fertigung eigentlich nicht geeignet ist. Die Gleichartigkeit der Aufträge reicht aber so weit, dass mit bestimmten Software-Programmen und vernetzbaren Maschinen Synergieeffekte erreicht werden können. Als weitere Strategie der Kostenoptimierung vorgestellt werden Möglichkeiten, die Angebotspalette zu konsolidieren bzw. Aufträge bedarfsweise in Kollegenbetriebe auszulagern, was wiederum genau zu spezifizierende Schnittstellen erfordert. Als Grundlage einer Kalkulation vorgestellt werden dabei die Kosten- und Leistungsgrundlagen für Klein- und Mittelbetriebe der Druckindustrie. Schließlich wird ein detaillierter Einblick in die Technik gegeben, um für die Anforderungen des jeweiligen Betriebes den optimalen Maschinenpark zusammenstellen zu können.</p>		
Lernmethoden	<p>Die Lehrveranstaltung basiert auf der wissenschaftlichen Analyse branchenspezifischer Rahmenbedingungen und Faktoren im Kontext der medienpraktischen Arbeit im Bereich Printmedien. An externen Beispielen und eigenen Produktionen werden die Besonderheiten</p>		

	<p>analysiert und reflektiert. Methodisch werden die Ausbildungsziele durch zwei Lehrveranstaltungen umgesetzt, die aufeinander abgestimmt auf das Modulziel hinarbeiten.</p> <p>Im Seminar Arbeitsabläufe (2 SWS) werden die bekannten Softwaremodule auf Datenaustausch hin erklärt und weiter analysiert. Maschinen werden auf ihre Funktionen hin untersucht und die Stundensätze nach bvdm (Bundesverband Druck und Medien) bewertet. Im Praktikum Druckereivergleiche (2 SWS) werden Exkursionen in Druckereibetriebe unternommen, um Strategien zu Produktion und Marktpositionierung kennenzulernen.</p> <p>Der Student kombiniert sein erlangtes Wissen mit der praktischen Anwendung des Unterrichtsstoffes aus den Modulen Journalistisches Arbeiten, Medienbetriebswirtschaft, Medienproduktionssysteme und Medieninformatik.</p> <p>Damit festigen die Studierenden die theoretischen Kenntnisse und schaffen eine Verflechtung mit den Arbeitsabläufen der Printproduktion.</p>																											
Dozententeam	Dipl.-Ing.(FH) Christian Greim (Verantwortlich)																											
Teilnahmevoraussetzungen	keine																											
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																											
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>S/Ü</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>02451 Arbeitsabläufe</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td rowspan="2">Msn/MP</td> <td rowspan="2">1</td> </tr> <tr> <td>02452 Druckereivergleiche</td> <td>1</td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL	02451 Arbeitsabläufe		2				Msn/MP	1	02452 Druckereivergleiche	1	2			
Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht																					
	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL																							
02451 Arbeitsabläufe		2				Msn/MP	1																					
02452 Druckereivergleiche	1	2																										
Empf. Literatur	KIPPHAN Helmut: Handbuch der Printmedien, Berlin 2000 ¹ BUNDESVERBAND DRUCK UND MEDIEN : Kosten- und Leistungsgrundlagen für Klein- und Mittelbetriebe der Druckindustrie, Wiesbaden 2003 ¹ Broschüre																											
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0128																											

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienproduktion II: Digitale Medien	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich
Modulnummer	0246		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul überführt die theoretischen Kenntnisse unter wissenschaftlicher Betrachtung in die Produktionspraxis, wobei eine gesamtgesellschaftliche Reflexion der Medien im Bereich Digitale Medien erfolgt. Die entsprechenden medienwissenschaftlichen, medienrechtlichen, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnisse werden in einem reflektierenden Transfer branchenspezifisch eingeordnet und angewendet.</p> <p>Die Produktion und Gestaltung von Onlinemedien hat in den vergangenen Jahren eine immer größere Bedeutung erlangt, zumal sogenannte „klassische Medien“ wie Print, Hörfunk und Fernsehen verstärkt in Online-Portale integriert werden. Die zukunftsorientierten Ausbildungsziele umfassen zunächst die Erlangung von theoretischen Grundkenntnissen zu Bedeutung, Anforderungsprofilen und Funktionsweisen von Online-Medien. Das Spektrum reicht dabei von einfach gestalteten Websites (sogenannte Visitenkarten) über Web 2.0-Applikationen wie Weblogs, Wikis, Podcasts und Videoblogs bis hin zu umfassenden Portalen mit multimedialen Inhalten wie Fotostrecken, Präsentationen, Animationen sowie Audio- und Videobeiträgen.</p> <p>Im praktischen Teil werden Fähigkeiten zur weitgehend selbstständigen Entwicklung und Gestaltung von einfachen Websites unter Berücksichtigung der Content-Generierung, Bearbeitung und Anpassung sowie der benutzerorientierten Umsetzung vermittelt. Am Ende des Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein, selbst komplexe Online-Medienprodukte im Hinblick auf Aufbau, Struktur und eingesetzter Software zu analysieren und einfache Endprodukte wie Websites oder Weblogs selbst zu erstellen.</p> <p>Das Modul gründet in einer Synthese aus wissenschaftlicher Theorie und fundierter (Produktions-)Praxis, die es dem Studenten ermöglicht die jeweilige Branchencharakteristik zu verinnerlichen und anzuwenden.</p>		

Lehrinhalte	<p>In den Vorlesungen werden zunächst theoretische Grundlagen zu den Anforderungen an Online-Medien vermittelt. Dazu zählen die Planung des Umfangs, Aufbaus und Gestaltung im Hinblick auf den zu transportierenden Content und die angestrebte Zielgruppe. Dabei werden Möglichkeiten zur Content-Generierung genauso behandelt, wie Funktionsweisen der einzusetzenden Software. Besondere Aspekte sind die benutzerorientierte Gestaltung, die notwendige Kompatibilität von Programmen und Applikationen sowie die Einbindung von multimedialen und interaktiven Elementen.</p> <p>In den Seminaren geht es vor allem darum, die theoretischen Grundlagen praxisorientiert zunächst in Übungen – im weiteren Verlauf auch in konkreten Medienprojekten einzusetzen. Ausgehend vom funktionalen und gestalterisch ansprechenden Aufbau einer einfach strukturierten Website werden zunehmend Inhalte wie Texte, Bildmaterial, Audio- und Videobeiträge integriert. Dabei wird der Content entsprechend der Erfordernisse der Onlinemedien aufbereitet und angepasst.</p>
Lernmethoden	<p>Die Lehrveranstaltung basiert auf der wissenschaftlichen Analyse branchenspezifischer Rahmenbedingungen und Faktoren im Kontext der medienpraktischen Arbeit im Bereich Digitale Medien. An externen Beispielen und eigenen Produktionen werden die Besonderheiten analysiert und reflektiert. Methodisch werden die Ausbildungsziele durch zwei Lehrveranstaltungen umgesetzt, die aufeinander abgestimmt auf das Modulziel hinarbeiten.</p> <p>Neben der notwendigen Vermittlung der theoretischen Grundlagen, stehen vor allem praxisnahe Übungen im Vordergrund des Moduls. Die Lehrveranstaltungen werden in Räumlichkeiten mit ausreichenden Computerarbeitsplätzen durchgeführt. Jeder Teilnehmer hat so die Möglichkeit, einzelne Lernschritte selbst nachzuvollziehen und unter fachkundiger Anleitung den Umgang mit der eingesetzten Software zu üben.</p> <p>Dazu zählen unter anderem Content Management Systeme (CMS) und Programme zur optisch orientierten Gestaltung von Websites. Weitere Schwerpunkte bilden praktische Übungen mit Programmen zur professionellen Bildbearbeitung, Audio- und Videoschnittprogrammen sowie Applikationen zur Einbindung weiterer Elemente in eine Website wie Fotostrecken, Terminkalender, Tagebücher, Umfragen und Statistiken.</p> <p>Der Student kombiniert sein erlangtes Wissen mit der praktischen Anwendung des Unterrichtsstoffes aus den Modulen Journalistisches Arbeiten, Medienbetriebswirtschaft, visuelle Kommunikation, Medienproduktionssysteme und Medieninformatik.</p> <p>Am Ende des Semesters weisen die Teilnehmer ihre erlangten praktischen Fähigkeiten durch eine eigene Online-Medienproduktion nach. Beispiele: Erstellung einer Website oder eines Weblogs unter Einbindung von Applikationen für multimediale Inhalte.</p> <p>Damit festigen die Studierenden die theoretischen Kenntnisse und schaffen eine Verflechtung mit den Arbeitsabläufen der Produktion digitaler Medien.</p>

Dozententeam	Prof. Horst Müller (Verantwortlich), Dipl.-Ing. Sieglinde Klimant, Prof. Dr.-Ing. Robert J. Wierzbicki							
Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02461 Contentgenerierung	1	2				Msn/MP	1
02462 Gestaltung von Multimediasystemen		2						
Empf. Literatur	<p>BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick, ZIEGLER Hanns-Jürgen: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin Heidelberg 2008⁴</p> <p>THISEN Frank: Screen Design Handbuch. Effektiv informieren und kommunizieren mit Multimedia, Berlin Heidelberg 2003³</p> <p>BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick: Kompendium der Mediengestaltung für Digital- und Printmedien, Berlin, Heidelberg 2008⁴</p> <p>BÜHLER Peter, BÖHRINGER Joachim, SCHLAICH Patrick: Projekte zur Mediengestaltung, Berlin Heidelberg 2004¹</p> <p>HANKE Johann-Christian: Dreamweaver 8/CS3, Osnabrück 2008¹</p>							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0129							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Studium generale	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0247		
Pflicht	Wahlpflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul bietet persönlichkeitsbildende und allgemein bildende Zusatzangebote aus dem Umfeld des Studienganges. Die Studierenden erwerben Schlüsselkompetenzen im Bereich von sogenannten Soft Skills, angestrebt wird die Auseinandersetzung der Studierenden mit der aktuellen wissenschaftlichen Praxis. Zusätzliche Ziele sind die Stärkung der Sozial- und Vermittlungskompetenz, die Förderung kreativer Potenziale und die Herausbildung von Sprachkompetenz als Baustein der internationalen Orientierung der Studierenden. In den einzelnen Lehrveranstaltungen werden Fachthemen genutzt, um die angestrebten Kompetenzen zu erreichen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Akademischer Dialog: Die Lehrveranstaltung gibt vielseitige Einblicke in den aktuellen Wissenschaftsbetrieb. In wissenschaftlichen Vorträgen werden Einzel- und Spezialfragen erörtert und somit weiterführende Kompetenzen gestärkt. Die Studierenden setzen eines der Themen aus dem „Akademischen Dialog“ in einem medienwissenschaftlichen Aufsatz um stellen das gewählte Thema im Rahmen eines Referats vor. Aufsatz und Referat bereiten auf die später anzufertigende Bachelorarbeit und das Bachelor-Kolloquium vor („Mini-Bachelorarbeit“).</p> <p>Sprache: Den Studierenden werden sprachliche Kenntnisse in der Terminologie der einzelnen Medienbereiche vermittelt. Auf der Grundlage von Projektarbeiten werden die Fähigkeiten zu mediensprachlicher Präsentation und Moderation eingeübt.</p> <p>Literatur und Film: Literatur und Film als Bildungs-, Kunst-, und Kommunikationsformen. Die gegenseitige Rezeption von Klassikern in Literatur und Film.</p> <p>Tutoring: Den Studierenden werden Grundlagen von Lernprozessen, der Wissensvermittlung und des Entwurfs von - auch netzgestützten - Lehr-/Lernszenarien vermittelt. Auf der Basis der Kenntnisse in den Fachgebieten werden die Studierenden in die Lage versetzt, als studentischer Tutor tätig zu werden und das Wissen im Rahmen der praktischen Tätigkeit anzuwenden. Gestärkt werden die Handlungskompetenz und die kommunikativen Fähigkeiten.</p>		

	<p>Fotografie: Grundlegende Kenntnisse zu Bildinhalt, Bildaufbau und Bildkomposition. Wirkungen von Perspektive und Kamerastandort. Vermittlung von Kenntnissen und Erfahrungen zum Einsatz dramaturgischer und technischer Hilfsmittel zur Erzeugung von Effekten, Stimmungen oder Eindrücken.</p>																																																					
Lernmethoden	<p>Die thematisch verbundenen Seminare geben den Studierenden die Möglichkeit, auf der Basis der Vorträge und von eigenverantwortlich erstellten Arbeiten ihr Wissen aktuell zu messen bzw. zu vervollständigen. Daneben stärken die Wahlveranstaltungen die Fähigkeit zur Kommunikation in der Fach- und Fremdsprache, sowie zur Reflexion und Vermittlung von Wissen.</p> <p>Die Lehrveranstaltung Literatur und Film stellt anhand der Verknüpfung von literarischen und filmischen Werken ausgewählte Vertreter des klassischen Bildungskanons vor. Die Medienstudenten erlangen über die zumindest teilweise vertrauten Methoden und Techniken des Films Zugang zu literarischen Darstellungsformen und Stoffen. Die Informationsbeschaffung in der Lehrveranstaltung Tutoring erfordert Kommunikationsgeschick und fachliches Wissen; damit wird eine der Schlüsselqualifikationen des Studiengangs gefördert. Das Tutoring fördert die Fähigkeiten zur zielorientierten Verarbeitung und Anwendung des erworbenen Wissens, sowie zur Wissensvermittlung. Die Lehrveranstaltung Fotografie vermittelt Fach- und Methodenkompetenz.</p>																																																					
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer (Verantwortlich), Prof. Dr. phil. Otto Altendorfer, M.Sc. Rika Fleck, Tom Gottschalk, Tim Heardtke, Prof. Dr. Udo Reiter, Dipl.-Inf. Undine Schmalfuß																																																					
Teilnahmevoraussetzungen	keine																																																					
Arbeitslast	150 Stunden, davon: 75 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 5 SWS) 75 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung																																																					
Lehreinheitsformen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lerneinheiten -units</th> <th colspan="5">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungen</th> <th rowspan="2">Gewicht</th> </tr> <tr> <th>Vorl.</th> <th>S/Ü</th> <th>Prakt.</th> <th>Tut.</th> <th>PVL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>02471 Akademischer Dialog (Pflicht)</td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Msn/PA</td> <td></td> </tr> <tr> <td>02472 Sprachen</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td>Tem/15</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>02473 Literatur und Film</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td>Tem/15</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>02474 Tutoring</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td>Tem/15</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>02475 Fotografie</td> <td></td> <td>2</td> <td></td> <td></td> <td>Tem/15</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL	02471 Akademischer Dialog (Pflicht)		1				Msn/PA		02472 Sprachen		2			Tem/15			02473 Literatur und Film		2			Tem/15			02474 Tutoring		2			Tem/15			02475 Fotografie		2			Tem/15		
Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht																																															
	Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL																																																	
02471 Akademischer Dialog (Pflicht)		1				Msn/PA																																																
02472 Sprachen		2			Tem/15																																																	
02473 Literatur und Film		2			Tem/15																																																	
02474 Tutoring		2			Tem/15																																																	
02475 Fotografie		2			Tem/15																																																	
Empf. Literatur	<p>VON BRANDT Ahasver: Werkzeug des Historikers: Eine Einführung in die Historischen Hilfswissenschaften, Stuttgart 2007¹⁷</p> <p>FRANCK Norbert, STARY Joachim: Die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens, Paderborn München Wien Zürich 2003¹</p> <p>HOLZBAUR Ulrich (et al.): Eventmanagement. Veranstaltungen</p>																																																					

	professionell zum Erfolg führen, Berlin, Heidelberg 2005 ³ WEIHSCHÉDEL Wilhelm: Die philosophische Hintertreppe, München 1966 ¹ BRAUNER Detlef, VOLLMER Hans-Ulrich: Erfolgreiches wissenschaftliches Arbeiten, München 2007 ² BALLSTAEDT Steffen: Wissensvermittlung, Weinheim 1997 ¹ ARNOLD Patricia: Kooperatives Lernen im Internet, Münster / New York 2003 ¹ SCHULMEISTER Rolf (Prof.): eLearning: Einsichten und Aussichten, Oldenburg 2006 ¹
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0152

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.
Modulname	Medienproduktion III	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig
Modulnummer	0248		
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	5
Ausbildungsziele	<p>Das Modul überführt die theoretischen Kenntnisse unter wissenschaftlicher Betrachtung in die Produktionspraxis, wobei eine gesamtgesellschaftliche Reflexion der Medien unter crossmedialen Gesichtspunkten erfolgt. Die entsprechenden medienwissenschaftlichen, medienrechtlichen, betriebswirtschaftlichen und produktionstechnischen Kenntnisse der Einzelmedien werden in einem reflektierenden Transfer medienübergreifend eingeordnet und angewendet.</p> <p>Die Studierenden entwickeln Kompetenzen zu Analyse und Beurteilung sowie zur grundlegenden Entwicklung von medienübergreifenden Projekten. Dadurch entwickeln sie die Fähigkeit, über die bisherigen Grenzen der einzelnen On- und Offlinemedien hinauszudenken. Ziel des Moduls ist es, sowohl die Grundlagen des Projektmanagements zu vermitteln als auch die Kompetenzen bei der kaufmännischen, inhaltlich-journalistischen und technischen Abwicklung solcher komplexen und medienübergreifenden Projekte. Auf diesem Wege sollen die Studierenden für die wirtschaftlichen Aspekte von Cross Media Projekten sensibilisiert werden. Weiterhin wird die Kompetenz zur Analyse und Entwicklung von Content-Management-Modellen vermittelt.</p> <p>Das Modul gründet in einer Synthese aus wissenschaftlicher Theorie und fundierter (Produktions-)Praxis, die es dem Studenten ermöglicht die interdisziplinäre Gestaltung von Cross-Media-Produktionen zu verinnerlichen und anzuwenden.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Modul gibt einen grundlegenden Überblick über die Techniken und Methoden der medienübergreifenden - Generierung von Inhalten (Creation), - Produktion (Aggregation) und - Distribution (Access). Vermittelt werden wichtige existierende Ansätze der Cross Media Produktion zum Beispiel im Bereich des Interactive TV. Daneben steht die Vermittlung von grundlegenden Kenntnissen auf dem Gebiet des Projekt-Management (Abhängigkeiten, Realisation, Risikomanagement) sowie der Projektdurchführung im Mittelpunkt des Moduls.</p> <p>Ein weiterer Schwerpunkt sind die Entwicklung und Vermarktung von Multiplattformstrategien. So werden grundlegende Möglichkeiten und Methoden zur Ideen- und Konzeptentwicklung vorgestellt. Weiterhin werden Cross Media orientierte Business Pläne entwickelt und deren spezifische Inhalte analysiert. Ein dritter Schwerpunkt ist die Analyse</p>		

	<p>existierender sowie die Entwicklung neuer Vermarktungskonzeptionen.</p> <p>Im Bereich des Content-Management werden die Themenfelder „Technischer Hintergrund“, „Komponenten“, „Nutzen“ und „Marktüberblick“ vermittelt.</p>
Lernmethoden	<p>Die Lehrveranstaltung basiert auf der wissenschaftlichen Analyse branchenspezifischer Rahmenbedingungen und Faktoren im Kontext der medienpraktischen Arbeit im Bereich Cross-Media-Produktion. An externen Beispielen und eigenen Produktionen werden die Besonderheiten analysiert und reflektiert. Methodisch werden die Ausbildungsziele durch die in Vorlesung und Seminar gegliederte Lehrveranstaltung modulzielgerecht umgesetzt.</p> <p>Die Vorlesung (2 SWS) vermittelt das erforderliche fachübergreifende Grundwissen für die Arbeit an und mit Multiplattformstrategien. Hierzu zählen die Grundbegriffe, vorhandene oder sich abzeichnende Basiskonzepte, die technischen Rahmenbedingungen bei der Produktion und der Verbreitung. Daneben wird das Projektmanagement als Schlüsselkompetenz an konkreten Fallbeispielen vorgestellt und erläutert. Die Vorlesung bietet die Vertiefung von Wissen zu den wesentlichen Schritten bei der Entwicklung und Vermarktung von Multiplattformstrategien. Die Ideen- und Konzeptentwicklung, Business Pläne und Vermarktungskonzeptionen stehen dabei im Mittelpunkt. Das Seminar (2 SWS) bietet die Chance zur Analyse von bereits realisierten Projekten wie „Deutschland sucht den Superstar“. Die Studierenden untersuchen die einzelnen Bausteine von Cross Media Projekten in ihren inhaltlichen, technischen und finanziellen Dimensionen. Das Seminar befasst sich mit der Konzeption und Realisierung eines konkreten Cross Media (X-Media)-Projektes. Es wird ein grundlegende Geschäftsmodell entwickelt. Anhand der aufgestellten Businesspläne werden konkrete Finanzierungsstrategien und Vermarktungsstrategien konzipiert und beispielhaft realisiert.</p> <p>Der Student kombiniert sein erlangtes Wissen mit der praktischen Anwendung des Unterrichtsstoffes aus den Modulen Journalistisches Arbeiten, Medienbetriebswirtschaft, visuelle Kommunikation, Medienproduktionssysteme und Medieninformatik.</p> <p>Damit festigen die Studierenden die theoretischen Kenntnisse und schaffen eine Verflechtung mit den Arbeitsabläufen der Cross-Media-Produktion.</p>
Dozententeam	<p>Prof. Dr.-Ing. Robert J. Wierzbicki (Verantwortlich), Prof. Günther Graßau, Prof. Dr.-Ing. Michael Hösel, Prof. Horst Müller, Prof. Dr.-Ing. Rainer Zschockelt</p>
Teilnahmevoraussetzungen	<p>keine</p>

Arbeitslast	150 Stunden, davon: 60 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 4 SWS) 90 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02481 Crossmediale Medienproduktion	2	1				Msn/MP	1
02482 Reflexion der Medienbranche		1						
Empf. Literatur	BIEGER Thomas (Herausgeber): Zukünftige Geschäftsmodelle, Berlin Heidelberg 2007 ¹ BRÖSEL Gerrit, KEUPER Frank: Medienmanagement - Aufgaben und Lösungen, München, Wien 2003 ¹ SCHOEGEL Kerstin: Geschäftsmodelle. Konstrukt, Bezugsrahmen, Management., München 2001 ¹							
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0153							

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.					
Modulname	Lehrprojekt Medienunternehmen	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, jährlich					
Modulnummer	0249							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	15					
Ausbildungsziele	Das Lehrprojekt dient der Fähigkeit, das erworbene Wissen interdisziplinär und praxisgerecht umzusetzen und anzuwenden.							
Lehrinhalte	Training und Analyse sowie wissenschaftliche Dokumentation grundsätzlicher Strukturen und/oder aktueller Entwicklungen und/oder innovativer Techniken/Methoden der Fachdisziplin im Kontext des Medienmarktes.							
Lernmethoden	Das Modul vermittelt vor dem Hintergrund des theoretischen Wissens das Handwerkszeug zur Bearbeitung wissenschaftlicher und praktischer Aufgabenstellungen, angepasst an die spezifische Studienorientierung. Der Student arbeitet eigenständig an Aufgabenstellungen, die seminaristisch begleitet werden.							
Dozententeam	Studiendekan, Erstbetreuer Hochschule							
Teilnahmevoraussetzungen	keine							
Arbeitslast	450 Stunden, davon: 15 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 1 SWS) 435 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02491 Praxismodul (12 Wochen)						Msn/PA	1
	02492 Modulcoaching		1					

Empf. Literatur	ZIMMER-HENRICH Werner: Projektmanagement, Bonn 2000 ¹ GLAUBITZ Uta: Generation Praktikum - Mit den richtigen Einstiegjobs zum Traumberuf, München 2006 ¹ INGLIN-BUOMBERGER Beatrice: Beurteilen und Bewerten im Praktikum, Basel 2000 ¹ KELLER Heidi, NÖHMEIER Nadine: PraktikumsKnigge - Leitfaden zum Berufseinstieg und Praktikum, München 2005 ² PEIPE Sabine: Basiswissen Projektmanagement, Freiburg im Breisgau 2007 ¹ TROLL Susanne: Die Auslandsreise 2007, Rangsdorf 2007 ¹ ZIMMERMANN Jürgen: Ablauforientiertes Projektmanagement. Modelle, Verfahren und Anwendungen, Wiesbaden 2001 ¹
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0154 B.A. Angewandte Medien, Modul 0396 B.A. Film und Fernsehen, Modul 0457 B.A. Gesundheitsmanagement, Modul 0523 B.A. Business Management, Modul 0622

Studiengang	Medienmanagement	Abschluss	B.A.					
Modulname	Bachelorprojekt	Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch					
Empfohlenes Semester	3-6	Dauer und Frequenz	1 Semester, ständig					
Modulnummer	0250							
Pflicht	Pflicht	ECTS Credits	15					
Ausbildungsziele	Das Modul dient der eigenständigen Anfertigung der Abschlussarbeit. In der vorgegebenen Zeit von 12 Wochen ist vom Studierenden ein Thema nach wissenschaftlichen Methoden zu recherchieren, zu bearbeiten und veröffentlichungsfähig anzufertigen.							
Lehrinhalte	Anhand der gestellten Thematik hat der Studierende den Nachweis zu erbringen, dass er in der Lage ist, die vermittelten theoretischen und praktischen Kenntnisse in eine in sich abgeschlossene Aufgabenstellung einfließen zu lassen, sie zu formulieren und/ oder zu gestalten.							
Lernmethoden	Basis ist die eigenständige wissenschaftliche Arbeit des Studierenden, wobei ihm die Möglichkeit gegeben wird, in der Konsultation mit dem akademischen Betreuer, dem Studiendekan und anderen Tutoren Hinweise und Anregungen zur Themenstellung zu erhalten.							
Dozententeam	Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer (Verantwortlich), Erstbetreuer Hochschule, Zweitbetreuer Unternehmen/FH							
Teilnahmevoraussetzungen	erfolgreicher Abschluss aller Module							
Arbeitslast	450 Stunden, davon: 15 Stunden Lehrveranstaltungen (entspricht 1 SWS) 435 Stunden Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen, Prüfungsvorbereitung und Prüfung							
Lehreinheitsformen	Lerneinheiten -units	SWS					Prüfungen	Gewicht
		Vorl.	S/Ü	Prakt.	Tut.	PVL		
	02501 Bachelorarbeit						BA	2/3
	02502 Tutorium für Examenskandidaten				1		PI4m/ K15	1/3
02503 Bachelorkolloquium								

Empf. Literatur	BÄNSCH Axel: Wissenschaftliches Arbeiten, München 2007 ⁹ BECKER Fred: Anleitung zum wissenschaftlichen Arbeiten, Bergisch Gladbach 1994 ¹ THEISEN Manuel R.: Wissenschaftliches Arbeiten, München 2006 ¹³ FRANCK Norbert: Handbuch Wissenschaftliches Arbeiten, Frankfurt 2007 ² JELE Harald: Wissenschaftliches Arbeiten in Bibliotheken, München 2003 ² JELE Harald: Wissenschaftliches Arbeiten: Zitieren, München 2006 ² BRAUNER Detlef, VOLLMER Hans: Erfolgreiches wissenschaftliches Arbeiten, Sternenfels 2008 ³
Weitere Verwendung	B.Eng. Medientechnik, Modul 0155 B.A. Angewandte Medien, Modul 0397 B.A. Film und Fernsehen, Modul 0458 B.A. Gesundheitsmanagement, Modul 0524 B.A. Business Management, Modul 0623