

Modulhandbuch

International Media Management

Bachelor of Science Stand: 04.07.24

Stammdaten International Media Management

Name

International Media Management

Name(engl.)

International Media Management

Kürzel

IMM1

Abschlussgrad

Bachelor of Science

Fachbereich

Design Informatik Medien

Fachsemester

7

Credit-Points (CP)

210

Spezifikation**Rahmenprüfungsordnung (RPO)**

2024

Prüfungsordnung (PO)

2024

Akkreditiert durch

internes Qualitätssicherungssystem der Hochschule RheinMain

Akkreditiert bis

2029-09-30

Anmerkung**Stunden pro CP**

30

Studiengangsleitung

Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Studienangebotsziele

Fachkompetenzen

Absolventinnen und Absolventen des Bachelor-Studiengangs International Media Management verfügen über ein breites und interdisziplinäres Fachwissen in den Bereichen Medienwirtschaft, -design und -technik. Neben fundierten betriebswirtschaftlichen Grundkenntnissen, die für die Planung und Durchführung von Medienproduktionen sowie für die erfolgreiche Positionierung von Produkten und Unternehmen in internationalen Medienmärkten benötigt werden, verfügen Absolventinnen und Absolventinnen auch über ein umfassendes Basiswissen zur Gestaltung und technischen Funktionsweise von Medien speziell in den Bereichen der Interaktiven Medien und der Bewegtbildmedien.

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, situationsbezogen fachliche und praxisrelevante Aussagen zu reflektieren und auch in komplexen und sich häufig verändernden internationalen und globalen Kontexten gegeneinander abzuwägen. Sie können auch spezielle Problemstellungen von Medienproduktionen in internationalen Kontexten, wie beispielsweise besondere wirtschaftliche, rechtliche und kulturelle sowie regulative und politische Besonderheiten und Rahmenbedingungen, einschätzen, bewerten und diesbezüglich abgestimmte und fachlich fundierte Problemlösungen erarbeiten.

Sie kennen die für das Fach relevanten wissenschaftlichen Grundlagen auf dem neuesten Erkenntnisstand und haben ein kritisches Verständnis für die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden der Produktion und Vermarktung von Medienprodukten entwickelt. Darüber hinaus kennen sie die Besonderheiten und Herausforderungen des Managements von Medienproduktionen in internationalen bzw. zunehmend globalisierten Medienmärkten.

Methodenkompetenzen

Absolventinnen und Absolventen sind mit den wichtigsten wirtschaftlichen, gestalterischen und technischen Anforderungen an Medienproduktionen und -projekte in nationalen und internationalen Kontexten vertraut und können von der Planung und Konzeption bis hin zur Realisation unterschiedlichste Funktionen in nationalen und internationalen Medienprojekten übernehmen.

Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, relevante fachspezifische Informationen sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache zu wirtschaftlichen Aspekten und Zusammenhängen der internationalen Medienindustrie zu sammeln, zu bewerten, zu interpretieren und daraus wissenschaftlich fundierte Urteile abzuleiten. Sie können fachbezogene Problemlösungen und Argumente sowie Forschungsfragen erarbeiten und weiterentwickeln. Ihre interdisziplinären Kompetenzen können sie bei der Bearbeitung von Inhalten aus Wirtschaft, Technik und Gestaltung mit einem speziellen Fokus auf internationalen Medienprodukten, -märkten und -produktionen anwenden.

Sozialkompetenzen

Absolventinnen und Absolventen können fachbezogene Positionen und komplexe Problemlösungen sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache gegenüber Fachvertreterinnen und Fachvertretern sowie Fachfremden und in interdisziplinären und internationalen Teams im Bereich des Managements von Medienprojekten argumentativ vertreten. Sie sind in der Lage, ihre Rolle in einem interdisziplinären Team auch in internationalen Kontexten zu reflektieren und dabei Sichtweisen und Interessen anderer Beteiligter unter Beachtung von nationalen und kulturellen Besonderheiten in globalen Medienmärkten zu berücksichtigen.

Selbstkompetenzen

Absolventinnen und Absolventen entwickeln durch ihr medienbezogenes Knowhow und ihre wissenschaftlichen Kompetenzen in den Fachgebieten Medienwirtschaft, -design und -technik ein berufliches Selbstbild, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns in verschiedenen Aufgabengebieten der Medienbranche und unterschiedlichen internationalen sowie auch interkulturellen Arbeitsumfeldern orientiert. Sie sind in der Lage, ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen zu reflektieren. Sie kennen die Besonderheiten internationaler und interkultureller Kontexte und können die Anwendung ihrer Kompetenzen in globalen

Handlungsumfeldern geeignet adaptieren. Sie sind befähigt, gesellschaftspolitisch verantwortlich zu agieren. Absolventinnen und Absolventen sind zu lebenslangem Lernen befähigt und können ihre Fähigkeiten in den Bereichen Medienwirtschaft, -design und -technik auch in neuen und fachfremden Kontexten und sich weiter globalisierenden Medienmärkten anwenden.

Curriculum

International Media Management (B.Sc.), PO 2024

Die Module sind entsprechend der Studierreihenfolge sortiert.

Module und Lehrveranstaltungen	CP	SWS	empfohl. Semester	Lehrformen	Leistungsart	Prüfungsformen	WV
Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)	6	4	1.		PL: K		
Grundlagen, Theorien und Methoden der IKT		4	1.	V + SU			
Media Technology I	6	4	1.		PL: K		
Motion Image und Sound: Recording Technology		2	1.	V + SU			
Web Technology		2	1.	V + SU			
Design I - Konzeption, Gestaltung, Methodik	6	4	1.		PL: POR u. PT		
Konzeption, Gestaltung, Methodik		4	1.	V + SU			
Medienwirtschaft	6	4	1.		PL: K		
Medienmanagement		2	1.	V + SU			
Medienökonomie		2	1.	V + SU			
Language I (siehe Fußnote 1)	6	4	1.		PL: POR o. PR o. K		
English for the Media Industry I		4	1.	SU			
Media Technology II	6	4	2.		PL: K		
Interactive Media Technology		2	2.	V + SU			
Motion Image and Sound: Production Technology		2	2.	V + SU			
Design II - Methoden, Perspektiven, Gestaltungskompetenzen	6	4	2.		PL: PR u. PT SL: PT [MET]		
Methoden und Perspektiven		2	2.	V + SU			
Gestaltungskompetenzen		2	2.	P			
Intercultural Competences (siehe Fußnote 1)	6	4	2.		PL: POR		
Intercultural Competences		4	2.	SU			
Medienmarketing	9	6	2. - 3.		PL: K		
Strategisches Marketing		2	2.	V + SU			
Marketingkommunikation		2	3.	V + SU			
Operatives Marketing		2	3.	V + SU			
Language II (siehe Fußnote 1)	9	6	2. - 3.		PL: A o. POR o. K SL: F [MET]		
English for the Media Industry II		4	2.	SU			
Advanced English Proficiency (C1)		2	3.	SU			
Implementation Skills: Media Production & Management	6	4	2. - 3.		SL: POR [MET]		
Management & Business Skills		2	3.	P			
Media Production Tools		2	2.	P			
Finanz- und Rechnungswesen	6	4	3.		PL: K		
Steuern und Jahresabschluss		2	3.	V + Ü			
Kostenrechnung		2	3.	V + Ü			
International Management	6	4	3.		PL: K o. PR		
Fundamentals of International Management		2	3.	V + Ü			
International Project Management		2	3.	V + S			
Organisation und Personal (siehe Fußnote 2)	6	4	3., 7.		PL: K		
Organisation		2	3., 7.	V + SU			
Personalmanagement		2	3., 7.	V + SU			
Case Studies (siehe Fußnote 3)	6	4	4.		PL: A u. K o. A u. PR o. A u. PT		
Case Studies in Media Economy, Design & Technology		4	4.	S			
Current Topics: Design (siehe Fußnote 3)	5	2	4.		PL: A u. K o. A u. PR o. A u. PT		
Current Topics: Design		2	4.	SU			
Current Topics: Economy (siehe Fußnote 3)	5	2	4.		PL: A u. K o. A u. PR o. A u. PT		
Current Topics: Economy		2	4.	SU			
Current Topics: Technology (siehe Fußnote 3)	5	2	4.		PL: A u. K o. A u. PR o. A u. PT		
Current Topics: Technology		2	4.	SU			
Research Studies I	6	4	4.		PL: H		
Research Studies in International Media Management		4	4.	S			
Project Management in Practice	3	2	4.		PL: PR		
Project Initiation and Planning		2	4.	SU			
International Studies	30	0	5.				Ja
Individual Courses at Partner University		0	5.	-	-		
Work Experience	30	1	6.		SL: A u. PR [MET]		Ja
Internship (24 CP)		0	6.	P			
Internship Seminar		1	6.	SU			

Die Module Language I + II, Implementation Skills: Media Production & Management, Intercultural Competences und International Management sowie alle Module ab dem vierten Semester finden in englischer Sprache statt.

Module und Lehrveranstaltungen	CP	SWS	empfohl. Semester	Lehrformen	Leistungsart	Prüfungsformen	VV
Research Studies II	15	6	7.		PL: K o. PR		Ja
Theories and Methods of Empirical Media Research		2	7.	V			
Case Studies for Empirical Data Collection and Analysis		2	7.	Ü			
Research Paper		2	7.	SU			
Bachelor's Thesis	15	1	7.		PL: TH PL: FG		Ja
Bachelor's Thesis (12 CP)		0	7.	BA			
Begleitseminar		1	7.	S			

Allgemeine Abkürzungen:

CP: Credit-Points nach ECTS, **SWS:** Semesterwochenstunden, **PL:** Prüfungsleistung, **SL:** Studienleistung, **MET:** mit Erfolg teilgenommen, ~: je nach Auswahl, **VV:** verpflichtende Voraussetzungen ("Ja": Näheres siehe Prüfungsordnung)

Lehrformen:

V: Vorlesung, **SU:** Seminaristischer Unterricht, **Ü:** Übung, **P:** Praktikum, **BA:** Bachelor-Arbeit, **S:** Seminar, ~: Variabel

Prüfungsformen:

A: Ausarbeitung, **F:** Fremdsprachenprüfung, **FG:** Fachgespräch, **H:** Hausarbeit, **K:** Klausur, **POR:** Portfolioprüfungen, **PR:** Präsentation, **PT:** praktische / künstlerische Tätigkeit, **TH:** Thesis

¹Es besteht Anwesenheitspflicht in 75% der Lehrveranstaltungen.

²Für Media Management wird dieses Modul im 7. Semester, für International Media Management im 3. Semester angeboten.

³Die Note der Teilprüfungsleistung Ausarbeitung geht mit 20% in die Modulnote ein, die der jeweils anderen Teilprüfungsleistung mit 80%.

Inhaltsverzeichnis

Pflichtmodule	9
Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)	9
Grundlagen, Theorien und Methoden der IKT	11
Media Technology I	12
Motion Image and Sound: Recording Technology	14
Web Technology	15
Design I - Konzeption, Gestaltung, Methodik	16
Konzeption, Gestaltung, Methodik	18
Medienwirtschaft	19
Medienmanagement	21
Medienökonomie	22
Language I	23
English for the Media Industry I	25
Media Technology II	26
Interactive Media Technology	28
Motion Image and Sound: Production Technology	29
Design II - Methoden, Perspektiven, Gestaltungskompetenzen	30
Methoden und Perspektiven	32
Gestaltungskompetenzen	34
Intercultural Competences	35
Intercultural Competences	37
Medienmarketing	38
Strategisches Marketing	40
Marketingkommunikation	41
Operatives Marketing	42
Language II	43
English for the Media Industry II	45
Advanced English Proficiency (C1)	46
Implementation Skills: Media Production & Management	47
Management & Business Skills	49
Media Production Tools	50
Finanz- und Rechnungswesen	52
Steuern und Jahresabschluss	54
Kostenrechnung	55
International Management	56
Fundamentals of International Management	58
International Project Management	59
Organisation und Personal	61
Organisation	63
Personalmanagement	64
Case Studies	66
Case Studies in Media Economy, Design & Technology	68
Current Topics: Design	69
Current Topics: Design	71
Current Topics: Economy	72
Current Topics: Economy	74
Current Topics: Technology	76
Current Topics: Technology	78
Research Studies I	79
Research Studies in International Media Management	81
Project Management in Practice	83
Project Initiation and Planning	84
International Studies	85
Individual Courses at Partner University	87
Work Experience	88
Internship (24 CP)	90
Internship Seminar	91
Research Studies II	92
Theories and Methods of Empirical Media Research	94

Case Studies for Empirical Data Collection and Analysis	96
Research Paper	98
Bachelor's Thesis	99
Bachelor's Thesis (12 CP)	101
Begleitseminar	102

Modul

Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT)
Information & Communication Technology (ICT)

Modulnummer
1200

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
6 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Deutsch

Fachsemester
1. (empfohlen)

Prüfungsart
Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024
- Wiederverwendet International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Jutta Hahn

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- aktuelle Hardware, deren Kenngrößen, Funktionsweisen und Schnittstellen zu beschreiben und klassifizieren
- den Zusammenhang zwischen Hardware und Software sowie Softwareentwicklung zu erklären und anzuwenden
- das Schichtenmodell der technischen Kommunikation in Netzwerken zu beschreiben, dessen unterschiedliche Umsetzungen und Anwendungen gegenzuüberstellen und zu beurteilen
- lokale und verteilte IKT-Systeme auf wesentliche Merkmale hin zu klassifizieren, analysieren und hierzu verschiedene systematische Betrachtungsweisen anzuwenden und beurteilen
- unterschiedliche Angriffe und Gefahren für Rechner, deren Kommunikation und Infrastrukturen zu erläutern sowie Schutzmöglichkeiten aufzuzeigen und zu erklären
- den Zweck von Abstraktion durch Modell- und Systembildung darzulegen und anhand der vorgestellten Modelle und Systeme zu untersuchen
- durch Wiederholen und Üben der Modell- und Systembildung abstrakte Vorgehensweisen zu entwickeln und damit aktuelle IKT-Strukturen sowohl als Modell als auch als System abzuleiten und zu rechtfertigen
- durch aktive Nutzung des Forums technische Formulierungen anzuwenden

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Klausur

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise**Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Grundlagen, Theorien und Methoden der IKT (V, 1. Sem., 3 SWS und SU, 1. Sem., 1 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Grundlagen, Theorien und Methoden der IKT
Basics, Theories and Methods of ICT

LV-Nummer 1201	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Jutta Hahn

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Einführung in die Informations- und Kommunikationstechnologie im Kontext des Media Management und der Medientechnik sowie Erarbeitung, Vertiefung und Diskussion dieser Lehrinhalte:

- Aufbau, Funktionsweise und Einsatz von Hardware, Software und Netzwerke.
- Sicherheitsaspekte betreffend Bedrohung und Schutz von Hardware, Software und Netzwerke.
- Aufbau, Funktionsweise und Einsatz von IKT-Systemen im Internet.
- Abstraktionsbetrachtungsweisen von Modellen und Systemen.

Didaktische Methoden und Medienformen

- Vorlesung: zusammenhängende Darstellung des Lehrstoffs.
 - Ergänzt um eine strukturierte Zusammenstellung der fachlichen Themen inkl. Stichworte, der in der Vorlesung verwendeten Links und klausurähnlicher Fragen in StudIP.
 - Einsatz von Erklärvideos (StudIP).
- Seminaristischer Unterricht in Präsenz und mittels vor- und nachbereitendem Einsatzes des StudIP-Forums durch die Studierenden
 - Das Forum dient aufgrund der klausurähnlichen Fragen und deren Behandlung im Unterricht auch zur Vorbereitung auf die Modulklausur.

Literatur

- Kersken, S. (jeweils in der aktuellsten Version): IT-Handbuch für Fachinformatiker; Galileo Computing
- Bühler, P. et al. (2018): Informationstechnik; SpringerVieweg
- Alpar, P. et al. (2019): Anwendungsorientierte Wirtschaftsinformatik; SpringerVieweg
- k.A. (2022): Fachwissen Netzwerktechnik; Europa Lehrmittel
- Ropohl, G. (2012): Allgemeine Systemtheorie; edition sigma
- Stachowiak, H. (1973): Allgemeine Modelltheorie; Springer-Verlag
- Ggf. weitere Literatur zu aktuellen Themen; in StudIP

Anmerkungen

Modul

Media Technology I
Media Technology I

Modulnummer
1300

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
6 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Deutsch

Fachsemester
1. (empfohlen)

Prüfungsart
Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024
- Wiederverwendet International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Christopher Dahm

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- Grundlagen der Optik und Akustik zu verstehen und zu beschreiben.
- technische Prozesse im Bereich der digitalen, audiovisuellen Aufnahmetechnik zu verstehen und zu beschreiben.
- fehlerhafte Bild- und Ton-Darstellungen im Bereich der digitalen, audiovisuellen Medientechnik zu identifizieren und passende Lösungsvorschläge zu entwickeln.
- Grundlagen des WWW zu verstehen und zu beschreiben.
- Prinzipien der Erstellung und Gestaltung von Webseiten zu verstehen und anzuwenden.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Klausur

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Motion Image und Sound: Recording Technology (V, 1. Sem., 1 SWS und SU, 1. Sem., 1 SWS)
- Web Technology (SU, 1. Sem., 1 SWS und V, 1. Sem., 1 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Motion Image und Sound: Recording Technology

Motion Image and Sound: Recording Technology

LV-Nummer 1301	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Christopher Dahm

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Technische Produktion digitaler, audiovisueller Medien und deren Distribution in unterschiedliche Kanäle. Die jeweiligen Lehrveranstaltungen beinhalten die Schwerpunkte:

- Grundlagen der Optik und Akustik
- Aufbau und Arten von Objektiven
- Digitale Kamerasysteme
- Mikrofonarten und ihre Einsatzzwecke
- Digitale Aufnahmetechnik Bewegtbild & Ton
- Digitale Signalübertragung
- Technologische und wirtschaftliche Zusammenhänge

Didaktische Methoden und Medienformen

- Vermittlung technischer Gewerke und Prozesse sowie methodischem Wissen in Form von Vorlesung (Präsenz- und Videovorlesungen).
- Reflexion des Kompetenzerwerbs durch die Bearbeitung von Fallbeispielen (Seminaristischer Unterricht in Präsenz und Online).
- Präsentationen technischer und logistischer Planungskonzepte mit anschließender Diskussion (Seminaristischer Unterricht in Präsenz und Online).

Literatur

- Heinen, G. (2019): AV-Medientechnik. Europa-Lehrmittel Verlag.
- Schmidt, U. (2021): Professionelle Videotechnik. Springer Vieweg Verlag.
- Bühler, P.; Schlaich, P.; Sinner, D. (2018): AV-Medien. Springer Vieweg Verlag.
- Görne, T. (2007): Mikrofone in Theorie und Praxis. Elektor Verlag.
- Görne, T. (2023): Tontechnik. Carl Hanser Verlag.

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Web Technology

Web Technology

LV-Nummer

1302

Kürzel**Leistungspunkte**

CP

Fachsemester

1. (empfohlen)

Lehrformen

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Deutsch

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Johannes Luderschmidt

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Entwicklung des World Wide Web (WWW)
- Technische Basiskomponenten des WWW
- Grundlagen der Hypertext Markup Language (HTML)
- Grundlagen zu Cascading Style Sheets (CSS) und Responsive Webdesign

Didaktische Methoden und Medienformen

- Vermittlung von Grundlagen sowie methodischem Wissen in Form von Vorlesungen (Präsenz- und Videovorlesungen).
- Reflexion des Kompetenzerwerbs durch die Bearbeitung von Fallbeispielen (Seminaristischer Unterricht in Präsenz und Online).
- Erarbeitung von Fragen und Problemstellungen im Inverted Classroom (Blended Learning)
- Bearbeitung interaktiver Online-Lernmodule (Blended Learning)

Literatur

- Meinel, C., & Sack, H. (2013). WWW: Kommunikation, Internetworking, Web-Technologien. Springer-Verlag.
- Wolf, J. (2019). HTML5 und CSS3: das umfassende Handbuch. Rheinwerk Verlag.
- Hahn, M. (2020). Webdesign: Das Handbuch zur Webgestaltung. Rheinwerk Verlag.

Anmerkungen

Modul

Design I - Konzeption, Gestaltung, Methodik
Design I - Conception, Design, Methodology

Modulnummer
1400

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
6 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Deutsch

Fachsemester
1. (empfohlen)

Prüfungsart
Kombinierte Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024
- Wiederverwendet International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Daniela Ewald

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- systematische Grundlagen des Gestaltens zu benennen und zu beschreiben, insbesondere zu den Themenfeldern Formenlehre, Zeichentheorie, Entwurfssystematik, Gestaltgesetze, Komposition, Format, Farbenlehre, Typografie, Bildsprache
- die Grundlagen visueller Kommunikation mit Schrift und Bild im Layout zu erkennen und wiederzugeben
- typografische Fachbegriffe, Schriftkategorien, Schriftmerkmale sowie typografische Maßsysteme zu benennen
- zwischen Form, Material und Inhalt zu differenzieren
- erste gestalterische Problemlösungen mit verschiedenen Medien zu entwickeln und zu präsentieren
- durch Förderung der ästhetisch-gestalterischen Urteilskraft mit einer fachlich adäquaten Terminologie eigene und fremde Entwürfe kritisch zu beurteilen
- Sprache und Text als wichtige Bestandteile bei der Entwicklung von Ideen und Konzepten zu nutzen
- Methoden aus den Bereichen der Kreativitäts- und Präsentationstechniken zu beschreiben und anzuwenden

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Portfolioprüfungen
u. praktische / künstlerische Tätigkeit

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Konzeption, Gestaltung, Methodik (SU, 1. Sem., 2 SWS und V, 1. Sem., 2 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Konzeption, Gestaltung, Methodik
Conception, Design, Methodology

LV-Nummer 1401	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Daniela Ewald

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Vermittlung von Gestaltungsgrundlagen als Einführung für alle Mediengestaltungsbereiche mit einem Schwerpunkt auf visuelle Kommunikation. Anhand einer konkreten Aufgabenstellung (Semesteraufgabe) erfahren und erproben die Studierenden einen konzeptionell-gestalterischen Entwurfsprozess (Briefing, Ideenfindung, Umsetzung). Erste gestalterische, themenbezogene Grundlagenübungen und Erfahrungen mit unterschiedlichen Materialien und Techniken dienen als Vorbereitung auf die Semesteraufgabe. Es wird eine Auswahl aus folgenden Themenfeldern vermittelt:

- Formenlehre
- Zeichentheorie
- Gestaltgesetze
- Komposition
- Farbenlehre
- Typografie
- Bildsprache
- Entwurfssystematik
- Methoden aus den Bereichen der Kreativitäts- und Präsentationstechniken

Didaktische Methoden und Medienformen

Inhaltsvermittlung in Vorlesung. Das in den Vorlesungen vermittelte Wissen wird in Form von seminaristischem Unterricht anhand von praktischen Übungsaufgaben angewendet und vertieft. Einbindung von Online-Lernmodulen.

Literatur

- Frutiger, A. (1978) Der Mensch und seine Zeichen. Fourier Verlag
- Gaspar, N. und Sommer, P.M. (2020) Das ABC der Typografie. Rheinwerk Verlag
- Heiz, A. V. (2012). Grundlagen der Gestaltung: Prozesse und Programme. Strukturen und Systeme. Zeichen und Kontext. Identitäten und Differenzen. Niggli Verlag
- Itten, J. (1970) Kunst der Farbe. Ravensburger
- Küppers, H. (2016) Einführung in die Farbenlehre, Farbenlehren Band 3. Dumont
- Müller, J. und Wiedemann, J. (2022). Geschichte des Grafikdesigns, Band 2, 1960 bis heute. Taschen-Verlag
- Niesen, K. (2021) Designprojekte gestalten. Hermann Schmidt Verlag
- Pricken, M. (2010). Kribbeln im Kopf. Hermann Schmidt Verlag
- Wilberg, H.P. und Forssman, F. (2010) Lesetypografie. Hermann Schmidt Verlag
- Wilberg, H.P. (2001) Wegweiser Schrift Was passt was wirkt was stört? Hermann Schmidt Verlag

Anmerkungen

Modul

Medienwirtschaft
Media Business Administration

Modulnummer
6100

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
6 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Deutsch

Fachsemester
1. (empfohlen)

Prüfungsart
Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Holger Schunk

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- strategische und operative Managementoptionen von Medienunternehmen zu benennen und zu beschreiben.
- das Mediennutzungsverhalten von Rezipienten zu benennen und zu diskutieren.
- die mikroökonomische Fundierung der Medienwirtschaft sowie industrieökonomische Grundlagen der Medienwirtschaft zu benennen, zu beschreiben und zu diskutieren.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Klausur

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Medienmanagement (V, 1. Sem., 1 SWS und SU, 1. Sem., 1 SWS)
- Medienökonomie (SU, 1. Sem., 1 SWS und V, 1. Sem., 1 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Medienmanagement
Media Management

LV-Nummer 1102	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Holger Schunk

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Typologie, Strukturen und Zielsysteme von Medienunternehmen
- Wertschöpfungsstrukturen, Geschäfts- und Erlösmodelle von Medienunternehmen
- Normatives und Strategisches Management von Medienunternehmen
- Operatives Management von Medienunternehmen
- Zusammensetzung, Verhalten und Erwartungen des Publikums
- Strukturen von Informations-, Unterhaltungs- und Werbeangeboten der Medien
- Auswirkungen von Medieninhalten und Medienstrukturen auf Individuen und Gesellschaft

Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrveranstaltung wird als Präsenzvorlesung durchgeführt. Die empfohlene Literatur bietet die Möglichkeit, einzelne Aspekte nachzulesen oder zu vertiefen und dient zur Vorbereitung der Klausur. Im seminaristischen Unterricht lösen die Studierenden Aufgaben in Einzel- oder Gruppenarbeit. Sie präsentieren die Ergebnisse und erhalten Feedback von den Mitstudierenden und Lehrenden.

Literatur

- Gläser, M. (2021): Medienmanagement, 4. vollst. überarb. Auflage, Vahlen Verlag, München
- Wirtz, B. (2019): Medien- und Internetmanagement, 10., aktualisierte und überarb. Aufl., Springer Gabler Verlag, Wiesbaden
- Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekanntgegeben

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Medienökonomie
Media Economics

LV-Nummer 1103	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Dr. Alexander Moutchnik

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Mikroökonomische Fundierung der Medienwirtschaft
- Industrieökonomische Grundlagen der Medienwirtschaft
- Unternehmen der Medienwirtschaft im Zusammenspiel und medienökonomische Wertschöpfungsmodelle
- Preiselastizität und Kreuzpreiselastizität der Nachfrage im Medienbereich
- Einkommens- und Substitutionseffekte nach Hicks und Slutsky im Medienbereich
- Subventionen und meritorische Güter bei Medienprodukten und -produktionen
- Pareto-Optimum in der Medienökonomie
- Konsumenten- und Produzentenrente in der Medienwirtschaft

Didaktische Methoden und Medienformen

In der Veranstaltung erfolgt eine zusammenhängende Darstellung des Lehrstoffs unter Vermittlung von Fakten und Methoden. Für den Unterricht wird Begleitliteratur und ein Folienskript verwendet sowie den Studierenden zur Verfügung gestellt. In der Vorlesung werden relevante Fachinhalte vorgetragen und Fragen der Studierenden beantwortet. Im seminaristischen Unterricht werden zudem ausgewählte medienökonomische Fallstudien und Modelle gemeinsam mit den Studierenden gelöst.

Literatur

- Altmeppen, K.-D. et al. [Hrsg.] (2023): Digitale Medienökonomie, Nomos Verlag, Baden-Baden. Beck, H. (2022): Medienökonomie: Print, Fernsehen und Multimedia, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Dewenter, R / Rösch, J. (2015): Einführung in die neue Ökonomie der Medienmärkte: eine wettbewerbsökonomische Betrachtung aus Sicht der Theorie der zweiseitigen Märkte, Springer Gabler, Wiesbaden
- Dreiskämper, T. (2018): Grundfragen der Medienbetriebslehre: BWL für Medien- und Kommunikationsmanager, DeGruyter Oldenbourg.
- Flew, T. et al. [Eds.] (2022) : The SAGE Handbook of the Digital Media Economy, SAGE Publications Ltd., New York.
- Krone, J., Pellegrini, T. (2021): Handbuch Medienökonomie, Springer VS, Wiesbaden.
- Krugman, P., Wells, R. (2017): Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Mankiw, N.G., Taylor, P. (2018): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, Schäffer-Poeschel, Stuttgart.
- Pindyck, R.S., Rubinfeld, D.L. (2018): Mikroökonomie, Pearson, München.
- Posset, M. (2022): Medienökonomie: Alles, was Sie über Print, Fernsehen, Radio und Internet wissen müssen, Springer Gabler, Wiesbaden.
- Rimscha, M. B. von / Siegert, G. (2014): Medienökonomie: eine problemorientierte Einführung, Springer VS, Wiesbaden

Anmerkungen

Modul

Language I
Language I

Modulnummer 6200	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch
Fachsemester 1. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung		

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Es besteht Anwesenheitspflicht in 75% der Lehrveranstaltungen.

Modulverantwortliche(r)

Louise Klein, Simone Marx, MA Marina Zvetina, Master (M.B.S.) Anna-Janina Wittan

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- gut strukturierte, fließende Sprache auf einem hohen grammatikalischen Genauigkeitsniveau unter Verwendung eines breiten Wortschatzspektrums zu produzieren. / produce well-structured, fluent language at a high level of grammatical accuracy, using a wide range of vocabulary.
- klare, systematisch entwickelte Beschreibungen und Präsentationen im Zusammenhang mit dem Medienbereich mit angemessener Hervorhebung wichtiger Punkte und relevanter unterstützender Einzelheiten zu geben. / give clear, systematically developed descriptions and presentations related to the media field, with appropriate highlighting of significant points and relevant supporting detail.
- angemessene Fachterminologie zu verwenden, wenn sie Informationen austauschen oder Medienfragen mit anderen Fachleuten diskutieren. / use appropriate technical terminology, when exchanging information or discussing media issues with other specialists.
- Ideen und Meinungen präzise ausdrücken und komplexe Argumente überzeugend zu präsentieren und darauf zu reagieren. / express ideas and opinions with precision, and present and respond to complex arguments convincingly.
- klare, detaillierte Texte zu Themen im Zusammenhang mit dem Medienbereich zu verfassen, Informationen und Argumente zusammenzufassen und zu bewerten. / write clear, detailed texts on subjects related to the media field, synthesising and evaluating information and arguments.
- einen Aufsatz oder Bericht zu schreiben, der eine Argumentation systematisch entwickelt, wobei wichtige Punkte und relevante unterstützende Details angemessen hervorgehoben werden. / write an essay or report that develops an argument systematically with appropriate highlighting of significant points and relevant supporting detail.
- Das Modul baut auf B2.1-Schulkenntnissen und -fertigkeiten auf (allgemeinsprachliche Englischkenntnisse und -fertigkeiten) und soll Studierende in die Lage versetzen, im beruflichen und akademischen Medienbereich professionell auf mindestens Niveau B2.2 aufzutreten (fachspezifische Englischkenntnisse und -fertigkeiten). / This module builds on B2.1 general English knowledge and skills from secondary school. The aim is to enable students to perform effectively at at least a B2.2 level in the professional media field (business and academic).

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Portfolioprüfungen
o. Präsentation o. Klausur

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- English for the Media Industry I (SU, 1. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

English for the Media Industry I
English for the Media Industry I

LV-Nummer 6201	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 1. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Louise Klein, Simone Marx, MA Marina Zvetina, Master (M.B.S.) Anna-Janina Wittan

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Kennenlernen internationaler und englischsprachiger Medien und Unternehmen
- Vokabel- und Leseübungen
- Fach- und themenspezifische englischsprachige Diskussionen
- Fachpräsentation in englischer Sprache

/

- Introduction to international/English-language media outlets and companies
- Media-specific vocabulary and texts
- English discussions on media topics
- English presentations on media topics

Didaktische Methoden und Medienformen

(Elektronische) Tafelanschriften und Präsentationen. Der weitergehende und integrierte Einsatz von Lehrvideos, elektronischen Lernplattformen, multimedialen Inhalten und sonstigen lehr- und lernunterstützenden Softwarelösungen erfolgt situativ, zum jeweiligen Stand der Technik und abhängig von Verfügbarkeiten und didaktischen Bedarfen.

/

(Electronic) whiteboard notes and presentations. The use of teaching videos, electronic learning platforms, multimedia content and other teaching and learning support software solutions is carried out according to the situation, the respective state of the art and depending on availability and didactic needs.

Literatur

wird semesterweise bekanntgegeben / will be announced semester by semester

Anmerkungen

Angebot aus dem Sprachenzentrum.

Modul

Media Technology II
Media Technology II

Modulnummer
1800

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
6 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Deutsch

Fachsemester
2. (empfohlen)

Prüfungsart
Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024
- Wiederverwendet International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Johannes Luderschmidt

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- digitale Workflows in professionellen Bild- und Tonstudios zu verstehen und zu beschreiben.
- technische Arbeitsschritte in der digitalen Post-Production von Bild- und Audio-Medien in entsprechender Software nachzuvollziehen.
- technische Distributionsziele audiovisueller Medien zu definieren und zu beschreiben.
- Einsatzbereiche von client-seitigen Skriptsprachen zu kennen und diese einzusetzen.
- Grundlagen des Entwicklungsprozesses mobiler Apps zu verstehen und zu beschreiben.
- Einsatzbereiche und Entwicklungsprozesse von aktuellen interaktiven Technologien wie beispielsweise VR/AR oder Chatbots zu verstehen.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Klausur

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Interactive Media Technology (SU, 2. Sem., 1 SWS und V, 2. Sem., 1 SWS)
- Motion Image and Sound: Production Technology (V, 2. Sem., 1 SWS und SU, 2. Sem., 1 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Interactive Media Technology
Interactive Media Technology

LV-Nummer 1801	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 2. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Johannes Luderschmidt

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Einführung in Skript- und Programmiersprachen
- Grundlagen von JavaScript
- Erstellungsprozesse mobiler Apps
- Einführung in visuelle Programmierung

Didaktische Methoden und Medienformen

- Vermittlung von Grundlagen sowie methodischem Wissen in Form von Vorlesungen (Präsenz- und Videovorlesungen).
- Reflektion des Kompetenzerwerbs durch die Bearbeitung von Fallbeispielen (Seminaristischer Unterricht in Präsenz und Online).
- Erarbeitung von Fragen und Problemstellungen im Inverted Classroom (Blended Learning)
- Bearbeitung interaktiver Online-Lernmodule (Blended Learning)

Literatur

- Lahres, B., Rayman, G., & Strich, S. (2021). Objektorientierte Programmierung: das umfassende Handbuch. Rheinwerk Verlag.
- Ackermann, P. (2018). JavaScript: das umfassende Handbuch. Rheinwerk Verlag.
- Reas, C., & Fry, B. (2015). Getting Started with Processing: A Hands-on introduction to making interactive Graphics. Maker Media, Inc..
- McCarthy, L., Reas, C., & Fry, B. (2015). Getting started with P5.js: Making interactive graphics in JavaScript and processing. Maker Media, Inc..

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Motion Image and Sound: Production Technology

Motion Image and Sound: Production Technology

LV-Nummer

1802

Kürzel**Leistungspunkte**

CP

Fachsemester

2. (empfohlen)

Lehrformen

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Deutsch

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Christopher Dahm

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Technische Produktion digitaler, audiovisueller Medien und deren Distribution in unterschiedliche Kanäle. Die jeweiligen Lehrveranstaltungen beinhalten die Schwerpunkte:

- Studiotechnik Bild & Ton
- Einführung in digitale Schnittsoftware
- Farbräume und Color Grading
- Technische Distributionsziele
- Live-Streaming Technologie
- Immersive AV-Medien
- Projektionstechnik
- Technologische und wirtschaftliche Zusammenhänge

Didaktische Methoden und Medienformen

- Vermittlung technischer Gewerke und Prozesse sowie methodischem Wissen in Form von Vorlesung (Präsenz- und Videovorlesungen).
- Reflektion des Kompetenzerwerbs durch die Bearbeitung von Fallbeispielen (Seminaristischer Unterricht in Präsenz und Online).
- Präsentationen technischer und logistischer Planungskonzepte mit anschließender Diskussion (Seminaristischer Unterricht in Präsenz und Online).

Literatur

- Heinen, G. (2019): AV-Medientechnik. Europa-Lehrmittel Verlag.
- Schmidt, U. (2021): Professionelle Videotechnik. Springer Vieweg Verlag.
- Bühler, P.; Schlaich, P.; Sinner, D. (2018): AV-Medien. Springer Vieweg Verlag.
- Görne, T. (2007): Mikrofone in Theorie und Praxis. Elektor Verlag.
- Görne, T. (2023): Tontechnik. Carl Hanser Verlag.

Anmerkungen

Modul

Design II - Methoden, Perspektiven, Gestaltungskompetenzen Design II Methods, Perspectives, Design Skills

Modulnummer
1900

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
6 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Deutsch

Fachsemester
2. (empfohlen)

Prüfungsart
Kombinierte Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024
- Wiederverwendet International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Veronika Weiß, Prof. Dr. Andrea Gschwendtner

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- Wichtige Konzepte der Designtheorie zu benennen und zu bewerten, sowie Faktoren des Designs in anderen Fachgebieten im Medienbereich einzuordnen.
- Typische Vorgehensweisen und Methoden, die bei der Ideenfindung, in Entwurfsprozessen und der gestalterischen Umsetzung von Medienprodukten und interaktiven Medien zur Anwendung kommen, zu beschreiben und einzuordnen.
- In gestalterischen Medien eingesetzte Designkomponenten und Gestaltungsmuster zu erkennen, zu interpretieren und damit verbundene konzeptionelle Entscheidungen, sowie Umsetzungserfordernisse abzuleiten.
- Grundlegende planerische, organisatorische, technische und wirtschaftliche Faktoren des Design Managements zu benennen, gegenüberzustellen und zu bewerten.
- Erste gestalterische Aufgabenstellungen des Mediendesigns durch die praktische Anwendung von entsprechenden Entwurfs- und Gestaltungsmethoden, sowie praxisnaher Software zu lösen und zu evaluieren.
- Fachbezogene Kommunikationsprozesse zwischen Beteiligten aus Wirtschaft, Technik und Design zu antizipieren und ein Verständnis für Kollaboration in gestalterischen Teams zu entwickeln.
- Branchenübliche Designsoftware (z.B. Bildbearbeitung, Layout, Vektorzeichnung, Videoschnitt), sowie managementbezogene Produktionssoftware zu benennen, zu skizzieren und im praktischen Einsatz zu erproben.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Präsentation u. praktische / künstlerische Tätigkeit

Modulbewertung: Benotet

Leistungsart: Studienleistung

Prüfungsform: praktische / künstlerische Tätigkeit

Modulbewertung: Mit Erfolg Teilgenommen

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise**Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Methoden und Perspektiven (V, 2. Sem., 1 SWS und SU, 2. Sem., 1 SWS)
- Gestaltungskompetenzen (P, 2. Sem., 2 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Methoden und Perspektiven

Methods and perspectives

LV-Nummer 1901	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 2. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Veronika Weiß, Prof. Dr. Andrea Gschwendtner

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Die Lehrveranstaltung vermittelt Inhalte zu Designtheorie, Designpraxis sowie Design Management mit Schwerpunkt Motion Image & Sound und Interaktive Medien. Es wird eine Auswahl aus folgenden Themen getroffen:

- Designtheorie und -geschichte
- Design im Verhältnis zu Kunst und Wissenschaft
- Designprozess und Design Methods
- Analyse von Designprodukten, z.B. Bewegtbildmedien und interaktive Medien
- Design Thinking und User-Centred Design
- Creative Producing, z.B. Production Value
- Systematische Gestaltung / gestalterische Systeme
- Methoden und Mittel der Designentwicklung
- Planung, Organisation und Dokumentation von Designprojekten unter Berücksichtigung eines nachhaltigen Ressourceneinsatzes

Didaktische Methoden und Medienformen

Inhaltsvermittlung in Vorlesung, Erarbeitung von Lehrinhalten unter aktiver Beteiligung der Studierenden im seminaristischen Unterricht. Einbindung von Online-Lernmodulen, z.B. zur Themeneinführung, und Workshop-Formaten (z.B. Design Thinking). Praktische Bearbeitung von Übungsaufgaben in Selbststudienzeit mit Ergebnisdiskussion.

Literatur

- Aicher, O. (2015). Analog und Digital (W. Vossenkuhl, Hrsg.). Wilhelm Ernst & Sohn.
- Brandes, U. (2017): Gender Design: Streifzüge zwischen Theorie und Empirie. Basel: Birkhäuser
- Eder, J. (2007): Dramaturgie des populären Films: Drehbuchpraxis und Filmtheorie. 3. Aufl. Hamburg: LIT
- Häusler, A.; Henschen, J. (2017): Storyboarding. Filmisches Entwerfen. Marburg: Schüren
- Jovy, J. (2021): Digital Filmen. Das umfassende Handbuch. Bonn: Rheinwerk
- Katz, S. (2002): Shot by Shot: Die richtige Einstellung. Zur Bildsprache des Films. 4. Aufl. Frankfurt am Main: Zweitausendeins
- Martschenko, M. (2020). Design ist mehr als schnell mal schön: Die Wirtschaft hat einen neuen Auftrag für Sie: gestaltende Beratung. Verlag Hermann Schmidt.
- Schneider, B. (2005). Design - eine Einführung. Birkhäuser.
- Schweppenhäuser, G. (2016). Designtheorie. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Wendling, E. (2021): Filmproduktion. Eine Einführung in die Produktionsleitung. Bonn: Rheinwerk
- Yagapen, M. (2023): Filmgeschäftsführung. Kostenmanagement bei Film und Fernsehen. Köln: Von Harlem

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Gestaltungskompetenzen
Design skills

LV-Nummer 1902	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 2. (empfohlen)
Lehrformen Praktikum	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Daniela Ewald

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Vermittlung grundlegender Kenntnisse und praktischer Erfahrungen in der Anwendung branchenüblicher Software wie beispielsweise Photoshop, Indesign, Keynote, Powerpoint zur Gestaltung, Umsetzung und Präsentation von Medienproduktionen. Die Themen Vektor- und Pixelgrafik, Schrift, Satz, Layout, typografisches Raster, Farbräume, Farbmanagement, Bildbearbeitung, Druckausgabe u.a. werden anhand von Online-Tutorials erläutert und durch praxisnahe Aufgabenstellungen vertieft.

Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrinhalte werden unter Verwendung von Online-Tutorials vermittelt.

Literatur

Ulysses, V. (2018). Ordnung in der Gestaltung Grafische Raster in Theorie und Praxis. Niggli Verlag
Wäger, M. (2016). Grafik und Gestaltung das umfassende Handbuch. Rheinwerk Design

Anmerkungen

Modul

Intercultural Competences Intercultural Competences

Modulnummer 6300	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch
Fachsemester 2. (empfohlen)	Prüfungsart Modulprüfung		

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Es besteht Anwesenheitspflicht in 75% der Lehrveranstaltungen.

Modulverantwortliche(r)

Master (M.B.S.) Anna-Janina Wittan, Louise Klein, Simone Marx, MA Marina Zvetina

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- kulturelle Unterschiede im Denken und Handeln bei sich selbst und bei anderen wahrzunehmen, zu beschreiben und zu analysieren. / perceive, describe and analyze cultural differences in thinking and acting related to themselves as well as others.
- andere Denk- und Verhaltensweisen wertzuschätzen und zu tolerieren sowie das eigene Verhalten selbstkritisch zu reflektieren. / appreciate and tolerate other ways of thinking and behaving and to reflect their own behavior in a self-critical way.
- ein kritisches Verständnis der eigenen, sowie fremder kultureller Traditionen, Denkformen und Verhaltensweisen zu entwickeln. / develop a critical understanding of their own, as well as foreign, cultural traditions, ways of thinking, and behaviors.
- Sensibilität im Umgang mit Menschen aus unterschiedlichen Kulturen sowie die Fähigkeit zur Kommunikation in internationalen Gruppen und Unternehmen zu entwickeln. / develop sensitivity in dealing with people from different cultures as well as the ability to communicate in international groups and companies.
- fachbezogene Texte auf Englisch zu verstehen und zu verfassen, sowie über fachbezogene Themen zu diskutieren und Kommunikationsprozesse in beruflichen Situationen effektiv zu gestalten. / understand and write subject-related texts in English, to discuss subject-related topics and to effectively engage in communication processes in professional situations.
- ausgewählte Theorien und Modelle zur Erklärung von Kultur zu verstehen und anzuwenden. / describe and apply selected theories and models which explain culture.
- interkulturelle Missverständnisse und Konflikte zu erkennen und dem Kontext angemessen und mit kultureller Sensibilität zu reagieren. / recognize intercultural misunderstandings and conflicts and to react appropriate to the context and with cultural sensitivity.
- Methoden der Gesprächsführung und Konfliktlösung in berufsbezogenen Situationen anzuwenden. / apply methods of conversation and conflict resolution in work-related situations.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Portfolioprüfungen

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Intercultural Competences (SU, 2. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Intercultural Competences
Intercultural Competences

LV-Nummer 6301	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 2. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Simone Marx, Master (M.B.S.) Anna-Janina Wittan

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Kulturelle Normen, Werte und Einstellungen
 - Denk-, Verhaltens- und Kommunikationsmuster der eigenen Kultur und anderer Kulturen
 - Kulturtheorien und -modelle
 - Fallbeispiele und Fallanalyse
 - Spontane, adressaten- und situationsgerechte Sprachproduktion / Diskussionen / Textproduktion
 - Kommunikation per E-Mail
 - Präsentationsstandards in verschiedenen Kulturen
 - Interkulturelle Verhandlungen
- /
- Cultural norms, values and attitudes
 - Patterns of thinking, behavior and communication in one's own culture and in other cultures
 - Cultural theories and models
 - Case studies and case analyses
 - Spontaneous language production / discussions / text production appropriate to the recipient and situation
 - Communication by e-mail
 - Presentation standards in different cultures
 - Intercultural negotiations

Didaktische Methoden und Medienformen

(Elektronische) Tafelanschriften und Präsentationen. Der weitergehende und integrierte Einsatz von Lehrvideos, elektronischen Lernplattformen, multimedialen Inhalten und sonstigen lehr- und lernunterstützenden Softwarelösungen erfolgt situativ, zum jeweiligen Stand der Technik und abhängig von Verfügbarkeiten und didaktischen Bedarfen.

(Electronic) whiteboard notes and presentations. The use of teaching videos, electronic learning platforms, multimedia content and other teaching and learning support software solutions is carried out according to the situation, the respective state of the art and depending on availability and didactic needs.

Literatur

wird bekanntgegeben / will be announced

Anmerkungen

Angebot aus dem Sprachenzentrum.

Modul

Medienmarketing
Media Marketing

Modulnummer
2100

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
9 CP

Dauer
2 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Deutsch

Fachsemester
2. - 3. (empfohlen)

Prüfungsart
Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024
- Wiederverwendet International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Christoph Kochhan

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- Grundlagen des Marketings und der Markenführung zu diskutieren
- Produkte und Dienstleistungen zu positionieren und operative Marketinginstrumente zielführend einzusetzen
- die Kommunikation mit unternehmerischen Stakeholdern auf unterschiedlichen Medienkanälen zielführend zu führen
- adäquate Methoden zielorientiert einzusetzen
- sich selbst in ihrer Arbeit und in Teams zu organisieren
- ihr Lernen zu optimieren
- Verantwortung im Bereich von Marketingentscheidungen wahrzunehmen

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Klausur

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

270, davon 63 Präsenz (6 SWS) 207 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Strategisches Marketing (SU, 2. Sem., 1 SWS und V, 2. Sem., 1 SWS)
- Marketingkommunikation (SU, 3. Sem., 1 SWS und V, 3. Sem., 1 SWS)
- Operatives Marketing (V, 3. Sem., 1 SWS und SU, 3. Sem., 1 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Strategisches Marketing
Strategic Marketing

LV-Nummer 2101	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 2. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Christoph Kochhan, Prof. Dr. Holger Schunk

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Marketinggrundlagen und Medienmärkte
- Nachhaltiges Marketingmanagement
- Marke und strategische Markenführung

Didaktische Methoden und Medienformen

Im seminaristischen Unterricht lösen die Studierenden Aufgaben in Einzel- oder Gruppenarbeit. Sie präsentieren die Ergebnisse und erhalten Feedback von den Mitstudierenden und Lehrenden.

Literatur

- Bruhn, M. (2022): Marketing. Grundlagen für Studium und Praxis, Wiesbaden, 15. Auflage
- Homburg, C. (2020): Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden, 6. Auflage
- Tropp, J. (2019): Moderne Marketing-Kommunikation. Grundlagen, Prozess und Management markt- und kundenorientierter Unternehmenskommunikation, Wiesbaden, 3. Auflage
- Meffert, H. et al. (2018): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden, 13. Auflage
- Esch, F.-R. (2017): Strategie und Technik der Markenführung, München, 9. Auflage
- Regier, S. et al. (2015): Marken und Medien. Führung von Medienmarken und Markenführung mit neuen und klassischen Medien, Wiesbaden

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Marketingkommunikation
Marketing Communication

LV-Nummer 2102	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 3. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Christoph Kochhan, Prof. Dr. Holger Schunk

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Grundlagen der Unternehmens- und Marketingkommunikation
- Ausgewählte Ansätze der analogen und digitalen Marketingkommunikation

Didaktische Methoden und Medienformen

Im seminaristischen Unterricht lösen die Studierenden Aufgaben in Einzel- oder Gruppenarbeit. Sie präsentieren die Ergebnisse und erhalten Feedback von den Mitstudierenden und Lehrenden.

Literatur

- Homburg, C. (2020): Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden, 6. Auflage
- Meffert, H. et al. (2018): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden, 13. Auflage
- Beyer, C. (2019): Kongruenz in der Crossmedia-Kommunikation. Eine Untersuchung der Determinanten und Wirkungen, Wiesbaden
- <https://funkemediasales.de/wirliebenwerbung/vertrieb-marketing/gender-marketing/>

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Operatives Marketing
Operational Marketing

LV-Nummer 2103	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 3. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Christoph Kochhan, Prof. Dr. Holger Schunk

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Grundlagen des Konsumentenverhaltens
- Ansätze zur Erforschung des Kaufverhaltens
- Marketing-Mix

Didaktische Methoden und Medienformen

Im seminaristischen Unterricht lösen die Studierenden Aufgaben in Einzel- oder Gruppenarbeit. Sie präsentieren die Ergebnisse und erhalten Feedback von den Mitstudierenden und Lehrenden.

Literatur

- Homburg, C. (2020): Grundlagen des Marketingmanagements: Einführung in Strategie, Instrumente, Umsetzung und Unternehmensführung, Wiesbaden, 6. Auflage
- Kroeber-Riel, W. / Gröppel-Klein, A. (2019): Konsumentenverhalten, München, 11. Auflage
- Meffert, H. et al. (2018): Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden, 13. Auflage

Anmerkungen

Modul

Language II
Language II

Modulnummer
6400

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
9 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Fachsemester
2. - 3. (empfohlen)

Prüfungsart
Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Es besteht Anwesenheitspflicht in 75% der Lehrveranstaltungen.

Modulverantwortliche(r)

Louise Klein, Simone Marx, MA Marina Zvetina, Master (M.B.S.) Anna-Janina Wittan

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- komplexe akademische Texte, die sich auf ihr Fachgebiet beziehen, im Detail zu verstehen. / understand in detail complex academic texts related to the media industry.
- eine klare, gut strukturierte Darstellung eines komplexen medienbezogenen Themas zu geben, wobei Standpunkte mit Nebenpunkten, Begründungen und relevanten Beispielen erweitert und in gewissem Umfang unterstützt werden. / give a clear, well-structured presentation of a complex media-related subject, expanding and supporting points of view at some length with subsidiary points, reasons and relevant examples.
- einen Fall zu einem komplexen Thema zu argumentieren. / argue a case on a complex issue.
- eine formelle Position überzeugend zu vertreten und auf Fragen und Kommentare fließend und spontan zu antworten. / argue a formal position convincingly, responding to questions and comments fluently and spontaneously.
- klare, gut strukturierte akademische/fachliche Texte mit einer geeigneten Einleitung und Schlussfolgerung zu komplexen, medienbezogenen Themen zu verfassen. / write clear, well-structured academic/professional texts with a suitable introduction and conclusion on complex, media-related subjects.
- unter Verwendung eines breit gefächerten Vokabulars, gut strukturierte, fließende Sprache auf einem hohen grammatikalischen Genauigkeitsniveau zu produzieren. / produce well-structured, fluent language at a high level of grammatical accuracy, using a wide range of vocabulary.
- Das Modul baut auf dem Modul M03 Language 1 auf und soll Studierende in die Lage versetzen, im beruflichen und akademischen Bereich professionell auf mindestens Niveau C1.1 aufzutreten. / The module builds on Module 03 Language 1. The aim is to enable students to perform effectively at at least a C1.1 level in professional and academic fields.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Ausarbeitung o. Portfolioprüfungen o. Klausur

Modulbewertung: Benotet

Leistungsart: Studienleistung

Prüfungsform: Fremdsprachenprüfung

Modulbewertung: Mit Erfolg Teilgenommen

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungs-

dauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

270, davon 63 Präsenz (6 SWS) 207 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- English for the Media Industry II (SU, 2. Sem., 4 SWS)
- Advanced English Proficiency (C1) (SU, 3. Sem., 2 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

English for the Media Industry II
English for the Media Industry II

LV-Nummer 6401	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 2. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Louise Klein, Simone Marx, MA Marina Zvetina, Master (M.B.S.) Anna-Janina Wittan

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Aktuelle Themen im Bereich Medienwirtschaft im internationalen Kontext
- Strategien zur folgenden Fertigkeiten:
 - Verfassung wissenschaftlicher Texte auf Englisch
 - Präsentationen abhalten in einem akademischen Umfeld
 - Kompetente Teilnahme an Fachdiskussionen sowie Leitung derselben

/

- Current topics in the field of the media industry in an international context
- Strategies for the following skills:
 - writing academic texts in English
 - holding presentations in an academic environment
 - competent participation in and leading of academic/professional discussions

Didaktische Methoden und Medienformen

(Elektronische) Tafelanschriften und Präsentationen. Der weitergehende und integrierte Einsatz von Lehrvideos, elektronischen Lernplattformen, multimedialen Inhalten und sonstigen lehr- und lernunterstützende Softwarelösungen erfolgt situativ, zum jeweiligen Stand der Technik und abhängig von Verfügbarkeiten und didaktischen Bedarfen.

/

(Electronic) whiteboard notes and presentations. The use of teaching videos, electronic learning platforms, multimedia content and other teaching and learning support software solutions is carried out according to the situation, the respective state of the art and depending on availability and didactic needs.

Literatur

wird bekanntgegeben/to be announced

Anmerkungen

Angebot aus dem Sprachenzentrum.

Zugehörige Lehrveranstaltung

Advanced English Proficiency (C1)

Advanced English Proficiency (C1)

LV-Nummer

6402

Kürzel**Leistungspunkte**

CP

Fachsemester

3. (empfohlen)

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Englisch

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Louise Klein, Simone Marx, Master (M.B.S.) Anna-Janina Wittan, MA Marina Zvetina

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Kennenlernen Prüfungsformate international anerkannter Sprachzertifikate
 - Aufgabentypen üben
- Strategien um gezielt Sprachkenntnisse zu verbessern
- Teilnahme an einer Fremdsprachenprüfung in Anlehnung an ein standardisiertes international anerkanntes Testverfahren

/

- familiarization with examination formats of internationally recognized language certificates
 - various task types
- strategies to specifically improve language skills
- participation in a foreign language examination based on a standardized internationally recognized test procedure

Didaktische Methoden und Medienformen

(Elektronische) Tafelanschriebe und Präsentationen. Der weitergehende und integrierte Einsatz von Lehrvideos, elektronischen Lernplattformen, multimedialen Inhalten und sonstigen lehr- und lernunterstützende Softwarelösungen erfolgt situativ, zum jeweiligen Stand der Technik und abhängig von Verfügbarkeiten und didaktischen Bedarfen.

/

(Electronic) whiteboard notes and presentations. The use of teaching videos, electronic learning platforms, multimedia content and other teaching and learning support software solutions is carried out according to the situation, the respective state of the art and depending on availability and didactic needs.

Literatur

wird bekanntgegeben/to be announced

Anmerkungen

Angebot aus dem Sprachenzentrum.

Modul

Implementation Skills: Media Production & Management
Implementation Skills: Media Production & Management

Modulnummer
6500

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
6 CP

Dauer
2 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Fachsemester
2. - 3. (empfohlen)

Prüfungsart
Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Johannes Luderschmidt

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- praktisches Know-How in der Anwendung von Soft- und Hardware für die Konzeption und Umsetzung von Medienprodukten zu benennen und branchenübliche Standardsoftware im Kontext kleiner Medienproduktionen selbstständig einzusetzen. / name practical know-how in the use of software and hardware for the conception and implementation of media products and independently use industry standard software in the context of small media productions.
- praktisches Know-How in der Anwendung von Soft- und Hardware für typische betriebswirtschaftliche Problemstellungen zu benennen und branchenübliche Standardsoftware im Kontext kleiner Medienproduktionen selbstständig einzusetzen. / name practical know-how in the use of software and hardware for typical business management problems and independently use industry standard software in the context of small media productions.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Studienleistung

Prüfungsform: Portfolioprüfungen

Modulbewertung: Mit Erfolg Teilgenommen

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Management & Business Skills (P, 3. Sem., 2 SWS)
- Media Production Tools (P, 2. Sem., 2 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Management & Business Skills

Management & Business Skills

LV-Nummer

6501

Kürzel**Leistungspunkte**

CP

Fachsemester

3. (empfohlen)

Lehrformen

Praktikum

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Englisch

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Kundenbeziehungsmanagement (z. B. Salesforce)
- Projekt-, Workflow- und Aufgabenmanagement (z. B., Trello)
- Tabellenkalkulation (z. B. Microsoft Excel)

/

- Customer Relationship Management (e.g., Salesforce)
- Project, Workflow, and Task Management (e.g., Trello)
- Spreadsheet (e.g., Microsoft Excel)

Didaktische Methoden und Medienformen

Die Wissensvermittlung erfolgt überwiegend im betreuten Online-Selbststudium auf Basis elektronischer Lernmaterialien unter Anleitung und Unterstützung der/des Lehrenden. So bearbeiten die Studierenden selbständig und individuell praktische Aufgaben eines zur Verfügung gestellten Aufgabenkatalogs mit ergänzenden Präsenz- und/oder Onlineterminen zur Klärung von Verständnis- und Organisationsfragen.

/

The knowledge transfer takes place predominantly in supervised online self-study on the basis of electronic learning materials under the guidance and support of the lecturer. In this way, the students work independently and individually on practical tasks from a catalogue of tasks provided with supplementary face-to-face and/or online appointments to clarify questions of understanding and organisation.

Literatur

Relevante Literatur, sowie geeignete Online-Plattformen werden themenspezifisch ausgewählt und bekannt gegeben.

/

Relevant literature and suitable online platforms are selected and announced according to the topic.

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Media Production Tools

Media Production Tools

LV-Nummer 6502	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 2. (empfohlen)
Lehrformen Praktikum	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Daniela Ewald

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Vermittlung grundlegender Kenntnisse und praktischer Erfahrungen in der Anwendung branchenüblicher Software wie beispielsweise

- Erstellung von Präsentationen (z.B. Keynote)
- Programmierung für Webseiten (z.B. JavaScript, PHP)
- Code-Debugging und -Testing (z.B. Firebug)
- Mobile App-Prototyping (z.B. proto.io)
- Web- und SEO-Analytics (z.B. Google Analytics)
- Colour Correction von Visual Content (z.B. Adobe Speedgrade, Davinci Resolve)
- Soundproduktion (z.B. Audition)
- Editing von audiovisuellem Content (z.B. Adobe Premiere Pro)
- Editing von Visual Content (z.B. Adobe Premiere Pro)

/ Provision of essential knowledge and practical experience in the use of industry-standard software such as

- Creation of presentations (e.g. Keynote)
- Programming for websites (e.g. JavaScript, PHP)
- Code debugging and testing (e.g. Firebug)
- Mobile app prototyping (e.g. proto.io)
- Web and SEO analytics (e.g. Google Analytics)
- Colour correction of visual content (e.g. Adobe Speedgrade, Davinci Resolve)
- Sound production (e.g. Audition)
- Editing of audio visual content (e.g. Adobe Premiere Pro)
- Editing of visual content (e.g. Adobe Premiere Pro)

Didaktische Methoden und Medienformen

Die Wissensvermittlung erfolgt überwiegend im betreuten Online-Selbststudium auf Basis elektronischer Lernmaterialien unter Anleitung und Unterstützung der/des Lehrenden. So bearbeiten die Studierenden selbständig und individuell praktische Aufgaben eines zur Verfügung gestellten Aufgabenkatalogs mit ergänzenden Präsenz- und/oder Onlineterminen zur Klärung von Verständnis- und Organisationsfragen.

/ The knowledge transfer takes place predominantly in supervised online self-study on the basis of electronic learning materials under the guidance and support of the lecturer. In this way, the students work independently and individually on practical tasks from a catalogue of tasks provided with supplementary face-to-face and/or online appointments to clarify questions of understanding and organisation.

Literatur

Relevante Literatur, sowie geeignete Online-Plattformen werden themenspezifisch ausgewählt und bekannt gegeben.

/ Relevant literature and suitable online platforms are selected and announced according to the topic.

Anmerkungen

Modul

Finanz- und Rechnungswesen
Finance and Accounting

Modulnummer
2200

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
6 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Deutsch

Fachsemester
3. (empfohlen)

Prüfungsart
Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- Media Management (B.Sc.), PO2024
- Wiederverwendet International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Peter Winzer

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- kaufmännische Rechnungslegung zu analysieren und anzuwenden
- Jahresabschlüsse (einschließlich grundlegender steuerlicher Wirkungen auf das betriebliche Geschehen) zu beschreiben und zu bewerten
- die einschlägigen Prinzipien und Methoden der Kostenrechnung im betrieblichen Kontext einzuordnen und anzuwenden

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Klausur

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Steuern und Jahresabschluss (Ü, 3. Sem., 1 SWS und V, 3. Sem., 1 SWS)
- Kostenrechnung (V, 3. Sem., 1 SWS und Ü, 3. Sem., 1 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Steuern und Jahresabschluss
Taxes & Financial Statements

LV-Nummer 2201	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 3. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Übung	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Peter Winzer

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Einführung in die (deutschen) Rechnungslegungsgrundsätze
- Laufende Buchführung und Jahresabschlussbuchungen
- Erstellung des Jahresabschlusses
- Jahresabschlussanalyse
- Steuerliche Grundbegriffe und Kennzeichen des (deutschen) Steuersystems
- Einkommensteuer/Körperschaftsteuer/Umsatzsteuer/Gewerbesteuer

Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrveranstaltung wird primär in Form von Präsenzlehre durchgeführt, die fall-/bedarfsweise (insbesondere bei den Übungen) durch (Live-)Online-Lehrveranstaltungen ergänzt werden kann. Zusätzlich zur Lektüre der u. g. Literatur wird ein Skript sowie ein Übungskatalog zur Verfügung gestellt. Die empfohlene Literatur bietet zudem die Möglichkeit, einzelne Aspekte zu vertiefen.

Die Inhalte der Lehrveranstaltung sind sehr Zahlen-/Rechnen-intensiv. Die langjährige Erfahrung zeigt, dass diese Inhalte nur unter Zuhilfenahme von Übungen erfolgreich vermittelt werden können. Daher wird das grundlegende Wissen primär in den Vorlesungen vermittelt. Die für das Verständnis notwendige Anwendung und Vertiefung des Stoffes erfolgt i.d.R. in Übungen (auf Basis eines gesondert bereitgestellten Übungskataloges).

Literatur

- Bolin, M. / Langenbeck, J. (2016): Kompakttraining Bilanzanalyse, 4. Auflage, Kiehl Verlag, Ludwigshafen.
- Döring, U. / Buchholz, R. (2021): Buchhaltung und Jahresabschluss, 16. Auflage, Erich Schmidt Verlag, Berlin.
- Hottmann, J. / Beckers, M. / Schustek, H. (2021): Einkommensteuer, 24. Auflage, Schäffer-Pöschel Verlag, Stuttgart.
- Jossé, G. (2014): Buchführung aber locker, 16. Auflage, CC-Verlag, Hamburg
- Kreft, V. (2012): Steuerrecht schnell erfasst, 6. Auflage, Springer Verlag, Berlin.
- Kudert, S. (2019): Steuerrecht leicht gemacht, 6. Auflage, Kleist Verlag, Berlin.
- Mindermann, T. / Brössel, G.. (2020): Buchführung und Jahresabschlusserstellung nach HGB Lehrbuch, 7. Auflage, Erich Schmidt Verlag, Berlin.
- Schwind, H. / Hauptmann, P. (2019): Einkommensteuer - leicht gemacht: übersichtlich - kurzweilig einprägsam, 4. Auflage, Kleist Verlag, Berlin.
- Wichtige Steuergesetze mit Durchführungsverordnungen (Gesetzestext, aktuellste Version).

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Kostenrechnung
Costing/Controlling

LV-Nummer 2202	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 3. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Übung	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Peter Winzer

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Einführung in die Kostenrechnung
- Kostenartenrechnung
- Kostenstellenrechnung
- Kostenträgerrechnung
- Kostenrechnungssysteme
- Controllingansätze und neuere Kostenrechnungssysteme
- Fallstudien

Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrveranstaltung wird primär in Form von Präsenzlehre durchgeführt, die fall-/bedarfsweise (insbesondere bei den Übungen) durch (Live-)Online-Lehrveranstaltungen ergänzt werden kann. Sie orientiert sich überwiegend an den u. g. Quellen von Olfert (und Dahmen). Bei Bedarf kann ergänzend ein Skript sowie ein Übungskatalog zur Verfügung gestellt werden. Die empfohlene Literatur bietet die Möglichkeit, einzelne Aspekte zu vertiefen.

Die Inhalte der Lehrveranstaltung sind sehr Zahlen-/Rechnen-intensiv. Die langjährige Erfahrung zeigt, dass diese Inhalte nur unter Zuhilfenahme von Übungen erfolgreich vermittelt werden können. Daher wird das grundlegende Wissen primär in den Vorlesungen vermittelt. Die für das Verständnis notwendige Anwendung und Vertiefung des Stoffes erfolgt i.d.R. in Übungen (auf Basis eines gesondert bereitgestellten Übungskataloges).

Literatur

- Dahmen, A (2014): Kostenrechnung, 4. Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Friedl, F./Hofmann, C./Pedell, B. (2022): Kostenrechnung Eine entscheidungsorientierte Einführung, 4. Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Horsch, J. (2020): Kostenrechnung, 4. Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden.
- Manz, K. / Dahmen, A. (2001): Kompaktstudium Wirtschaftswissenschaften, Band 3: Kostenrechnung, 3. Auflage, Verlag Vahlen, München.
- Olfert, K. (2021): Kompakttraining Kostenrechnung, 9. Auflage, Kiehl Verlag, Ludwigshafen.
- Schmidt, A. (2022): Kostenrechnung, 9. Auflage, Kohlhammer Verlag, Stuttgart.

Anmerkungen

Modul

International Management International Management

Modulnummer
6600

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
6 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Fachsemester
3. (empfohlen)

Prüfungsart
Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- die Besonderheiten des Managements von Medienunternehmen in globalen Märkten zu benennen. / name the specifics of managing media companies in global markets.
- spezielle Instrumente und Ansätze des Managements, die für eine strategische Analyse internationalen Märkte und eine geeignete Positionierung und Steuerung von internationalen Geschäftsaktivitäten und -einheiten von Unternehmen notwendig sind, zu beschreiben. / describe special management instruments and approaches that are necessary for a strategic analysis of international markets and the appropriate positioning and control of international business activities and units of companies.
- die strategischen Optionen von Medienunternehmen für den Markteintritt in einen bestimmten nationalen Markt, die Marktbearbeitung, die Auswahl des Zielmarktes und die Wahl des richtigen Markteintrittszeitpunktes zu beschreiben. / describe the strategic options of media companies for entering a specific national market, the market cultivation, the selection of the target market and the choice of the right time to enter a market.
- die Grundlagen und Phasen des internationalen Projektmanagements zu erklären. / describe the fundamentals and phases of international project management.
- zu benennen, wie internationale Projekte mit Projektpartnern in verschiedenen Ländern gesteuert und geführt werden können. / name how to control and manage international projects with project partners in different countries.
- die Merkmale und Eigenschaften erfolgreicher internationaler Manager und Managerinnen zu analysieren. / analyze the characteristics and traits of successful international managers.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Klausur o. Präsentation

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise**Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Fundamentals of International Management (Ü, 3. Sem., 1 SWS und V, 3. Sem., 1 SWS)
- International Project Management (V, 3. Sem., 1 SWS und S, 3. Sem., 1 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Fundamentals of International Management
Fundamentals of International Management

LV-Nummer 6601	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 3. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Übung	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Grundlagen und Theorien des internationalen Managements
- Funktionsbereiche des internationalen Medienmanagements
- Grundlagen des strategischen Managements
- Internationalisierungsstrategien von Medienunternehmen

/

- Basics and theories of international management
- Functional areas of International media management
- Basics of strategic management
- Internationalization strategies of media companies

Didaktische Methoden und Medienformen

- Vermittlung von Grundlagen sowie methodischem Wissen in Form von Vorlesungen (Präsenz- und Onlinevorlesungen).
- Reflexion des Kompetenzerwerbs durch die Bearbeitung von Fallbeispielen und Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit (Präsenz- und Onlineübungen).
- Die empfohlene Literatur bietet die Möglichkeit, einzelne Aspekte nachzulesen und/oder zu vertiefen.

/

- Teaching of fundamentals as well as methodological knowledge in the form of lectures (face-to-face and online lectures).
- Reflection on the acquisition of competences by working on case studies and exercises in individual and group work (face-to-face and online exercises).
- The recommended literature offers the opportunity to read up on and/or deepen individual aspects.

Literatur

Luthans, F. & Doh, J. (2020): International Management: Culture, Strategy, and Behavior, 11th ed., McGraw Hill.

Mahoney, M. & Tang, T. (2020): The Rowman & Littlefield Handbook of Media Management and Business, Rowman & Littlefield.

Wirtz, B. (2020): Media Management, 2nd ed., Springer.

Wunder, T. (2016): Essentials of Strategic Management - Effective Formulation and Execution of Strategy, Schäffer-Poeschel.

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

International Project Management
International Project Management

LV-Nummer 6602	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 3. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Seminar	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Einführung in das internationale Projektmanagement
- Kontext internationaler Projekte in Bezug auf die Unternehmensstrategie und -kultur
- Definition von internationalen Projekten
- Risikomanagement in internationalen Projekten
- Planung internationaler Projekte im Hinblick auf Aufgaben, Zeit und Kosten
- Organisation von internationalen Projekten
- Durchführung und Kontrolle von internationalen Projekten
- Abschließen von internationalen Projekten
- Leitung von internationalen Projekten
- Merkmale und Eigenschaften erfolgreicher internationaler Manager und Managerinnen

/

- Introduction to international project management
- Context of international projects in terms of organizational strategy and culture
- Defining international projects
- Managing risk in international projects
- Planning international projects in terms of tasks, time, and cost
- Organizing international projects
- Implementing and controlling international projects
- Project completion
- Leading international projects
- Characteristics and traits of successful international managers

Didaktische Methoden und Medienformen

- Vermittlung von Grundlagen sowie methodischem Wissen in Form von Vorlesungen (Präsenz- und Onlinevorlesungen).
- Vertiefung der Lehrinhalte unter aktiver Beteiligung der Studierenden in Seminarform (Präsenz- und Onlineseminar).
- Die empfohlene Literatur bietet die Möglichkeit, einzelne Aspekte nachzulesen und/oder zu vertiefen.

/

- Teaching of fundamentals as well as methodological knowledge in the form of lectures (face-to-face and online lectures).
- Deepening of the course content with active participation of the students in seminar form (face-to-face and online seminar).
- The recommended literature offers the opportunity to read up on and/or deepen individual aspects.

Literatur

Köster, K. (2009): International Project Management, SAGE.

Anmerkungen

Modul

Organisation und Personal Organisation and Human Resources Management

Modulnummer
2400

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
6 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Deutsch

Fachsemester
3., 7. (empfohlen)

Prüfungsart
Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024
- Wiederverwendet Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Für Media Management wird dieses Modul im 7. Semester, für International Media Management im 3. Semester angeboten.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Thorsten Petry

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- die Relevanz von Prozessen und Strukturen sowie der darin agierenden Menschen für das erfolgreiche Management von (Medien-)Unternehmen zu diskutieren
- die grundlegenden Ziele und Fragestellungen sowie zentralen Stellgrößen der Organisationsgestaltung und des Personalmanagements von (Medien-)Unternehmen zu benennen und zu beschreiben
- klassische und agile Organisationsansätze bzw. -methoden zu differenzieren und hinsichtlich ihrer Vor- und Nachteile zu analysieren
- typische Ansätze bzw. Methoden zur Gestaltung der verschiedenen Teilfunktionen des Personalmanagements zu benennen und zu beschreiben
- die Eignung unterschiedlicher Organisations- und Personalmanagementansätze in konkreten Unternehmenssituationen (unter Berücksichtigung aktueller Herausforderungen wie z.B. Digitalisierung und Nachhaltigkeit) zu beurteilen
- reale organisatorische bzw. personelle Maßnahmen von Unternehmen (z.B. aus Presse- oder Geschäftsberichten) zu analysieren und zu diskutieren
- adäquate organisatorische bzw. personelle Lösungsansätze für spezifische Unternehmenssituationen zu empfehlen
- sich in der organisatorischen und personellen Terminologie kompetent auszudrücken
- organisatorische und personelle Arbeits- und Entscheidungsprozesse in Unternehmen professionell zu gestalten
- selbstorganisiert zu arbeiten und ihre eigenen Lern- und Arbeitsprozesse effektiv und effizient zu gestalten

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Klausur

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Organisation (SU, 3., 7. Sem., 1 SWS und V, 3., 7. Sem., 1 SWS)
- Personalmanagement (V, 3., 7. Sem., 1 SWS und SU, 3., 7. Sem., 1 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Organisation
Organisation

LV-Nummer 2401	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 3., 7. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Thorsten Petry

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Grundlagen und aktuelle Entwicklungen (bspw. Nachhaltigkeit und Digitalisierung) der Organisation
- Kernelemente klassischer Organisationsgestaltung
- Unterschiede von klassischer und agiler Organisationsgestaltung
- Ambidextrie von klassischer und agiler Organisationsgestaltung
- Prozess- bzw. Ablauforganisation
- Struktur- bzw. Aufbauorganisation
- Projektorganisation

Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrveranstaltung wird als Mix aus Präsenz- (primär) und Onlineelementen (wenn didaktisch besser passend) durchgeführt. Die Veranstaltung besteht aus Vorlesungs- (Umfang: 1 SWS) und dazu passenden Übungselementen (Umfang: 1 SWS, in Form von seminaristischem Unterricht), in denen die Studierenden verschiedene Organisationsaspekte analysieren, konkrete Unternehmenssituationen beurteilen oder adäquate Lösungsansätze für spezifische Unternehmenssituationen empfehlen. Zusätzlich werden zum Vor- und Nachbereiten passend zur Veranstaltung eigenerstellte Erklärungsvideos zur Verfügung gestellt. Basisgrundlage der Veranstaltung ist ein detailliertes Folien-Skript, das für jedes Kapitel Leitfragen, Inhaltsfolien und eine Zusammenfassung enthält. Die Übungen bestehen aus Kontroll-/Wiederholungsfragen, Diskussionen und Anwendungen in Case Studies. Die empfohlene Literatur bietet die Möglichkeit, einzelne Aspekte nachzulesen oder zu vertiefen.

Literatur

Unter anderem die jeweils aktuellste Ausgabe von:

- Bach, N. / Brehm, C. / Buchholz, W. / Petry, T. (2017): Organisation Gestaltung wertschöpfungsorientierter Architekturen, Prozesse und Strukturen, 2. Auflage, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Gadatsch, A. (2020): Grundkurs Geschäftsprozess-Management: Analyse, Modellierung, Optimierung und Controlling von Prozessen, 9. Auflage, SpringerVieweg Verlag, Wiesbaden.
- Kuster, J. / Bachmann, C. / Hubmann, M. / Lippman, R. / Schneider, P. (2022): Handbuch Projektmanagement: Agil Klassisch Hybrid, 5. Auflage, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Petry, T. / Konz, C. (Hrsg., 2021): Agile Organisation Methoden, Prozesse und Strukturen im digitalen VUCA-Zeitalter, Dr. Götz Schmidt Verlag, Gießen.
- Vahs, D. (2019): Organisation: Ein Lehr- und Managementbuch, 10. Auflage, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart.

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Personalmanagement
Human Resources Management

LV-Nummer 2402	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 3., 7. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung, Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Deutsch	

Verwendbarkeit der LV

- Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Dr. Rupert Felder

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Grundlagen und aktuelle Entwicklungen des Personalmanagements
- Personalstrategie und -planung
- Personalmarketing und -beschaffung
- Personalentwicklung
- Personaleinsatz, -beurteilung und -vergütung
- Personalfreisetzung
- Personalverwaltung und -service
- Personalführung

Didaktische Methoden und Medienformen

Die Lehrveranstaltung wird als Mix aus Präsenz- (primär) und Onlineelementen (wenn didaktisch besser passend) durchgeführt. Die Veranstaltung besteht aus Vorlesungs- (Umfang: 1 SWS) und dazu passenden Übungselementen (Umfang: 1 SWS, in Form von seminaristischem Unterricht), in denen die Studierenden verschiedene Organisationsaspekte analysieren, konkrete Unternehmenssituationen beurteilen oder adäquate Lösungsansätze für spezifische Unternehmenssituationen empfehlen. Basisgrundlage der Veranstaltung ist ein detailliertes Folien-Skript. Die Übungen bestehen aus Kontroll-/Wiederholungsfragen, Diskussionen und Anwendungen in Case Studies. Die empfohlene Literatur bietet die Möglichkeit, einzelne Aspekte nachzulesen oder zu vertiefen.

Literatur

Unter anderem die jeweils aktuellste Ausgabe von:

- Dannhäuser, R. (Hrsg., 2020): Praxishandbuch Social Media Recruiting: Experten Know-How / Praxistipps / Rechtshinweise, 4. Auflage, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Edwards, M. / Edwards, K. (2019): Predictive HR Analytics: Mastering the HR Metric, 2. Auflage, KoganPage Verlag, New York.
- Felder, R. (2021): Nachhaltigkeit und HR: Arbeitsrechtliche Grundlagen, theoretischer Hintergrund, praxisnahe Methoden, Haufe Verlag, Freiburg.
- Petry, T. / Jäger, W. (Hrsg., 2021): Digital HR: Smarte und agile Systeme, Prozesse und Strukturen im Personalmanagement, 2. Auflage, Haufe Verlag, Freiburg.
- Scholz, C. / Scholz, T. M. (2019): Grundzüge des Personalmanagements, 3. Auflage, Vahlen Verlag, München.
- Spengler, T. / Metzger, O. / Volkmer, T. (2019): Moderne Personalplanung: Modelle, Methoden und Fallbeispiele, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Stock-Homburg, R. / Groß, M. (2019): Personalmanagement: Theorien - Konzepte Instrumente, 4. Auflage, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Trost, A. (2018): Neue Personalstrategien zwischen Stabilität und Agilität, SpringerGabler Verlag, Wiesbaden.
- Wagner, D. (Hrsg., 2020): Praxishandbuch Personalmanagement, 2. Auflage, Haufe Verlag, Freiburg.
- Weibler, J. (2023): Personalführung, 4. Auflage, Vahlen Verlag, München.

Anmerkungen

Modul

Case Studies
Case Studies

Modulnummer 6700	Kürzel	Modulverbindlichkeit Pflicht	
Leistungspunkte 6 CP	Dauer 1 Semester	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch
Fachsemester 4. (empfohlen)	Prüfungsart Kombinierte Modulprüfung		

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Die Note der Teilprüfungsleistung Ausarbeitung geht mit 20% in die Modulnote ein, die der jeweils anderen Teilprüfungsleistung mit 80%.

Modulverantwortliche(r)

Prof. Daniela Ewald, Prof. Dr. Andrea Gschwendtner

Verpflichtende Voraussetzungen

keine

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- Methoden für die Analyse von Unternehmen und Märkten zu benennen. / name name methods for the analysis of companies and markets.
- Strategien zu benennen, wie Medienunternehmen in verschiedenen regionalen Märkten agieren können und welche Faktoren zum Erfolg von internationalen Medienproduktionen beitragen. / to name strategies of how media companies can operate in different regional markets and to name which factors contribute to the success of international media productions.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Ausarbeitung u. Klausur o. Ausarbeitung u. Präsentation o. Ausarbeitung u. praktische / künstlerische Tätigkeit

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Case Studies in Media Economy, Design & Technology (S, 4. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Case Studies in Media Economy, Design & Technology

Case Studies in Media Economy, Design & Technology

LV-Nummer

6701

Kürzel**Leistungspunkte**

CP

Fachsemester

4. (empfohlen)

Lehrformen

Seminar

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Englisch

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Daniela Ewald, Prof. Dr. Andrea Gschwendtner

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Internationale (externe) Dozentinnen und Dozenten bearbeiten mit den Studierenden aktuelle Fallstudien im Kontext von Medienwirtschaft, -design und -technologie.

Beispielhafte Inhalte:

- Strategien für den Eintritt von Unternehmen und Marken in unterschiedlichen regionalen Märkten
- Erfolgsfaktoren für die Internationalisierung von Unternehmen, Produkten und Medienproduktionen
- Wettbewerbs- und Umfeldanalyse von unterschiedlichen regionalen Märkten
- Mediennutzungsverhalten im internationalen Vergleich Corporate Design im internationalen Kontext
- Interkulturelle Unternehmenskommunikation
- User Experience Design
- Markenbildung und Identitätsgestaltung

/

International (external) lecturers work with students on current case studies in the context of media economy, design and technology.

Content examples:

- Strategies for the entry of companies and brands in different regional markets
- Success factors for the internationalization of companies, products and media productions
- Competition and environment analysis of different regional markets
- Media usage behaviour in international comparison
- Corporate design in an international context
- Intercultural corporate communication
- User Experience Design
- Branding and Identity Design

Didaktische Methoden und Medienformen

(Elektronische) Tafelanschriften und Präsentationen. Der weitergehende und integrierte Einsatz von Lehrvideos, elektronischen Lernplattformen, multimedialen Inhalten und sonstigen lehr- und lernunterstützende Softwarelösungen erfolgt situativ, zum jeweiligen Stand der Technik und abhängig von Verfügbarkeiten und didaktischen Bedarfen.

/

(Electronic) whiteboard notes and presentations. The use of teaching videos, electronic learning platforms, multimedia content and other teaching and learning support software solutions is carried out according to the situation, the respective state of the art and depending on availability and didactic needs.

Literatur

Relevante Literatur wird jeweils mit Bezug zu den Fallbeispielen zusammengestellt und bekannt gegeben.

/

Relevant literature is compiled and announced with reference to the case studies.

Anmerkungen

Modul

Current Topics: Design

Current Topics: Design

Modulnummer
6800

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
5 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Fachsemester
4. (empfohlen)

Prüfungsart
Kombinierte Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum
Die Note der Teilprüfungsleistung Ausarbeitung geht mit 20% in die Modulnote ein, die der jeweils anderen Teilprüfungsleistung mit 80%.

Modulverantwortliche(r)
Prof. Stephan Schwarz

Verpflichtende Voraussetzungen
keine

Empfohlene Voraussetzungen
keine

Ziele des Moduls
Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- im Diskurs mit Expertinnen und Experten aus dem Ausland ihre interdisziplinären Fachkompetenzen zu vertiefen und aktuelle Themen mit Relevanz für internationale Medienmärkte und -produktionen zu identifizieren. / to deepen their interdisciplinary competences in discourse with experts from abroad and to identify current topics with relevance for international media markets and productions.
- eigene Diskussionsbeiträge argumentativ zu vertreten und in internationalen sowie interdisziplinären Kontexten die Rolle als Moderatorin oder Moderator zu übernehmen. / to argue their own contributions to discussions and to take on the role of moderator in international as well as interdisciplinary contexts.
- interdisziplinäre Zusammenhänge und Bezüge des Designs mit den Bereichen Wirtschaft und Technologie eigenständig zu erkennen. / to independently recognise interdisciplinary connections and references between design and the areas of economy and technology.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Ausarbeitung u. Klausur o. Ausarbeitung u. Präsentation o. Ausarbeitung u. praktische / künstlerische Tätigkeit

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote
nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden
150, davon 21 Präsenz (2 SWS) 129 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Current Topics: Design (SU, 4. Sem., 2 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Current Topics: Design

Current Topics: Design

LV-Nummer

6801

Kürzel**Leistungspunkte**

CP

Fachsemester

4. (empfohlen)

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Englisch

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Stephan Schwarz

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Internationale (externe) Dozentinnen und Dozenten bearbeiten mit den Studierenden aktuelle Themen des Mediendesigns.

Beispielhafte Inhalte:

- Corporate Design im internationalen Kontext
- interkulturelle Unternehmenskommunikation
- User Experience Design
- Markenbildung und Identitätsgestaltung

/

International (external) lecturers work with the students on current topics in media design.

Content examples:

- Corporate design in an international context
- Intercultural corporate communication
- User Experience Design
- Branding and Identity Design

Didaktische Methoden und Medienformen

(Elektronische) Tafelanschriften, Präsentationen und lehrveranstaltungsbegleitende Reflektionen. Der weitergehende und integrierte Einsatz von Lehrvideos, elektronischen Lernplattformen, multimedialen Inhalten und sonstigen lehr- und lernunterstützende Softwarelösungen erfolgt situativ, zum jeweiligen Stand der Technik und abhängig von Verfügbarkeiten und didaktischen Bedarfen.

/

(Electronic) whiteboard notes, presentations, and course-related reflections. The use of teaching videos, electronic learning platforms, multimedia content and other teaching and learning support software solutions is carried out according to the situation, the respective state of the art and depending on availability and didactic needs.

Literatur

Relevante Literatur wird jeweils mit Bezug zu den Fallbeispielen zusammengestellt und bekannt gegeben.

/

Relevant literature is compiled and announced with reference to the case studies.

Anmerkungen

Modul

Current Topics: Economy
Current Topics: Economy

Modulnummer
6900

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
5 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Fachsemester
4. (empfohlen)

Prüfungsart
Kombinierte Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum
Die Note der Teilprüfungsleistung Ausarbeitung geht mit 20% in die Modulnote ein, die der jeweils anderen Teilprüfungsleistung mit 80%.

Modulverantwortliche(r)
Prof. Dr. Dr. Alexander Moutchnik

Verpflichtende Voraussetzungen
keine

Empfohlene Voraussetzungen
keine

Ziele des Moduls
Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- im Diskurs mit Expertinnen und Experten aus dem Ausland ihre interdisziplinären Fachkompetenzen zu vertiefen und aktuelle Themen mit Relevanz für internationale Medienmärkte und -produktionen zu identifizieren. / to deepen their interdisciplinary competences in discourse with experts from abroad and to identify current topics with relevance for international media markets and productions.
- eigene Diskussionsbeiträge argumentativ zu vertreten und in internationalen sowie interdisziplinären Kontexten die Rolle als Moderatorin oder Moderator zu übernehmen. / to argue their own contributions to discussions and to take on the role of moderator in international as well as interdisciplinary contexts.
- interdisziplinäre Zusammenhänge und Bezüge der Wirtschaft mit den Bereichen Design und Technik eigenständig zu erkennen. / to independently recognise interdisciplinary connections and references between economy and the areas of design and technology.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Ausarbeitung u. Klausur o. Ausarbeitung u. Präsentation o. Ausarbeitung u. praktische / künstlerische Tätigkeit

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote
nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden
150, davon 21 Präsenz (2 SWS) 129 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Current Topics: Economy (SU, 4. Sem., 2 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Current Topics: Economy

Current Topics: Economy

LV-Nummer 6901	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 4. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Dr. Alexander Moutchnik

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Internationale (externe) Dozentinnen und Dozenten bearbeiten mit den Studierenden aktuelle Themen der Medienwirtschaft.

Beispielhafte Inhalte

- Strategien für den Eintritt von Unternehmen und Marken in unterschiedlichen regionalen Märkten
- Erfolgsfaktoren für die Internationalisierung von Unternehmen, Produkten und Medienproduktionen
- Wettbewerbs- und Umfeldanalyse von unterschiedlichen regionalen Märkten
- Mediennutzungsverhalten im internationalen Vergleich
- Management internationaler Unternehmen
- Unternehmensführung mit multinationalen Mitarbeiter:innen
- Methoden für die Abschätzung von Chancen und Risiken der Internationalisierung von Marken und Unternehmen
- Rekrutierung und Führung von internationalen Mitarbeiter:innen

/

International (external) lecturers work with the students on current topics in the media economy.

Content examples

- Strategies for the entry of companies and brands in different regional markets
- Success factors for the internationalization of companies, products and media productions
- Competition and environment analysis of different regional markets
- Media usage behaviour in international comparison
- Managing international companies
- Corporate management with multinational employees
- Methods for the assessment of opportunities and risks of internationalization of brands and companies
- Recruitment and management of international employees

Didaktische Methoden und Medienformen

(Elektronische) Tafelanschriften, Präsentationen und lehrveranstaltungsbegleitende Reflektionen. Der weitergehende und integrierte Einsatz von Lehrvideos, elektronischen Lernplattformen, multimedialen Inhalten und sonstigen lehr- und lernunterstützende Softwarelösungen erfolgt situativ, zum jeweiligen Stand der Technik und abhängig von Verfügbarkeiten und didaktischen Bedarfen.

/

(Electronic) whiteboard notes, presentations, and course-related reflections. The use of teaching videos, electronic learning platforms, multimedia content and other teaching and learning support software solutions is carried out according to the situation, the respective state of the art and depending on availability and didactic needs.

Literatur

Relevante Literatur wird jeweils mit Bezug zu den Fallbeispielen zusammengestellt und bekannt gegeben.

/

Relevant literature is compiled and announced with reference to the case studies.

Anmerkungen

Modul

Current Topics: Technology
Current Topics: Technology

Modulnummer
7100

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
5 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Fachsemester
4. (empfohlen)

Prüfungsart
Kombinierte Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum
Die Note der Teilprüfungsleistung Ausarbeitung geht mit 20% in die Modulnote ein, die der jeweils anderen Teilprüfungsleistung mit 80%.

Modulverantwortliche(r)
Prof. Dr. Stephan Böhm

Verpflichtende Voraussetzungen
keine

Empfohlene Voraussetzungen
keine

Ziele des Moduls
Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- im Diskurs mit Expertinnen und Experten aus dem Ausland ihre interdisziplinären Fachkompetenzen zu vertiefen und aktuelle Themen mit Relevanz für internationale Medienmärkte und -produktionen zu identifizieren. / to deepen their interdisciplinary competences in discourse with experts from abroad and to identify current topics with relevance for international media markets and productions.
- eigene Diskussionsbeiträge argumentativ zu vertreten und in internationalen sowie interdisziplinären Kontexten die Rolle als Moderatorin oder Moderator zu übernehmen. / to argue their own contributions to discussions and to take on the role of moderator in international as well as interdisciplinary contexts.
- interdisziplinäre Zusammenhänge und Bezüge der Technik mit den Bereichen Design und Wirtschaft eigenständig zu erkennen. / to independently recognise interdisciplinary connections and references between technology and the areas of design and economy.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Ausarbeitung u. Klausur o. Ausarbeitung u. Präsentation o. Ausarbeitung u. praktische / künstlerische Tätigkeit

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote
nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden
150, davon 21 Präsenz (2 SWS) 129 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Current Topics: Technology (SU, 4. Sem., 2 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Current Topics: Technology

Current Topics: Technology

LV-Nummer

7101

Kürzel**Leistungspunkte**

CP

Fachsemester

4. (empfohlen)

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Englisch

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Stephan Böhm

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Internationale (externe) Dozentinnen und Dozenten bearbeiten mit den Studierenden aktuelle Themen der Medientechnologie.

Beispielhafte Inhalte:

- Künstliche Intelligenz
- Big Data und Analytics
- Virtuelle/Erweiterte Realität

/ International (external) lecturers work with the students on current topics in media technology.

Content examples:

- Artificial Intelligence
- Big Data and Analytics
- Virtual/Augmented Reality

Didaktische Methoden und Medienformen

(Elektronische) Tafelanschriften, Präsentationen und lehrveranstaltungsbegleitende Reflektionen. Der weitergehende und integrierte Einsatz von Lehrvideos, elektronischen Lernplattformen, multimedialen Inhalten und sonstigen lehr- und lernunterstützende Softwarelösungen erfolgt situativ, zum jeweiligen Stand der Technik und abhängig von Verfügbarkeiten und didaktischen Bedarfen.

/ (Electronic) whiteboard notes, presentations, and course-related reflections. The use of teaching videos, electronic learning platforms, multimedia content and other teaching and learning support software solutions is carried out according to the situation, the respective state of the art and depending on availability and didactic needs.

Literatur

Relevante Literatur wird jeweils mit Bezug zu den Fallbeispielen zusammengestellt und bekannt gegeben.

/ Relevant literature is compiled and announced with reference to the case studies.

Anmerkungen

Modul

Research Studies I
Research Studies I

Modulnummer
7200

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
6 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Fachsemester
4. (empfohlen)

Prüfungsart
Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)
Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Verpflichtende Voraussetzungen
keine

Empfohlene Voraussetzungen
keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- eine aktuelle Themenstellung aus dem Bereich des internationalen Medienmanagements nach wissenschaftlichen Methoden und Prinzipien zu analysieren. / analyse a current topic from the field of International Media Management according to scientific methods and principles.
- eine Forschungsarbeit unter Anleitung zu strukturieren und eine eigenständige Literaturanalyse durchführen zu können. / to structure a research article under guidance and carry out an independent literature analysis.
- Handlungsempfehlungen für die Praxis benennen zu können. / name recommendations for practical application.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Hausarbeit

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote
nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

180, davon 42 Präsenz (4 SWS) 138 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Research Studies in International Media Management (S, 4. Sem., 4 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Research Studies in International Media Management
Research Studies in International Media Management

LV-Nummer
7201

Kürzel

Leistungspunkte
CP

Fachsemester
4. (empfohlen)

Lehrformen
Seminar

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Identifizierung und Nutzung wissenschaftlicher Literatur
- Planung und Strukturierung eines wissenschaftlichen Textes
- Einhaltung formaler Anforderungen für wissenschaftliche Arbeiten
- Korrektes Zitieren von verwendeten Quellen
- Verfassen eines ersten wissenschaftlichen Textes: Inhalte sind aktuelle Themen des internationalen Medienmanagements. Die Themen werden für jede Lehrveranstaltung unter Beachtung aktueller Trend- und Schwerpunktthemen in der Medienpraxis festgelegt und eignen sich für eine individuelle Bearbeitung durch die Studierenden. Neben einer Relevanz für die aktuelle Medienpraxis weisen die Themen auch Bezüge zur angewandte Forschung auf.

/

- Identifying and using scientific literature
- Planning and structuring a scientific text
- Following formal requirements for scientific works
- Quoting used sources correctly
- Writing a first scientific text: Contents are current topics from the fields of international media management. The topics are determined for each course in consideration of current trends and focal points in media practice and are suitable for individual work by the students. In addition to their relevance to current media practice, the topics also have references to applied research.

Didaktische Methoden und Medienformen

- Erarbeitung von Grundlagen sowie methodischem Wissen unter aktiver Beteiligung der Studierenden in Seminarform (Präsenz- und Onlineseminar).
- Bearbeitung eines individuellen Themas, welches in mehreren strukturierten Gesprächen mit der Dozentin oder dem Dozenten sowie den weiteren Studierenden fokussiert und auf eine konkrete Aufgabenstellung hin präzisiert wird.
- Schließlich erstellen die Studierenden eine schriftliche Seminararbeit und präsentieren diese.

/

- Development of fundamentals as well as methodological knowledge with active participation of the students in seminar form (face-to-face and online seminar).
- Working on an individual topic, which is analysed in several structured discussions with the lecturer and the other students and specified in more detail with regard to a concrete task.
- Finally, students prepare and present a written seminar paper.

Literatur

Relevante Literatur wird jeweils mit Bezug zu den vorgegebenen aktuellen Themen für die jeweilige Lehrveranstaltung zusammengestellt und bekannt gegeben.

/

Relevant literature will be compiled and announced with reference to the given current topics for the respective course.

Anmerkungen

Modul

Project Management in Practice Project Management in Practice

Modulnummer
7300

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
3 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Fachsemester
4. (empfohlen)

Prüfungsart
Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)
Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Verpflichtende Voraussetzungen
keine

Empfohlene Voraussetzungen
keine

Ziele des Moduls
Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- kleinere Projekte auf Basis von Kundenanforderungen zu initialisieren, zu planen und vorzustellen. / initialize, plan and present small projects based on customer requirements.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung **Prüfungsform:** Präsentation **Modulbewertung:** Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote
nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden
90, davon 21 Präsenz (2 SWS) 69 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Zugehörige Lehrveranstaltungen
Pflichtveranstaltung/en:

- Project Initiation and Planning (SU, 4. Sem., 2 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Project Initiation and Planning
Project Initiation and Planning

LV-Nummer

7301

Kürzel**Leistungspunkte**

CP

Fachsemester

4. (empfohlen)

Lehrformen

Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Englisch

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Projektmanagement
- Projektumfeld
- Projekt-Interessengruppen
- Projektumfang
- Projektmeilensteine
- Projektstrukturplan
- Projektzeitplanung
- Projektdurchführung
- Projektabschluss

/

- Project management
- Project environment
- Project stakeholders
- Project scope
- Project milestones
- Work breakdown structure
- Project scheduling
- Project implementation
- Project completion

Didaktische Methoden und Medienformen

- Das in vorherigen Lehrveranstaltungen vermittelte theoretische Wissen wird in Form von seminaristischem Unterricht anhand einer praktischen Übungsaufgabe angewendet sowie vertieft und die Ergebnisse präsentiert.
- Die empfohlene Literatur bietet die Möglichkeit, einzelne Aspekte nachzulesen und/oder zu vertiefen.

/

- The theoretical knowledge taught in previous courses is applied and deepened in the form of seminar-based teaching using a practical exercise and the presentation of the corresponding results.
- The recommended literature offers the opportunity to read up on individual aspects and/or to go into them in greater depth.

Literatur

Köster, K. (2009): International Project Management, SAGE.

Wunder, T. (2016): Essentials of Strategic Management - Effective Formulation and Execution of Strategy, Schäffer-Poeschel.

Anmerkungen

Modul

International Studies
International Studies

Modulnummer
7400

Kürzel

Modulverbindlichkeit

Leistungspunkte
30 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Fachsemester
5. (empfohlen)

Prüfungsart

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Verpflichtende Voraussetzungen

- Zu den Prüfungen des 5., 6. und 7. Semesters wird zugelassen, wer alle Leistungen des 1. bis 3. Semesters erfolgreich abgeschlossen hat.

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- fließend und selbstsicher in der englischen Sprache zu kommunizieren und sowohl im akademischen, praktischen und alltäglichen Umfeld zu interagieren. / communicate fluently and confidently in English and interact in both academic, practical and everyday settings.
- kulturelle Unterschiede zu verstehen und diese in zwischenmenschlichen Beziehungen und Arbeitsumgebungen zu berücksichtigen. / understand cultural differences and take these into account in interpersonal relationships and work environments.
- sich an neue Umgebungen und unvorhergesehene Situationen anpassen. / adapt to new environments and unforeseen situations.
- Lösungsansätze für globale oder kulturübergreifende Herausforderungen zu entwickeln, die eigenen Werte, Überzeugungen und Vorurteile zu hinterfragen und eine reflektierte Sichtweise auf globale Themen zu entwickeln. / develop approaches to global or cross-cultural challenges, question their own values, beliefs and prejudices and develop a reflective perspective on global issues.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

900, davon 0 Präsenz (0 SWS) 900 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Im Rahmen des Moduls International Studies belegen die Studierenden Lehrveranstaltungen an einer Hochschule im Ausland. Die Anerkennung von Leistungen aus dem Ausland ist in der Anerkennungssatzung geregelt. Weitere Modalitäten, wie z. B. zum Learning Agreement, sind der Anlage zur Prüfungsordnung Regelungen zum Auslandssemester zu entnehmen.

Es wird empfohlen, die Prüfungsleistung des Moduls International Studies (d. h. das Auslandssemester) nicht als abschließendes Semester des Studiums durchzuführen. Durch abweichende Vorlesungs- und Prüfungszeiten an Gasthochschulen können die internen Fristen und Prozesse der HSRM keine zeitnahe Zeugnis- und Urkundenerstellung ermöglichen. Dies bedeutet konkret, dass das Absolvieren des Auslandssemesters im letzten Semester des Studiums dazu führt, dass Sie Ihr Zeugnis und Ihre Urkunde erst am Ende des auf das Auslandssemesters folgenden Semesters erhalten werden.

/

In the context of the International Studies module, students take courses at a university abroad. The recognition of achievements from abroad is regulated in the recognition statutes (Anerkennungssatzung). Further modalities, such as the learning agreement, can be found in the annex to the examination regulations in the regulations for the semester abroad (Regelungen zum Auslandssemester).

It is recommended that the examination of the module (i.e. the semester abroad) is not carried out as the final semester of the program. Due to differing lecture and examination times at host universities, HSRM's internal deadlines and processes cannot allow for the timely preparation of certificates and diplomas. In concrete terms, this means that completing the semester abroad in the last semester of the program means that you will not receive your certificate and diploma until the end of the semester following the semester abroad.

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Individual Courses at Partner University (, 5. Sem., 0 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Individual Courses at Partner University
Individual Courses at Partner University

LV-Nummer
7401

Kürzel

Leistungspunkte
CP

Fachsemester
5. (empfohlen)

Lehrformen
Variabel

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Claus-Peter Ernst

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele der Lehrveranstaltung

abhängig von den ausgewählten Kursen
/
depending on the selected courses

Themen/Inhalte der LV

abhängig von den ausgewählten Kursen
/
depending on the selected courses

Didaktische Methoden und Medienformen

abhängig von den ausgewählten Kursen
/
depending on the selected courses

Literatur

abhängig von den ausgewählten Kursen
/
depending on the selected courses

Anmerkungen

Modul

Work Experience
Work Experience

Modulnummer
7500

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
30 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Fachsemester
6. (empfohlen)

Prüfungsart
Kombinierte Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)
Prof. Dr. Dr. Alexander Moutchnik

Verpflichtende Voraussetzungen

- Zu den Prüfungen des 5., 6. und 7. Semesters wird zugelassen, wer alle Leistungen des 1. bis 3. Semesters erfolgreich abgeschlossen hat.

Empfohlene Voraussetzungen
keine

Ziele des Moduls
Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- ihre bis dato gewonnen theoretischen Fach- und Methodenkompetenzen in der Praxis anzuwenden und dort zu vertiefen. / to apply their previously acquired theoretical and methodological competences in practice and to deepen them there.
- interdisziplinäre Zusammenhänge zwischen den unterschiedlichen Arbeitsbereichen durch die praktische Anwendung zu erkennen. / to recognise interdisciplinary connections between the different fields of work through practical application.
- ihre erworbenen Branchenkenntnisse sowie die fachliche Ausrichtung ihres angestrebten Berufsfeldes zu reflektieren. / to reflect on their acquired knowledge of the sector as well as the professional orientation of their intended occupational field.
- künftige Entwicklungsmöglichkeiten und Karrierewege zu erkennen, sowie die Anforderungen hierfür zu reflektieren. / to recognise future development opportunities and career paths, and to reflect on the requirements for these.
- die bearbeiteten Themen wissenschaftlich fundiert zu präsentieren und diskutieren. / present and discuss the topics they have worked on in a scientifically sound manner.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Studienleistung **Prüfungsform:** Ausarbeitung u. Präsentation **Modulbewertung:** Mit Erfolg Teilgenommen

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

900, davon 10.5 Präsenz (1 SWS) 889.5 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Die Berufspraktische Tätigkeit ist in den Regelungen zur Berufspraktischen Tätigkeit (BPT) im Bachelor-Studiengang International Media Management als Anlage der Prüfungsordnung geregelt.

/

Practical work is regulated in the regulations for the BPT in the Bachelor's programme International Media Management (B.Sc.) as an annex to the examination regulations.

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Internship (24 CP) (P, 6. Sem., 0 SWS)
- Internship Seminar (SU, 6. Sem., 1 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Internship (24 CP)

Internship (24 CP)

LV-Nummer

7501

Kürzel**Leistungspunkte**

CP

Fachsemester

6. (empfohlen)

Lehrformen

Praktikum

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Englisch

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Dr. Alexander Moutchnik

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

siehe Regelungen zur Berufspraktischen Tätigkeit (BPT) im Bachelor-Studiengang International Media Management als Anlage der Prüfungsordnung

/

see regulations for the BPT in the Bachelor's programme International Media Management (B.Sc.) as an annex to the examination regulations

Didaktische Methoden und Medienformen

Die Studierenden sollen im Laufe des Praktikums an die berufliche Tätigkeit einer International Media Managerin oder eines International Media Managers herangeführt werden. Die im Studium vermittelten Kenntnisse sollen auf die Lösung von Problemen aus der Praxis angewandt werden. Durch praktische Erfahrungen können die erworbenen Studien- und Lerninhalte vertieft und erweitert werden.

/

In the course of the internship, students are to be introduced to the professional activities of an International Media Manager. The knowledge imparted in the course of study is to be applied to the solution of practical problems. Through practical experience, the acquired study and learning content can be deepened and expanded.

Literatur

abhängig vom konkreten Praktikum / depending on the specific internship

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Internship Seminar
Internship Seminar

LV-Nummer 7502	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 6. (empfohlen)
Lehrformen Seminaristischer Unterricht	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Prof. Dr. Dr. Alexander Moutchnik

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

siehe Regelungen zur Berufspraktischen Tätigkeit (BPT) im Bachelor-Studiengang International Media Management als Anlage der Prüfungsordnung

/
see regulations for the BPT in the Bachelor's programme International Media Management (B.Sc.) as an annex to the examination regulations

Didaktische Methoden und Medienformen

Ein Einführungskolloquium behandelt organisatorische und formale Bedingungen der Berufspraktischen Tätigkeit sowie deren Anerkennung. Ein Abschlusskolloquium dient der individuellen Präsentation der Arbeitsergebnisse und Erfahrungen der Studierenden sowie deren Diskussion und Bewertung. Einzelgespräche bieten in der Vorbereitung und während des Praktikums bei Bedarf fachliche und organisatorische Beratung.

/
An introductory colloquium deals with organisational and formal conditions of the internship as well as its recognition. A final colloquium serves the individual presentation of the students' work results and experiences as well as their discussion and evaluation. Individual meetings offer professional and organisational advice in preparation and during the internship if required.

Literatur

Anmerkungen

Die fachliche Begleitung während der Berufspraktischen Tätigkeit erfolgt durch eine Hochschullehrerin oder einen Hochschullehrer mittels Begleitseminaren und/oder Einzelgesprächen, die im Falle von Auslandspraktika auch telefonisch oder per E-Mail erfolgen können.

/
The professional support during the practical professional activity is provided by a university lecturer by means of accompanying seminars and/or individual discussions, which can also take place by telephone or e-mail in the case of internships abroad.

Modul

Research Studies II Research Studies II

Modulnummer
7600

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
15 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Fachsemester
7. (empfohlen)

Prüfungsart
Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)

N.N.

Verpflichtende Voraussetzungen

- Zu den Prüfungen des 5., 6. und 7. Semesters wird zugelassen, wer alle Leistungen des 1. bis 3. Semesters erfolgreich abgeschlossen hat.

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- die Grundlagen empirischer Forschung zu benennen. / to name the basics of empirical research.
- Gütekriterien eines Forschungsdesigns zu erläutern und Forschungsprojekte zu planen, zu gestalten und durchzuführen. / explain quality criteria of a research design and plan, design and conduct research projects.
- quantitative und qualitative Methoden der empirischen Medienforschung zu benennen, Vor- und Nachteile der gewählten Methoden zu bewerten und geeignete Methoden für eigene Studien auszuwählen. / name quantitative and qualitative methods of empirical media research, evaluate advantages and disadvantages of the chosen methods and select suitable methods for own studies.
- bei der Auswertung von Forschungsdaten eine Vielzahl von Auswertungsmethoden zu berücksichtigen, passende Methoden zu wählen und die Auswahl fachlich sowie methodisch zu begründen. / consider a variety of evaluation methods when analysing research data, select appropriate methods and justify the selection both professionally and methodologically.
- Aufbau, Durchführung und Ergebnisse anderer Forschungsprojekte kritisch zu analysieren und auf wissenschaftlichem Niveau zu diskutieren. / critically analyse the structure, implementation and results of other research projects and discuss them at a scientific level.
- empirische Befunde sowohl innerhalb als auch außerhalb der Forschungsgemeinschaft fachlich angemessen zu kommunizieren. / communicate empirical findings appropriately both within and outside the research community.
- Methoden der deskriptiven Statistik zu erklären, angemessene Kennzahlen auszuwählen und grafische Darstellungen von Daten zu erstellen. / explain methods of descriptive statistics, select appropriate ratios and create graphical representations of data.
- geeignete Methoden der Wahrscheinlichkeitsrechnung zur Lösung statistischer Probleme auszuwählen und anzuwenden. / select and apply appropriate methods of probability theory to solve statistical problems.
- statistische Analysen mittels üblicher Statistik- und Analyseprogramme durchzuführen und zu interpretieren. / perform and interpret statistical analyses using standard statistical and analysis programmes.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Klausur o. Präsentation

Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

450, davon 63 Präsenz (6 SWS) 387 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise

Es wird empfohlen, das Modul im Semester der Thesis-Erstellung zu belegen.

Zugehörige Lehrveranstaltungen

Pflichtveranstaltung/en:

- Theories and Methods of Empirical Media Research (V, 7. Sem., 2 SWS)
- Case Studies for Empirical Data Collection and Analysis (Ü, 7. Sem., 2 SWS)
- Research Paper (SU, 7. Sem., 2 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Theories and Methods of Empirical Media Research
Theories and Methods of Empirical Media Research

LV-Nummer 7601	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 7. (empfohlen)
Lehrformen Vorlesung	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

N.N.

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Die Lehrveranstaltung vermittelt theoretische und methodische Grundlagen der empirischen Medienforschung. Ausgehend von der Formulierung von Forschungsfragen werden verschiedene quantitative und qualitative Formen der Datenerhebung vorgestellt. Zusätzlich werden wesentliche Verfahren der Datenanalyse aus den Bereichen der deskriptiven, explorativen und konfirmatorischen Statistik behandelt. Beispielhafte Themen sind:

- Einführung in die Wahrscheinlichkeitstheorie und -rechnung
- Verfahren der deskriptiven, explorativen und konfirmatorischen Statistik (z. B. Lage- und Streuungsmaße, Korrelations-, Regressions- und Faktoranalyse, statistische Testverfahren)
- Induktion/Deduktion, Hypothesen, Reproduzierbarkeit
- Aufbau und Gütekriterien eines Forschungsdesigns
- Studiendesign (z. B. Beobachtung, Befragung und Experiment)
- Quantitative Forschungsmethoden (z. B. Fragebogenerstellung und weitere Erhebungsinstrumente)
- Qualitative Forschungsmethoden (z. B. offenes Interview, teilnehmende Beobachtung, Contextual Inquiry)
- Besonderheiten der empirischen Medienforschung bei der Betrachtung interaktiver Medien

/
The course teaches theoretical and methodological basics of empirical media research. Based on the formulation of research questions, different quantitative and qualitative forms of data collection are presented. In addition, essential procedures of data analysis from the areas of descriptive, explorative and confirmatory statistics are dealt with. Exemplary topics are:

- Introduction to probability theory and probability calculation
- Procedures of descriptive, explorative and confirmatory statistics (e.g. measures of location and dispersion, correlation, regression and factor analysis, statistical test procedures)
- Induction/deduction, hypotheses, reproducibility
- Structure and quality criteria of a research design
- Study design (e.g. observation, survey and experiment)
- Quantitative research methods (e.g. questionnaire design and other survey instruments)
- Qualitative research methods (e.g. open interview, participant observation, contextual inquiry)
- Special features of empirical media research when considering interactive media

Didaktische Methoden und Medienformen

(Elektronische) Tafelanschriften und Präsentationen. Der weitergehende und integrierte Einsatz von Lehrvideos, elektronischen Lernplattformen, multimedialen Inhalten und sonstigen lehr- und lernunterstützenden Softwarelösungen erfolgt situativ, zum jeweiligen Stand der Technik und abhängig von Verfügbarkeiten und didaktischen Bedarfen.

/
(Electronic) whiteboard notes and presentations. The use of teaching videos, electronic learning platforms, multimedia content and other teaching and learning support software solutions is carried out according to the situation, the respective state of the art and depending on availability and didactic needs.

Literatur

- Babbie, E. R. (2015). *The Basics of Social Research*. Boston, Cengage Learning.
- Backhaus, K., Erichson, B., Gensler, S., Weiber, R., Weiber, T. (2021). *Multivariate Analysis: An application-oriented Introduction*. Cham, Springer.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles, SAGE Publications
- Deacon, D., Pickering, M., Golding, P., & Murdock, G. (2019). *Researching Communications: A Practical Guide to Methods in Media and Cultural Analysis*. London, Bloomsbury Academic
- Häder, M. (2022). *Empirical Social Research: An Introduction*. Cham, Springer
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Los Angeles, SAGE Publications
- Neuman, W. L. (2016). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston, Pearson
- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. G. (2018). *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*. New York, Routledge

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Case Studies for Empirical Data Collection and Analysis
Case Studies for Empirical Data Collection and Analysis

LV-Nummer 7602	Kürzel	Leistungspunkte CP	Fachsemester 7. (empfohlen)
Lehrformen Übung	Häufigkeit jedes Semester	Sprache(n) Englisch	

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

N.N.

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

In der Lehrveranstaltung werden verschiedene Fallstudien im Bereich der qualitativen und quantitativen empirischen Forschung und zur Erhebung und Auswertung von empirischen Daten behandelt:

- Fragebogenentwicklung und Umsetzung von Online-Befragungen
- Interviewtechniken und Gestaltung von Interviewleitfäden
- Ausgestaltung und Dokumentation von experimentellen Studien
- Grundlegender Umgang mit Data Scraping, Mining und Analytic Tools
- Werkzeuge zur Analyse von qualitativen und quantitativen Daten
- Inhaltsanalyse, Textinterpretation und Typenbildung
- Bild- und Filmanalyse
- Statistische Analyse unter Verwendung von Statistik- und Analyse-Software
- Grundlagen der schließenden Statistik und Dateninterpretation (z. B. Hypothesentest, Stichprobentheorie)
- Forschungsberichte und Forschungsdatenmanagement

/

In the course, various case studies in the field of qualitative and quantitative empirical research and for the collection and evaluation of empirical data are dealt with:

- Questionnaire development and implementation of online surveys.
- Interview techniques and design of interview guidelines
- Design and documentation of experimental studies
- Basic use of data scraping, mining and analytical tools
- Tools for the analysis of qualitative and quantitative data
- Content analysis, text interpretation and typing
- Image and film analysis
- Statistical analysis using statistical and analytical software
- Basics of inferential statistics and data interpretation (e.g. hypothesis testing, sampling theory)
- Research reports and research data management

Didaktische Methoden und Medienformen

(Elektronische) Tafelanschriften und Präsentationen. Der weitergehende und integrierte Einsatz von Lehrvideos, elektronischen Lernplattformen, multimedialen Inhalten und sonstigen lehr- und lernunterstützenden Softwarelösungen erfolgt situativ, zum jeweiligen Stand der Technik und abhängig von Verfügbarkeiten und didaktischen Bedarfen. Hierbei angeleitete Anwendung auf beispielhafte Fallstudien.

/

(Electronic) whiteboard notes and presentations. The use of teaching videos, electronic learning platforms, multimedia content and other teaching and learning support software solutions is carried out according to the situation, the respective state of the art and depending on availability and didactic needs. Here, in the context of guided application to exemplary case studies.

/

Guided application to exemplary case studies.

Literatur

Relevante Literatur wird jeweils mit Bezug zu den vorgegebenen aktuellen Themen für die jeweilige Lehrveranstaltung zusammengestellt und bekannt gegeben.

/

Relevant literature will be compiled and announced with reference to the given current topics for the respective course.

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Research Paper
Research Paper

LV-Nummer
7603

Kürzel

Leistungspunkte
CP

Fachsemester
7. (empfohlen)

Lehrformen
Seminaristischer Unterricht

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Identifikation argumentativer Schwächen in wissenschaftlichen Texten
- Verbesserung des Leseflusses wissenschaftlicher Texte
- Kritische Reflexion wissenschaftlicher Texte

/

- Identifying argumentative weaknesses in scientific texts
- Improving the reading flow of scientific texts
- Critical reflection on scientific texts

Didaktische Methoden und Medienformen

Analyse und Präsentation ausgewählter wissenschaftlicher peer-review Publikationen durch Studierende und Lehrende mit anschließender Diskussion.

/

Analysis and presentation of selected scientific peer-reviewed publications by students and lecturers followed by discussion.

Literatur

Relevante Literatur wird jeweils für die jeweilige Lehrveranstaltung zusammengestellt und bekannt gegeben.

/

Relevant literature will be compiled and announced for the respective course.

Anmerkungen

Modul

Bachelor's Thesis
Bachelor's Thesis

Modulnummer
7700

Kürzel

Modulverbindlichkeit
Pflicht

Leistungspunkte
15 CP

Dauer
1 Semester

Häufigkeit
jedes Semester

Sprache(n)
Englisch

Fachsemester
7. (empfohlen)

Prüfungsart
Modulprüfung

Modulverwendbarkeit

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Hinweise für Curriculum

Modulverantwortliche(r)
N.N.

Verpflichtende Voraussetzungen

- Zur Bachelorarbeit wird zugelassen, wer alle Leistungen des 1. bis 4. Semesters erfolgreich abgeschlossen hat.

Empfohlene Voraussetzungen
keine

Ziele des Moduls

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage / After successful completion of the module, students will be able to,

- selbständig und systematisch eine Fragestellung unter Rückgriff auf theoretische und praktische Aspekte aus einem Fachgebiet des Bachelor-Studiengangs zu bearbeiten. / independently and systematically work on a question with recourse to theoretical and practical aspects from a subject area of the Bachelors programme.
- spezielle Aspekte der Fragestellung in einem internationalen Kontext einordnen und in die Arbeit zu integrieren. / classify special aspects of the question in an international context and integrate them into the work.
- innerhalb eines bestimmten Zeitraums ein Problem aus dem Fachgebiet nach wissenschaftlichen Methoden selbstständig zu bearbeiten. / independently work on a problem from the subject according to scientific methods within a given period.
- ihren Ansatz klar zu strukturieren und geeignete Methoden auszuwählen und anzuwenden. / structure their approach clearly and to select and apply appropriate methods.
- das bisher Gelernte interdisziplinär und auf ein neues oder möglicherweise innovatives Problem anzuwenden. / apply what they have learned to date in an interdisciplinary manner and to a new or possibly innovative problem.
- relevante Fachinformationen zu recherchieren, zu beschaffen und kritisch zu betrachten. / are able to research and procure relevant specialist information and to view it critically.
- ihre Ergebnisse wissenschaftlich exakt und formal so darzustellen, dass die Bachelorarbeit alle Kriterien einer wissenschaftlichen Arbeit erfüllt. / present their results in a scientifically exact and formal way, so that the Bachelor thesis meets all criteria of a scientific paper.

Dieses Modul zählt auf folgende Studienangebotsziele ein:

Leistungsart: Prüfungsleistung
Leistungsart: Prüfungsleistung

Prüfungsform: Thesis
Prüfungsform: Fachgespräch

Modulbewertung: Benotet
Modulbewertung: Benotet

(Sofern eine Auswahl an Prüfungsformen vorgesehen ist, wird die genaue Prüfungsform sowie ggf. die exakte Prüfungsdauer vom Prüfungsausschuss zu Beginn des Semesters fachbereichsöffentlich bekannt gegeben.)

Gewichtungsfaktor für Gesamtnote

nach CP

Gesamtworkload des Moduls in Zeitstunden

450, davon 10.5 Präsenz (1 SWS) 439.5 Selbststudium inkl. Prüfungsvorbereitung

Anmerkungen/Hinweise**Zugehörige Lehrveranstaltungen**

Pflichtveranstaltung/en:

- Bachelor's Thesis (12 CP) (BA, 7. Sem., 0 SWS)
- Begleitseminar (S, 7. Sem., 1 SWS)

Zugehörige Lehrveranstaltung

Bachelor's Thesis (12 CP)

Bachelor's Thesis (12 CP)

LV-Nummer

7701

Kürzel**Leistungspunkte**

CP

Fachsemester

7. (empfohlen)

Lehrformen

Bachelor-Arbeit

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Englisch

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

N.N.

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

- Problemerkfassung, -strukturierung und -darstellung
- Literaturrecherche
- Entwicklung einer wissenschaftlichen Fragestellung
- Zielformulierung und -begründung
- Problemanalyse
- Beschreibung und Begründung der anzuwendenden Methoden
- Darstellung, Interpretation und Diskussion der Ergebnisse
- Aufzeigen weiteren Forschungsbedarfs
- Wissenschaftliches Arbeiten

/

- Problem identification, structuring and presentation
- Literature research
- Development of a scientific question
- Formulation and justification of objectives
- Problem analysis
- Description and justification of the methods to be used
- Presentation, interpretation and discussion of the results
- Identifying the need for further research
- Scientific work

Didaktische Methoden und Medienformen

Eigenständige wissenschaftliche Bearbeitung einer individuellen Themenstellung mit Bezug zum Bereich "International Media Management". Die Ergebnisse müssen in schriftlicher Form unter Beachtung der inhaltlichen und formalen Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit dargelegt werden.

/

Independent scientific work on an individual topic in the field of International Media Management. The result is a written document according to standards for scientific papers.

Literatur

Abhängig vom jeweiligen Thema. / Dependent on the specific subject.

Anmerkungen

Zugehörige Lehrveranstaltung

Begleitseminar

Bachelor's Thesis Seminar

LV-Nummer

7702

Kürzel**Leistungspunkte**

CP

Fachsemester

7. (empfohlen)

Lehrformen

Seminar

Häufigkeit

jedes Semester

Sprache(n)

Englisch

Verwendbarkeit der LV

- International Media Management (B.Sc.), PO2024

Lehrveranstaltungsverantwortliche/r

N.N.

Empfohlene Voraussetzungen

keine

Themen/Inhalte der LV

Je nach Thema der Bachelor-Thesis. / Depending on the topic of the Bachelor's thesis.

Didaktische Methoden und Medienformen

- Zur Vorbereitung der Bachelor-Thesis werden Studierende in der Findung und Entwicklung eines geeigneten Themas unterstützt und bei der Recherche verschiedener thematischer Aspekte begleitet.
- Während der Erstellung der Bachelor-Thesis werden die Studierenden begleitet.

/

- In preparation for the Bachelor's thesis, students are supported in finding and developing a suitable topic and accompanied in researching various thematic aspects.
- During the preparation of the Bachelor's thesis, students are supervised.

Literatur

Je nach Thema der Bachelor-Thesis. / Depending on the topic of the Bachelors thesis.

Anmerkungen