



## Modulhandbuch des Studiengangs Unternehmenskommunikation (Master, Studienstart ab WS15/16)

### Übersicht

EDV-Nr. / Modul	EDV-Nr. / Lehrveranstaltungen	Semester
<b>255000 Englisch Einstufungstest</b> Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement	<b>255000a Englisch Einstufungstest</b>	1.
<b>255001 Management der Unternehmenskommunikation</b> Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement	<b>255001a Unternehmenskommunikation: Theorien &amp; Instrumente</b> <b>255001b Unternehmenskommunikation: Planung &amp; Controlling</b>	1., 2., 3.
<b>255002 Forschung in der Unternehmenskommunikation</b> Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement	<b>255002a Psychologie der Unternehmenskommunikation</b> <b>255002b Forschungsmethoden der Unternehmenskommunikation</b>	1., 2.
<b>255020 Masterarbeit</b> Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement	<b>255020a Masterarbeit</b>	3.
<b>255021 Tutorium</b> Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement	<b>255021a Tutorium</b>	1., 2., 3.
<b>255040 Content Strategie</b> Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement	<b>255040a Content Strategie: Konzeption</b> <b>255040b Content Strategie: Realisation</b>	1., 2.
<b>255041 PR &amp; Corporate Publishing</b> Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement	<b>255041a Public Relations</b> <b>255041b Corporate Publishing</b>	1., 2.
<b>255042 Crossmediale Kommunikation</b> Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement	<b>255042a Crossmediale Kommunikation</b>	1., 2.
<b>255043 Politische Kommunikation</b> Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement	<b>255043a Politische Kommunikation</b>	2.
<b>255060 Markenstrategie und -kommunikation (Pflicht)</b> Schwerpunkt: Branding	<b>255060a Markenstrategie</b> <b>255060b Markenkommunikation</b>	1., 2.
<b>255061 Corporate Design</b> Schwerpunkt: Branding	<b>255061a Corporate Design</b>	1., 2.
<b>255062 Designkommunikation</b> Schwerpunkt: Branding	<b>255062a Designkommunikation</b>	1., 2.
<b>255063 Kommunikation &amp; Gesellschaft</b> Schwerpunkt: Branding	<b>255063a Medien, Marken und Gesellschaft</b> <b>255063b Semiotik</b>	1., 2.
<b>255064 Digital Brand Experience</b> Schwerpunkt: Branding	<b>255064a Digital Brand Experience</b> <b>255064b Transferprojekt Digital Brand Experience</b>	1., 2.
<b>255065 Customer Experience</b> Schwerpunkt: Branding	<b>255065a Customer Experience</b> <b>255065b Transferprojekt Customer Experience</b>	1., 2.

<b>255066 Innovation Lab</b> Schwerpunkt: Branding	255066a Trendforschung 255066b Innovationsentwicklung	1., 2.
<b>255500 Interdisziplinäres journalistisches Projekt</b> Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement	255500a Interdisziplinäres journalistisches Projekt	1., 2.
<b>255501 Großes Projekt</b> Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement	255501a Großes Projekt	1., 2.
<b>255502 Kleines Projekt</b> Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement	255502a Kleines Projekt	1., 2.
<b>255503 Forschungsprojekt</b> Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement	255503a Forschungsprojekt	2.
<b>255505 Tutorium 2</b> Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement	255505a Tutorium 2	2., 3.
<b>255506 Aktuelle Themen &amp; Cases</b> Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement	255506a Aktuelle Themen & Cases	1., 2.
<b>255507 Internationales Studium</b> Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement		
<b>XXXXXX Module anderer Masterstudiengänge der HdM</b> Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement		
<b>253400 Teamworkshop Radio</b> Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement	253400a Teamworkshop Radio	1., 2.
<b>253405 Moderation und Interview</b> Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement	253405a Moderation 253405b Interview	1., 2.
<b>254040 Strategie und Marketing (Pflicht)</b> Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing	254040a Strategisches Management 254040b Strategisches Marketing	1., 2.
<b>254041 Digital Business</b> Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing	254041a Digital Business 254041b Transferprojekt Digital Business	1., 2.
<b>254042 CRM/Social Media</b> Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing	254042a CRM/Social Media 254042b Transferprojekt CRM	1., 2.
<b>254043 Digital Media Technologies</b> Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing	254043a Digital Media Technologies 254043b Transferprojekt Digital	1., 2.
<b>254044 Empirische Medienforschung</b> Schwerpunkte: Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing	254044a Digitalität und Gesellschaft 254044b Empirische Forschung zur digitalen Gesellschaft	1.

254045 Marketing Management Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing	254045a Integrierte Marktkommunikation 254045b Transferprojekt Marketing Management	1., 2.
254046 Dienstleistungs- und Eventmarketing Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing	254046a Dienstleistungs- und Eventmarketing 254046b Transferprojekt Dienstleistungs- und Eventmarketing	1., 2.
254080 E-Business und Technisches Online-Marketing Schwerpunkt: Web Analytics	254080a Technologische Grundlagen E-Business und Online-Marketing 254080b E-Business	1.
254081 Grundlagen und Verfahren von Business Intelligence/Web Analytics Schwerpunkt: Web Analytics	254081a BI/Web Analytics I 254081b BI/Web Analytics II	1., 2.
254082 Praxisprojekt Online Marketing und Web Analytics (Kampagne) Schwerpunkt: Web Analytics	254082a Praxisprojekt Online Marketing und Web Analytics (Kampagne)	2.
254160 Medientheorie und -philosophie Schwerpunkte: Digitale Ethik, Kommunikationsmanagement	254160a Medientheorie 254160b Medienphilosophie	1., 2.
254161 Think Tank Theorie & Analyse Schwerpunkt: Digitale Ethik	254161a Think Tank Theorie & Analyse	1., 2.
254162 Think Tank Szenarioentwicklung Schwerpunkt: Digitale Ethik	254162a Think Tank Szenarioentwicklung	1., 2.
254163 Angewandte Medienethik Schwerpunkt: Digitale Ethik	254163a Angewandte Medienethik	1., 2.
254180 International Management Schwerpunkt: Internationale Kommunikation & Management	254180a Internationales Marketingmanagement 254180b Public Diplomacy and Nation Branding	1.
254181 Internationales Medienmanagement Schwerpunkt: Internationale Kommunikation & Management	254181a Internationale Finanz- und Medienmärkte 254181b Mediensysteme im internationalen Vergleich	1., 2.
254182 Interkulturelle Kommunikation Schwerpunkt: Internationale Kommunikation & Management	254182a Interkulturelle Kommunikaton 254182b Interkulturelles Management Asia Pacific 254182c Interkulturelles Management Hispanic	1., 2.
254900 Moderation theoretische Grundlagen Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	254900a Personalisierung und Moderation 254900b Medienethik in der Moderation 254900c Moderationsanalyse	1., 2.
254901 Moderation journalistische Grundlagen Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	254901a Sprecherziehung/Stimmbildung 254901b Texten für elektronische Medien	1., 2.
254902 Moderation praktische Grundlagen Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	254902a Rhetorik 254902b Interviewführung und Kommunikationspsychologie 254902c Sprechen mit dem Körper	1.
254903 Moderationswerkstatt Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	254903a Achtung Praxis: Profis berichten aus ihrem Alltag 254903b Achtung Praxis: Individuelles Coaching	1., 2.

254910 Fernsehen: Information und informative Unterhaltung Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	254910a Fernsehen: Information und informative Unterhaltung	2.
254911 Fernsehen: Information und Politik Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	254911a Fernsehen: Information und Politik	2.
254912 Hörfunk: Formatradio Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	254912a Hörfunk: Formatradio	2.
254913 Hörfunk: Information, Politik und Informierende Politik Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	254913a Hörfunk: Information, Politik und Informierende Unterhaltung	2.
254914 Selbstfahrerstudio Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	254914a Selbstfahrerstudio	2.
254915 Fachmoderationen Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	254915a Fachmoderationen	2.
254916 Öffentliche Veranstaltung, Bühne, Podium Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	254916a Öffentliche Veranstaltung, Bühne, Podium	2.
254920 Der Look von Formaten Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	254920a Der Look von Formaten	2.
254921 Moderationspraxis Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	254921a Moderationspraxis	2.

Kompetenzprofile (Excel-Format)

Module des Grundstudiums

Module des Hauptstudiums (Pflicht)

Module des Hauptstudiums (Wahlpflicht)

## Modul Englisch Einstufungstest

(English Placement Test )

Modul:	255000 Englisch Einstufungstest (Pflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Harald Eichsteller
Workload:	einmaliger Test, max. 90 Minuten
Modulprüfung:	
Prüfungsvorleistung:	LÜ,
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Der Oxford Online Placement Test (OOPT) gibt den Studierenden zu Beginn des Master-Studiums die Chance, Ihren aktuellen Sprachniveau zu ermitteln.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	100 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input checked="" type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses -  
Modul:

Dieses Modul ist -  
Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255000a	Englisch Einstufungstest	-	0	0	LÜ*

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Management der Unternehmenskommunikation

(Management of Corporate Communications )

Modul:	255001 Management der Unternehmenskommunikation (Pflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Wolfgang Fuchs
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) 2 Vorlesungen à 15 x 1,5 h = 45 Stunden (2) Vor- und Nachbereitung: 2 x 15 x 1,5 Stunden = 45 Stunden (3) Prüfungsvorbereitung: 2 x 30,0 Stunden = 60 Stunden
Modulprüfung:	ST
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Mit diesem Modul werden die basalen theoretischen und konzeptionellen Grundlagen der Unternehmenskommunikation vermittelt. Die Funktion Unternehmenskommunikation wird als integraler Teil der Unternehmenspolitik verdeutlicht und der Beitrag zur Wertschöpfung aufgezeigt. Zweitens wichtiges Ziel ist aufzuzeigen wie eine Kommunikationskonzeption entwickelt wird und welche Kommunikationsinstrumente dabei zum Einsatz kommen können.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	30 %
Analyse	30 %
Konzeption	30 %
Realisierung	10 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul:	-				
Dieses Modul ist Voraussetzung für:	-				
beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):					
EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform

255001a	Unternehmenskommunikation: Theorien & Instrumente	-	2	2	T*
255001b	Unternehmenskommunikation: Planung & Controlling	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Forschung in der Unternehmenskommunikation

(Research on Corporate Communications )

Modul:	255002 Forschung in der Unternehmenskommunikation (Pflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. rer. nat. habil. Arnd Engeln
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	<p>Vorlesung: Psychologie der Unternehmenskommunikation 15 Termine zu je 2 SWS = 22,5 Zeitstunden Recherche und Vorbereitung einer Forschungsstudie zur Unternehmenskommunikation = 37,5 Zeitstunden Gesamter Zeitaufwand (Workload) = 60 Zeitstunden</p> <p>Vorlesung: Forschungsmethoden der Unternehmenskommunikation 15 Termine zu je 2 SWS = 22,5 Zeitstunden Konzeption, Durchführung, Auswertung und Dokumentation einer eigenen Forschungsstudie zur Unternehmenskommunikation im Team = 67,5 Zeitstunden Gesamter Zeitaufwand (Workload) = 90 Zeitstunden</p>
Modulprüfung:	ST
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	<p>Innerhalb des Moduls werden für die Unternehmenskommunikation relevante Inhalte und Forschungsarbeiten der Wirtschaftspsychologie vermittelt. Das Ziel ist, eine reflektierte Sicht auf die Wirkungen und Folgen der Unternehmenskommunikation zu unterstützen und die Forschungsmethoden kennen zu lernen, um Fragestellungen der Wirkung von Maßnahmen der Unternehmenskommunikation auf das Erleben und Verhalten der Rezipienten zu untersuchen. Im ersten Semester werden psychologische Hintergründe behandelt und Ideen für eigene Forschungsarbeiten entwickelt. Im zweiten Semester des Moduls werden durch eigene Projekte Anwendungserfahrungen mit Forschungsmethoden der Unternehmenskommunikation gewonnen.</p>

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	20 %
Analyse	20 %
Konzeption	30 %
Realisierung	30 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>



## Eigenständigkeit &amp; Verantwortung



Voraussetzung für  
dieses Modul: -

Dieses Modul ist  
Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255002a	Psychologie der Unternehmenskommunikation	-	2	2	T*
255002b	Forschungsmethoden der Unternehmenskommunikation	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Masterarbeit

(Master Thesis)

Modul:	255020 Masterarbeit (Pflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement				
Modulverantwortlicher:	Prof. Harald Eichsteller				
ECTS-min./max.:	28 / 28				
Workload:	28 ECTS = 840 Zeitstunden, d.h. 26 Wochen Bearbeitungszeit à 32,3 Stunden				
Modulprüfung:	MA				
Formale Zulassungsvoraussetzungen:	Bei den 3-semestrigen Masterstudiengängen müssen mindestens 40 ECTS erfolgreich erbracht sein.				
Kompetenzprofil					
Lernergebnisse:	Eigenständige Erarbeitung einer wissenschaftlichen Arbeit auf Masterniveau.				
Ausbildungsziele des Moduls:					
Theoretische Grundlagen	30 %				
Analyse	30 %				
Konzeption	40 %				
Realisierung	0 %				
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen					
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):					
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>				
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>				
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>				
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>				
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.					
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):					
Kommunikation	<input type="checkbox"/>				
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>				
Reflexion	<input type="checkbox"/>				
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>				
Voraussetzung für dieses Modul: -					
Dieses Modul ist Voraussetzung für: -					
beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):					
EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255020a	Masterarbeit	-	0	28	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Tutorium

(Tutorial )

Modul:	255021 Tutorium (Pflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Harald Eichsteller
ECTS-min./max.:	2 / 2
Workload:	2 ECTS = 60 Zeitstunden
Modulprüfung:	PA, 14 Wo
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Jeder Medienmaster-Studierende muss mindestens ein Tutorium im Laufe des Studiums absolvieren.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	30 %
Realisierung	70 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses -  
Modul:

Dieses Modul ist -  
Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255021a	Tutorium	-	0	2	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Content Strategie

(Content Strategy )

Modul:	255040 Content Strategie (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Katrin Hassenstein
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	<p>Gesamter Workload: 5 ECTS = 150 Stunden  255040a Content Strategie: Konzeption (3 ECTS = 90 Stunden)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsenzveranstaltung: 15x2h = 30h</li> <li>• Thematische Kurzpräsentation: 8h</li> <li>• Ausarbeitung der Konzeption: 40h</li> <li>• Feedback und Überarbeitung: 12h</li> </ul> <p>255040b Content Strategie: Realisation (2 ECTS = 60h)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Präsenzveranstaltung bzw. Projektarbeit: 15x2h = 30h</li> <li>• Realisation &amp; Implementation von Teilaufgaben im Team: 30h</li> </ul>
Modulprüfung:	PP
Formale Zulassungsvoraussetzungen:	Das Modul richtet sich an Studierende des Masters Unternehmenskommunikation.
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	<p>Das Modul besteht aus zwei Veranstaltungen, die aufeinander aufbauen. In der Veranstaltung Konzeption erlernen die Studierenden die Grundlagen konzeptioneller publizistischer Arbeit.  Studierende können</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Ausgangslage eines Projekts systematisch mit qualitativen und/oder quantitativen Verfahren beschreiben und daraus entsprechende Ziele ableiten,</li> <li>• diese Ziele in sinnvolle konzeptionelle Planungsschritte operationalisieren,</li> <li>• und einen Maßnahmenplan zur Umsetzung vorbereiten.</li> </ul> <p>Die Veranstaltung Realisation bietet den Studierenden die konzeptionelle Planung in verschiedenen Varianten umzusetzen. Dabei lernen die Teilnehmer</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektziele und -gruppen zu koordinieren,</li> <li>• publizistische Formate anhand einer Konzeption umzusetzen und</li> <li>• Ergebnisse kritisch zu reflektieren und vor Kunden zu präsentieren.</li> </ul>

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	10 %
Analyse	10 %
Konzeption	30 %
Realisierung	50 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

Kommunikation



Teamfähigkeit



Reflexion



Eigenständigkeit & Verantwortung



Voraussetzung für dieses -  
Modul:

Dieses Modul ist Voraussetzung -  
für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255040a	Content Strategie: Konzeption	-	2	3	T*
255040b	Content Strategie: Realisation	-	2	2	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul PR & Corporate Publishing

(PR & Corporate Publishing)

Modul:	255041 PR & Corporate Publishing (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Franco Rota
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) 2 Vorlesungen à 15 x 1,5 h = 45 Stunden (2) Vor- und Nachbereitung: 2 x 15 x 1,5 Stunden = 45 Stunden (3) Prüfungsvorbereitung: 2 x 30,0 Stunden = 60 Stunden
Modulprüfung:	ST

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255041a	Public Relations	-	2	2	T*
255041b	Corporate Publishing	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Crossmediale Kommunikation

(Crossmedia Communications)

Modul:	255042 Crossmediale Kommunikation (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Stephan Ferdinand
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 Ects x 30 Zeitstunden - 150 Zeitstunden
Modulprüfung:	PA
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	In der Veranstaltung stellt der Studierende unter Beweis, dass er selbstständig und auf hohem Niveau Medienprojekte mit allen Stufen des Work-Flows umsetzen kann. Er lernt dabei, die fachliche mit der sozialen Kompetenz zu verknüpfen. Er stärkt seine Fähigkeiten darin im Team zu agieren und sich zu vernetzen. Des Weiteren lernt er, sein theoretisch erworbenes Wissen in einem praxisbezogenen Projekt einzusetzen.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	10 %
Analyse	20 %
Konzeption	20 %
Realisierung	50 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255042a	Crossmediale Kommunikation	-	2	5	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Politische Kommunikation

(Political communications )

Modul:	255043 Politische Kommunikation (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Klaus Kamps
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	Gesamter Workload 5 ECTS = 150 h Teilt sich ungefähr auf in: Veranstaltungen, 15 x 2 h = 30 h Thematische Hinführung und Recherche = 60 h Realisation, Präsentation = 20 h Dokumentation und Verschriftlichung = 40 h
Modulprüfung:	TEA
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Das Seminar hat basal zunächst das Ziel, Formen, Funktionen und Folgen politischer Kommunikation beispielhaft zu erarbeiten und entsprechendes Wissen zu vermitteln, das auch gegenüber aktuellen Entwicklungen reflektiert wird. Darüber hinaus ist es Ziel, ein Thema und eine Problemstellung differenziert zu recherchieren, zu durchdringen und es auch umfänglich an die Studierenden zu vermitteln. Dabei sollen Recherche-, Analyse- und Darstellungskompetenzen gestärkt werden.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	20 %
Analyse	50 %
Konzeption	10 %
Realisierung	20 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input checked="" type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für  
dieses Modul: -

Dieses Modul ist  
Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255043a	Politische Kommunikation	-	4	5	



\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Markenstrategie und -kommunikation (Pflicht)

(Brand strategy and communications)

Modul:	255060 Markenstrategie und -kommunikation (Pflicht) (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Branding
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Andreas Baetzgen
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	Kontaktzeiten: 45 Stunden Vor- und Nachbereitungszeit, Literaturstudium, Prüfungsvorbereitung: 105 Stunden Gesamt-Workload: 150 Stunden
Modulprüfung:	ST
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	<p>Das Modul vermittelt vertiefende Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich der strategischen Markenführung. Im Mittelpunkt stehen die Analyse von Märkten, Marken und Menschen sowie die Identifikation strategischer Erfolgspotenziale. Der Konzeptionsteil beschäftigt sich mit der Entwicklung und Umsetzung von Marken- und Kommunikationsstrategien in den Anwendungsbereichen Brand Planning, Brand Content und Brand Experience.</p> <p>Nach Abschluss des Moduls verfügen die Studierenden über umfassendes, detailliertes und spezialisiertes Wissen auf dem neuesten Erkenntnisstand im Bereich der Markenstrategie und -kommunikation. Sie besitzen die konzeptionellen Fertigkeiten, um komplexe Aufgaben im Bereich der strategischen Markenführung und -kommunikation systematisch und eigenständig zu lösen und kritisch in der Gruppe zu reflektieren. Zudem sollen sie die Fertigkeit erwerben, analytisch und kreativ zu denken, um neuartige Ideen und Lösungen zu entwickeln.</p> <p>Im Bereich persönlicher Kompetenzen sollen die Teilnehmer lernen, Verantwortung im Team zu übernehmen, eine offene Feedback-Kultur zu leben und die sozialen und ökologischen Folgen von Markenstrategien umfassend und vorausschauend mitzudenken.</p>
Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	30 %
Analyse	30 %
Konzeption	30 %
Realisierung	10 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für  
dieses Modul: -

Dieses Modul ist  
Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255060a	Markenstrategie	-	2	2	
255060b	Markenkommunikation	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Corporate Design

(Corporate Design )

Modul:	255061 Corporate Design (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Branding
Modulverantwortlicher:	Prof. Gabriele Kille
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden
Modulprüfung:	PA
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	In diesem Seminar widmen wir uns allen Aspekten des Corporate Design. Zunächst müssen die allgemeinen Beweggründe für ein Corporate Design erfasst werden. Dann erfolgen Analysen von ausgewählten Firmen mit ihren Produkten, Zielen und Qualitäten, unter Bezugnahme der Kundenzielgruppen. Auf dieser Basis werden bestehende CD's untersucht und gegebenenfalls neue entwickelt oder Re-Design-Schritte eingeleitet. In der Studienarbeit soll anhand eines definierten Unternehmens selbständig dieser Ablauf von der Analyse bis hin zu einem neuen CD (theoretische Markenentwicklung) bearbeitet werden. Wichtig ist hierbei der Transport des Corporate Design auf alle relevanten Medienplattformen im Print und Non-Print-Bereich.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	10 %
Analyse	20 %
Konzeption	20 %
Realisierung	50 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für  
dieses Modul: -

Dieses Modul ist  
Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255061a	Corporate Design	-	2	5	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Designkommunikation

(Design Communications)

Modul:	255062 Designkommunikation (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Branding
Modulverantwortlicher:	Prof. Gabriele Kille
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden
Modulprüfung:	PA
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	<p>Strukturierung und Klassifizierung von Designstilen</p> <p>Analyse und kritische Bewertung von design-orientierten Kommunikationsmaßnahmen</p> <p>Stellenwert des Designs in der modernen Unternehmenskommunikation</p> <p>Printobjekte und Design (Anzeigen, Corporate Publishing Produkte, etc.)</p> <p>Elektronische Produkte und Design (Imagefilm, Websites)</p> <p>Konzeption und Umsetzung von Designprodukten</p> <p>Desweiteren werden die Kategorien Profit (Consumer Advertising) und Non-Profit( Social Advertising) abgedeckt.</p> <p>Zu Beginn des Semesters erfolgt eine ausführliche Einführung in das Projekt. Die Themenstellung wird durch Beispiele aus der Praxis erläutert und darüberhinaus wird die konzeptionelle Vorgehensweise erläutert und analysiert.</p>

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	20 %
Analyse	10 %
Konzeption	30 %
Realisierung	40 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses -  
Modul:

Dieses Modul ist -  
Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

255062a

Designkommunikation

-

2

5

---

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Kommunikation & Gesellschaft

(Communications & society )

Modul:	255063 Kommunikation & Gesellschaft (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Branding
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Burkard Michel
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	Präsenzzeit: 15 Vorlesungen zu je 2 SWS + 15 Vorlesungen zu je 2 SWS = 60 SWS = 45 Zeitstunden Vor- und Nachbereitung: 15 x 4,5 Arbeitsstunden = 67,5 Stunden Prüfungsleistung erbringen: 35 Stunden Gesamt: 147,5 Stunden
Modulprüfung:	HA
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Studierende eignen sich fundierte Kenntnisse grundlegender Theorien der menschlichen und medialen Kommunikation an und setzen sich kritischen mit verschiedenen theoretischen Richtungen auseinander. Sie vertiefen ihre theoretische und analytische Fähigkeiten durch die Anwendung der Theorien auf konkrete Beispiele aus audiovisuellen Medien oder Werbung. Sie begreifen Medien in einem größeren kulturellen und gesellschaftlichen Zusammenhang und setzen sich mit der Interaktion zwischen den Nutzern/Konsumenten und den medialen Produkten auseinander.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	50 %
Analyse	50 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul:						-
Dieses Modul ist Voraussetzung für:						-
beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):						
EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform	



255063a	Medien, Marken und Gesellschaft	-	2	3
255063b	Semiotik	-	2	2

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Digital Brand Experience

(Digital Brand Experience )

Modul:	255064 Digital Brand Experience (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Branding
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Jürgen Scheible
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	<p>Lecture: 255064a Digital Brand Experience  15 meetings with 2 SWS each = 22,5 hours  Research and project work on an industry case within a team = 37,5 hours  Whole workload = 60 hours</p> <p>Lecture: 255064b Transferprojekt Digital Brand Experience  15 meetings with 2 SWS each = 22,5 hours  Conception, design, realization and documentation of a complete digital user experience project within a team = 67,5 hours  Whole workload = 90 hours</p>
Modulprüfung:	PA
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	<p>Gaining theoretical knowledge:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Understanding digital brand experience - how brands can interact and communicate with users through digital brand touchpoints</li> <li>• Knowing what is branded interaction design - thinking and process</li> <li>• Understanding current digital technologies - what are the state of the art technologies that foster digital brand experience</li> </ul> <p>Learn practical skills:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Being able to carry out a Digital Brand Experience Project for the industry, including conception, designing interaction and UI , developing low fidelity prototypes</li> <li>• Being able to generate and evaluate new ideas</li> <li>• Being able to produce interactive digital content for digital brand experiences</li> </ul>

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	30 %
Analyse	10 %
Konzeption	30 %
Realisierung	30 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses -  
Modul:

Dieses Modul ist -  
Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255064a	Digital Brand Experience	-	2	2	*
255064b	Transferprojekt Digital Brand Experience	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Customer Experience

(Customer Experience)

Modul:	255065 Customer Experience (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Branding
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. rer. nat. habil. Arnd Engeln
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	<p>Lecture: Customer Experience 15 meetings with 2 SWS each = 22,5 hours Conception, realisation, analysis and documentation of the first part of a complete user experience development process within a team = 37,5 hours Whole workload = 60 hours</p> <p>Lecture: Transfer Project Customer Experience 15 meetings with 2 SWS each = 22,5 hours Conception, realisation, analysis and documentation of the second part of a complete user experience development process within a team = 67,5 hours Whole workload = 90 hours</p>
Modulprüfung:	PA
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	In dem Projektseminar werden Inhalte und Methoden der nutzerzentrierten Produktentwicklung (Customer Experience und Design Thinking) eingeführt und angewandt ("learning by doing"): In dem über zwei Semester laufenden Projekt werden im Auftrag der Moving International Road Safety Association Konzepte und Empfehlungen zur Verbesserung der Fahrschulausbildung in Deutschland erarbeitet. Hintergrund ist die zunehmende Automatisierung im Kfz und der vermehrte Einsatz von Fahrerassistenzsystemen, was die Anforderungen an den Fahrer verändert. Es steht die politische Frage dahinter, inwiefern die aktuelle Fahrschulausbildung noch zeitgemäß ist und in welche Richtung sie ggf. einer Veränderung bedarf.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	10 %
Analyse	20 %
Konzeption	30 %
Realisierung	40 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>

Eigenständigkeit &amp; Verantwortung



Voraussetzung für  
dieses Modul: -

Dieses Modul ist  
Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255065a	Customer Experience	-	2	2	*
255065b	Transferprojekt Customer Experience	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Innovation Lab

(Innovation Lab )

Modul:	255066 Innovation Lab (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Branding
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Burkard Michel
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) 2 Vorlesungen à 15 x 1,5 h = 45 Stunden (2) Vor- und Nachbereitung: 2 x 15 x 1,5 Stunden = 45 Stunden (3) Prüfungsvorbereitung: 2 x 30,0 Stunden = 60 Stunden
Modulprüfung:	PP

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255066a	Trendforschung	-	2	2	*
255066b	Innovationsentwicklung	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Interdisziplinäres journalistisches Projekt

(Interdisciplinary journalistic project )

Modul:	255500 Interdisziplinäres journalistisches Projekt (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Stephan Ferdinand
ECTS-min./max.:	10 / 10
Workload:	Veranstaltung: 15 Termine zu je 4 SWS = 45 Zeitstunden Vor- und Nachbereitung: 15 Termine zu je 4 SWS = 45 Zeitstunden Produktion: 270 Zeitstunden Gesamter Zeitaufwand (Workload)=186 Zeitstunden
Modulprüfung:	
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Im Masterprojekt stellt der Studierende unter Beweis, dass er selbstständig und auf hohem Niveau Medienprojekte mit allen Stufen des Work-Flows umsetzen kann. Er lernt dabei, die fachliche mit der sozialen Kompetenz zu verknüpfen. Er stärkt seine Fähigkeiten darin im Team zu agieren und sich zu vernetzen. Des Weiteren lernt er, sein theoretisch erworbenes Wissen in einem praxisbezogenen Projekt einzusetzen.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	10 %
Analyse	20 %
Konzeption	30 %
Realisierung	40 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255500a	Interdisziplinäres journalistisches Projekt	-	6	10	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen



## Modul Großes Projekt

(Large project)

Modul:	255501 Großes Projekt (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement				
Modulverantwortlicher:	Prof. Harald Eichsteller				
ECTS-min./max.:	10 / 10				
Workload:	10 ECTS = 300 Zeitstunden, davon: (1) Präsenz 15 x 3 h = 45 Stunden (2) Projektarbeit 15 x 15 Stunden p.w. = 225 Stunden (3) Präsentation incl. Vorbereitung: 30,0 Stunden				
Modulprüfung:	PA				
Kompetenzprofil					
Lernergebnisse:	Selbstständige Vorgehensweise zur Erstellung und Umsetzung von Projekten.				
Ausbildungsziele des Moduls:					
Theoretische Grundlagen	10 %				
Analyse	10 %				
Konzeption	30 %				
Realisierung	50 %				
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen					
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):					
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>				
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>				
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>				
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>				
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.					
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):					
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>				
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>				
Reflexion	<input type="checkbox"/>				
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>				
Voraussetzung für dieses Modul: -					
Dieses Modul ist Voraussetzung für: -					
beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):					
EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255501a	Großes Projekt	-	4	10	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Kleines Projekt

(Small project)

Modul:	255502 Kleines Projekt (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement				
Modulverantwortlicher:	Prof. Harald Eichsteller				
ECTS-min./max.:	5 / 5				
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) Präsenz 15 x 1,5 h = 22,5 Stunden (2) Projektarbeit 15 x 7,5 Stunden p.w. = 112,5 Stunden (3) Präsentation incl. Vorbereitung: 15,0 Stunden				
Modulprüfung:	PA				
Kompetenzprofil					
Lernergebnisse:	Selbstständige Vorgehensweise zur Erstellung und Umsetzung von Projekten.				
Ausbildungsziele des Moduls:					
Theoretische Grundlagen	10 %				
Analyse	10 %				
Konzeption	30 %				
Realisierung	50 %				
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen					
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):					
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>				
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>				
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>				
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>				
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.					
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):					
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>				
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>				
Reflexion	<input type="checkbox"/>				
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>				
Voraussetzung für dieses Modul: -					
Dieses Modul ist Voraussetzung für: -					
beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):					
EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255502a	Kleines Projekt	-	2	5	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Forschungsprojekt

(Research project )

Modul:	255503 Forschungsprojekt (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement		
Modulverantwortlicher:	Prof. Harald Eichsteller		
ECTS-min./max.:	5 / 5		
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) Präsenz 15 x 1,5 h = 22,5 Stunden (2) Projektarbeit 15 x 7,5 Stunden p.w. = 112,5 Stunden (3) Präsentation incl. Vorbereitung: 15,0 Stunden		
Modulprüfung:	PA		
Formale Zulassungsvoraussetzungen:	Die Forschungsprojekte bedürfen der Zustimmung des Forschungsausschusses der Fakultät Electronic Media. Der Antrag ist zu Beginn des Semesters an den Forschungsausschuss zu richten.		
Kompetenzprofil			
Lernergebnisse:	Nach Projektabschluss erfolgt ein Ergebnisbericht an den Forschungsausschuss.		
Ausbildungsziele des Moduls:			
Theoretische Grundlagen	20 %		
Analyse	20 %		
Konzeption	20 %		
Realisierung	40 %		
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen			
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):			
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>		
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>		
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>		
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>		
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.			
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):			
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>		
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>		
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>		
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>		
Voraussetzung für dieses Modul:	-		
Dieses Modul ist Voraussetzung für:	-		
Bemerkung:	1) Forschungsprojekte bedürfen der Zustimmung des Forschungsausschusses der Fakultät Elektronik Media		
beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):			

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255503a	Forschungsprojekt	-	2	5	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Tutorium 2

(Tutorial 2 )

Modul:	255505 Tutorium 2 (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Harald Eichsteller
ECTS-min./max.:	2 / 2
Workload:	2 ECTS = 60 Zeitstunden
Modulprüfung:	HA
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Ein zweites Tutorium kann freiwillig belegt werden.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	30 %
Realisierung	70 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input checked="" type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses -  
Modul:

Dieses Modul ist -  
Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255505a	<b>Tutorium 2</b>	-	0	2	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Aktuelle Themen & Cases

(Current topics & cases )

Modul:	255506 Aktuelle Themen & Cases (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Harald Eichsteller
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) Präsenz 15 x 1,5 h = 22,5 Stunden (2) Projektarbeit 15 x 7,5 Stunden p.w. = 112,5 Stunden (3) Präsentation incl. Vorbereitung: 15,0 Stunden
Modulprüfung:	PA
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Es werden unterschiedlichen Themenstellungen mit jeweils unterschiedlichen fachkompetenten Persönlichkeiten angeboten.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	10 %
Analyse	10 %
Konzeption	30 %
Realisierung	50 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses -  
Modul:

Dieses Modul ist -  
Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255506a	Aktuelle Themen & Cases	-	2	5	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Internationales Studium

(International Studies)

Modul:	255507 Internationales Studium (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement				
Modulverantwortlicher:	Prof. Harald Eichsteller				
Workload:	max. 30 ECTS = 900 Zeitstunden				
Modulprüfung:					
Kompetenzprofil					
Lernergebnisse:	Ein Auslandssemester ist eine Möglichkeit, etwas von der Welt zu sehen, interkulturelle Kompetenzen aufzubauen, die Fremdsprache zu verbessern und in das Hochschulsystem eines anderen Landes zu schnuppern				
Ausbildungsziele des Moduls:					
Theoretische Grundlagen	0 %				
Analyse	0 %				
Konzeption	20 %				
Realisierung	80 %				
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen					
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):					
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>				
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>				
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>				
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>				
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.					
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):					
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>				
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>				
Reflexion	<input type="checkbox"/>				
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>				
Voraussetzung für dieses Modul:	-				
Dieses Modul ist Voraussetzung für:	-				
beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):					
EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen



**Modul Module anderer Masterstudiengänge der HdM**

Modul:	XXXXXX Module anderer Masterstudiengänge der HdM (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Harald Eichsteller
Workload:	max. 15 ECTS = 450 Zeitstunden
Modulprüfung:	
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Aus dem Angebot anderer Masterstudiengänge dürfen Module im Umfang von max. 15 ECTS erbracht werden.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	10 %
Analyse	10 %
Konzeption	30 %
Realisierung	50 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input checked="" type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses -  
Modul:

Dieses Modul ist -  
Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Teamworkshop Radio

(Teamworkshop Radio)

Modul:	253400 Teamworkshop Radio (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Helmut Graebe
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	Vorbereitungslektüre 10 Stunden 15 Termine zu 4 SWS = 45 Stunden wöchentliche Arbeiten 5 Std. x 15 = 75 Stunden Prüfungsleistung 20 Stunden Summe (Workload) 150 Stunden = 5 ECTS
Modulprüfung:	PA
Formale Zulassungsvoraussetzungen:	Begrenzte Teilnehmerzahl Vergabeverfahren: Anmeldung (im Sommersemester ab 1. März, im Wintersemester ab 15. Sept.) mit Angabe des Studiengangs und der Semesterstufe (d.h. in wievielen Semester sind Sie im kommenden Semester) per Mail an den Dozenten (grae@hdm...), Anmeldeschluss im Sommersemester 12 Uhr am Tag der Semester-Eröffnung, im Wintersemester, wenn es eine Orientierungswoche gibt, eine Woche später. Angemeldete erhalten eine Bestätigungsmail (im Sommersemester in der Regel in der ersten Vorlesungswoche, im Wintersemester, wenn es eine Orientierungswoche gab, in der zweiten Vorlesungswoche). Höhere Semester (und anbietender Studiengang) haben Vorrang. (Späteres Nachrücken ist begrenzt möglich, wenn Plätze frei sind.)
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	(Diese Veranstaltung wird im Wintersemester 2017/18 nicht angeboten.) Der Workshop wendet sich an Studierende, die ihre Fähigkeit entdecken und ausbauen möchten, ein selbst gewähltes Thema - z.B. aus Kultur oder Gesellschaft - zu ergründen, adressaten-gerecht darzustellen und mit den Möglichkeiten digitaler Tontechnik in Teamwork zu einem Radio-Feature zu gestalten. Ein Feature behandelt als journalistisches Genre ein reales Thema in künstlerisch vielfältiger Darstellungsform - z.B. mit O-Ton-Collagen, Text, Hörbildern und Musik. Die Herausforderung, sich im Spannungsfeld von Qualitätsanspruch und Zeitmanagement als Team selbst zu organisieren, erschließt Erfahrungen, die für die Berufspraxis qualifizieren. Damit wir ohne Zeitdruck zusammenarbeiten können, bringt jede/r Teilnehmer/in schon zum ersten Treffen ein paar Themen-Ideen mit (siehe dazu im Persönlichen Stundenplan unter meine Skripte: Read Me).

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	20 %
Analyse	20 %
Konzeption	20 %
Realisierung	40 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>

Stufe 4: verknüpfen, vertiefen &amp; entwickeln



Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

Kommunikation



Teamfähigkeit



Reflexion



Eigenständigkeit &amp; Verantwortung



Voraussetzung für dieses  
Modul: -

Dieses Modul ist  
Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
253400a	Teamworkshop Radio	-	4	5	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Moderation und Interview

(Presentation and interview )

Modul:	253405 Moderation und Interview (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Helmut Graebe
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	Vorbereitungslektüre 10 Stunden 15 Termine zu 4 SWS = 45 Stunden wöchentliche Arbeiten 5 Std. x 15 = 75 Stunden Prüfungsleistung 20 Stunden Summe (Workload) 150 Stunden = 5 ECTS
Modulprüfung:	PA
Formale Zulassungsvoraussetzungen:	Begrenzte Teilnehmerzahl Vergabeverfahren: Anmeldung (im Sommersemester ab 1. März, im Wintersemester am 15. Sept.) mit Angabe des Studiengangs und der Semesterstufe (d.h. im wievielten Semester sind Sie im kommenden Semester) per Mail an den Dozenten (grae@hdm...), Anmeldeschluss im Sommersemester 12 Uhr am Tag der Semester-Eröffnung, im Wintersemester, wenn es eine Orientierungswoche gibt, eine Woche später (ANMELDESCHLUSS im Winter 2017/18 Montag, 9. Okt. 12 Uhr mittags). Angemeldete erhalten eine Bestätigungsmail (im Sommersemester in der Regel in der ersten Vorlesungswoche, im Wintersemester in der zweiten, wenn es eine Orientierungswoche gab). Höhere Semester (und anbietender Studiengang) haben Vorrang. (Späteres Nachrücken ist begrenzt möglich, wenn Plätze frei sind.)
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	<p>"Das ganze Leben ist ein Interview," könnte das Motto sein, und unser Alltag enthält vielfältige Moderationen. Mal sind wir Fragende, mal Befragte. Doch ist ein Interview keine Plauderei, es zielt auf Klärung. Und jede Moderation soll ihren Zweck erfüllen – so unterschiedlich er sein mag.</p> <p>Das Interview gilt als Schlüssel-Kompetenz in Journalismus, Public Relations und Unternehmenskommunikation; es muss beherrscht werden zu Recherchezwecken, als mediale Darstellungsform wie auch in Forschungsvorhaben. Das Moderieren erfahren wir im öffentlichen, medialen Kontext sowie als Arbeitstechnik im beruflichen Umfeld. In unseren praktischen Übungen hat sich nicht nur das Interviewen als wertvolle Erfahrung erwiesen, sondern auch, interviewt zu werden. Die Studierenden durchlaufen Übungen und Trainingssituationen "auf beiden Seiten des Tisches". Es geht nicht nur um die Vermittlung von Wissen, sondern insbesondere um die Erarbeitung von Können. Auch wer später nicht "on air" moderiert oder interviewt, soll von dem Seminar profitieren - für die Berufsrolle wie für die Persönlichkeit.</p> <p>Durchsetzt mit Analysen und der Vermittlung von Regeln, "Tipps und Tricks" liegt der Schwerpunkt auf der Praxis in Form von Moderationsübungen und Interview-Workshops - zu Ostern und Weihnachten gewürzt mit einer pib*. Die Teilnehmer durchlaufen Übungen von sich steigerndem Schwierigkeitsgrad und erhalten jeweils auf das Individuum bezogene Rückmeldungen und Vorschläge zur weiteren konkreten Vorgehensweise; sie erfahren Lockerungsübungen zu Atem, Stimme und Spontaneität. Die Studierenden können eigene Wünsche einbringen. Aktive Mitarbeit in den Seminar-Sitzungen wird erwartet.</p> <p>Die Studierenden werden befähigt, die journalistische Gattung "Interview" in den Kontext der journalistischen Darstellungsformen einzuordnen und nach analytischer Durchdringung anzuwenden. Sie verfügen im Anschluss über Fachkompetenzen, die es ihnen erlauben, Interviews und Moderationen kompetent zu planen und durchzuführen. Die Bausteine im Einzelnen: Die Studierenden lernen kennen: Kommunikationstheoretische Grundlagen, Interview-Dreieck, Bedeutung des Themas, Moderations-Arten, Interview-Arten, Frage-Arten, Kriterien der Interview-Gastauswahl, Interview-Gast-Typen, Situationstypisches, Hörfunk/Fernsehspezifisches. Die</p>

Studierenden lernen und üben: Recherche für Interviews, Themenfokussierung, Vorbereitung von Moderationen und Interviews, Vorgespräche unmittelbar vor dem Interview, An- und Abmoderation des Interviews, Frage- und Nachfrage-Techniken, Zuhör- und Merkstrategien, Unterbrechen in Interviews, Strategien mit schwierigen Interviewpartnern, Körpersprache, unvorhersehbare Interviewsituationen, Interview als Material-Sammlung, dokumentarisches Arbeiten, Live-Interview, Telefon-Interview, Stress-Interview, ethische Aspekte des Interviews, Aspekte von Event-, Tagungs- und Talkshow-Moderationen, Pressekonferenz, Sitzungs-Moderation. Durch die praktischen Übungen erweitern die Studierenden ihre Schlüsselkompetenzen zur Stressresistenz, kommunikativen Kompetenz und im Umgang mit Kritik. Eigene Interviews prädestinieren die Reflektion der Selbst- und Fremdwahrnehmung und können zu hilfreichen Erfahrungen und Erkenntnissen führen.

\* pib - personal interviews battle

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	20 %
Analyse	20 %
Konzeption	20 %
Realisierung	40 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
253405a	Moderation	-	2	2	
253405b	Interview	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Strategie und Marketing (Pflicht)

(Strategy and marketing )

Modul:	254040 Strategie und Marketing (Pflicht) (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing
Modulverantwortlicher:	Prof. Harald Eichsteller
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) 2 Vorlesungen à 15 x 1,5 h = 45 Stunden (2) Vor- und Nachbereitung: 2 x 15 x 1,5 Stunden = 45 Stunden (3) Prüfungsvorbereitung: 2 x 30,0 Stunden = 60 Stunden
Modulprüfung:	KL, 120 Min
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Sowohl für Digitale Medien und Marketing als auch für Innovationsmanagement ist die strategische Basis unabdingbar für erfolgreiche Konzepte. So wurde dieses Modul als Schlüsselmodul für diese beiden Studienschwerpunkte definiert und für den Schwerpunkt Digitale Medien und Marketing als Pflichtmodul festgelegt. Lernziele und Kompetenzen sind in den beiden Veranstaltungsbeschreibungen näher erläutert.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	70 %
Analyse	30 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input checked="" type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für  
dieses Modul: -

Dieses Modul ist  
Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254040a	Strategisches Management	-	2	3	
254040b	Strategisches Marketing	-	2	2	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Digital Business

(Digital Business )

Modul:	254041 Digital Business (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Jürgen Seitz
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) 2 Vorlesungen à 15 x 1,5 h = 45 Stunden (2) Vor- und Nachbereitung: 2 x 15 x 1,5 Stunden = 45 Stunden (3) Prüfungsvorbereitung: 2 x 30,0 Stunden = 60 Stunden
Modulprüfung:	ST
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Im Modul erwerben die Studenten das notwendige Wissen für die Erstellung und Analyse digitaler Geschäftsmodelle. Das erlernte Wissen wenden sie in einem Transferprojekt praktisch an. Sie sind nach Abschluss des Moduls in der Lage eigenständig digitale Geschäftsmodelle zu analysieren und aufzusetzen.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	40 %
Analyse	20 %
Konzeption	20 %
Realisierung	20 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input checked="" type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses -  
Modul:

Dieses Modul ist -  
Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254041a	Digital Business	-	2	2	T*
254041b	Transferprojekt Digital Business	-	2	3	



\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul CRM/Social Media

(CRM/Social Media )

Modul:	254042 CRM/Social Media (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing
Modulverantwortlicher:	Prof. Harald Eichsteller
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) 2 Vorlesungen à 15 x 1,5 h = 45 Stunden (2) Vor- und Nachbereitung: 2 x 15 x 1,5 Stunden = 45 Stunden (3) Prüfungsvorbereitung: 2 x 30,0 Stunden = 60 Stunden
Modulprüfung:	ST
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Aufbauend auf den Veranstaltungen zum Start des über zwei Semester laufenden Moduls vertiefen sich die Studierenden in einem der über die gesamte Bandbreite des Fachs angebotenen Themen- und Projektansätzen, die abschließend am Ende des zweiten Semesters präsentiert werden. Lernziele und Kompetenzen sind in den beiden Veranstaltungsbeschreibungen näher erläutert.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	20 %
Analyse	30 %
Konzeption	40 %
Realisierung	10 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für  
dieses Modul: -

Dieses Modul ist  
Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254042a	CRM/Social Media	-	2	2	T*
254042b	Transferprojekt CRM	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Digital Media Technologies

(Digital Media Technologies )

Modul:	254043 Digital Media Technologies (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Wolfgang Gruel
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) 2 Vorlesungen à 15 x 1,5 h = 45 Stunden (2) Vor- und Nachbereitung: 2 x 15 x 1,5 Stunden = 45 Stunden (3) Prüfungsvorbereitung: 2 x 30,0 Stunden = 60 Stunden
Modulprüfung:	PP
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Die Teilnehmer des Moduls erwerben Kompetenzen, die es ihnen ermöglichen, die Einsatzfelder bestehender sowie neuer digitaler Technologien fundiert und richtig einzuschätzen. Zu diesem Zweck werden zunächst die aktuell relevanten digitalen Medientechnologien behandelt und hinsichtlich ihres Einflusses auf die Medienbranche bewertet und sortiert. Der auf diese Weise erarbeitete Technologiekatalog dient den Teilnehmern in der Folge als Grundlage für die Entwicklung neuer Mediengeschäftsmodelle, Interaktionskonzepte oder Kommunikationsmaßnahmen.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	20 %
Analyse	40 %
Konzeption	40 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul:	-				
Dieses Modul ist Voraussetzung für:	-				
beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):					
EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform

254043a	Digital Media Technologies	-	2	2	T*
254043b	Transferprojekt Digital	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Empirische Medienforschung

(Empirical media research)

Modul:	254044 Empirische Medienforschung (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Oliver Zöllner
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	4 SWS / 5 ECTS = 150 Zeitstunden
Modulprüfung:	ST
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls werden die Teilnehmer/innen die fortschreitende technologische Entwicklung der Digitalisierung in ihren gesellschaftlichen Bezügen und Auswirkungen kennen, kritisch einordnen und ethische Konsequenzen ableiten können. Die Teilnehmer/innen werden in der Lage sein, die gesellschaftlichen Diskursstränge anhand von konkreten Praxisbeispielen in Forschungsfragen überzuleiten und diese in Form von eigenen Forschungsprojekten empirisch umzusetzen und zu überprüfen.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	30 %
Analyse	10 %
Konzeption	30 %
Realisierung	30 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für  
dieses Modul: -

Dieses Modul ist  
Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254044a	Digitalität und Gesellschaft	-	2	2	
254044b	Empirische Forschung zur digitalen Gesellschaft	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Marketing Management

(Marketing Management )

Modul:	254045 Marketing Management (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Wilfried Mödinger
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) 2 Vorlesungen à 15 x 1,5 h = 45 Stunden (2) Vor- und Nachbereitung: 2 x 15 x 1,5 Stunden = 45 Stunden (3) Prüfungsvorbereitung: 2 x 30,0 Stunden = 60 Stunden
Modulprüfung:	ST

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254045a	Integrierte Marktkommunikation	-	2	2	
254045b	Transferprojekt Marketing Management	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen



## Modul Dienstleistungs- und Eventmarketing

(Service and event marketing)

Modul:	254046 Dienstleistungs- und Eventmarketing (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Wilfried Mödinger
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) 2 Vorlesungen à 15 x 1,5 h = 45 Stunden (2) Vor- und Nachbereitung: 2 x 15 x 1,5 Stunden = 45 Stunden (3) Prüfungsvorbereitung: 2 x 30,0 Stunden = 60 Stunden
Modulprüfung:	ST

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses -  
Modul:

Dieses Modul ist Voraussetzung -  
für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254046a	Dienstleistungs- und Eventmarketing	-	2	2	
254046b	Transferprojekt Dienstleistungs- und Eventmarketing	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul E-Business und Technisches Online-Marketing

(E-Business and technical Online-Marketing)

Modul:	254080 E-Business und Technisches Online-Marketing (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Web Analytics
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Stephan Wilczek
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) 2 Vorlesungen à 15 x 1,5 h = 45 Stunden (2) Vor- und Nachbereitung: 2 x 15 x 1,5 Stunden = 45 Stunden (3) Prüfungsvorbereitung: 2 x 30,0 Stunden = 60 Stunden
Modulprüfung:	KL, 60 Min

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254080a	Technologische Grundlagen E-Business und Online-Marketing	-	2	2	
254080b	E-Business	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Grundlagen und Verfahren von Business Intelligencel/Web Analytics

(Fundamentals and Techniques of Business Intelligence/Web Analytics )

Modul:	254081 Grundlagen und Verfahren von Business Intelligencel/Web Analytics (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Web Analytics
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Stephan Wilczek
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) 2 Vorlesungen à 15 x 1,5 h = 45 Stunden (2) Vor- und Nachbereitung: 2 x 15 x 1,5 Stunden = 45 Stunden (3) Prüfungsvorbereitung: 2 x 30,0 Stunden = 60 Stunden
Modulprüfung:	KL, 60 Min

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254081a	BI/Web Analytics I	-	2	2	
254081b	BI/Web Analytics II	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Praxisprojekt Online Marketing und Web Analytics (Kampagne)

(Project online marketing/ web analytics)

Modul:	254082 Praxisprojekt Online Marketing und Web Analytics (Kampagne) (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Web Analytics
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Stephan Wilczek
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden
Modulprüfung:	PP

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254082a	Praxisprojekt Online Marketing und Web Analytics (Kampagne)	-	4	5	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Medientheorie und -philosophie

(Media theories und philosophy)

Modul:	254160 Medientheorie und -philosophie (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Digitale Ethik, Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Petra Grimm
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 h
Modulprüfung:	ST
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, medientheoretische Ansätze einzuordnen, semiotische und narratologische Analyseinstrumentarium anzuwenden sowie medienphilosophische Ansätze klassifizieren zu können.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	100 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input checked="" type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses -  
Modul:

Dieses Modul ist -  
Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254160a	Medientheorie	-	2	3	T*
254160b	Medienphilosophie	-	2	2	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Think Tank Theorie & Analyse

(Media theories und philosophy)

Modul:	254161 Think Tank Theorie & Analyse (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Digitale Ethik
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Petra Grimm
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 h
Modulprüfung:	TEA
Kompetenzprofil	

Lernergebnisse:	<p>Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Projektes über ein fundiertes Analyse- und Diskurswissen sowie über detaillierte Kenntnisse im Bereich der Medienforschung. Die Studierenden beherrschen fundamentale Skills wie Diskurs-, Team- und Kommunikationsfähigkeit, individuelles Zeit- und Wissensmanagement sowie Planungskompetenz. Sie können komplexe Sachverhalte zielgruppengerecht präsentieren und Vorschläge zur Konfliktlösung erarbeiten. Sie erwerben die wissenschaftliche Qualifikation, die für ein Promotionsvorhaben im Bereich der Medienwissenschaft unabdingbar sind.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Erkenntnisse zur Medienkompetenzforschung kritisch zu bewerten und daraus die notwendigen Schlussfolgerungen für zukünftige empirische Forschungen zu ziehen.</p>
-----------------	--

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	100 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input checked="" type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

254161a

Think Tank Theorie &amp; Analyse

-

2

5

---

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Think Tank Szenarioentwicklung

(Think Tank scenario development)

Modul:	254162 Think Tank Szenarioentwicklung (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Digitale Ethik
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Petra Grimm
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	Seminar: 15 Termine zu je 2 SWS = 22,5 Zeitstunden Vor- und Nachbereitung: 15 Termine zu je 4 SWS = 45 Zeitstunden Präsentation: insg. 52,5 Zeitstunden Gesamter Zeitaufwand (Workload) = 120 Zeitstunden
Modulprüfung:	TEA
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Projektes über ein kompetentes Diskurswissen im Bereich des jeweiligen Themengebietes. Die Studierenden sind in der Lage, narrative, analytische und kreative Techniken funktionsgerecht und praxisbezogen einzusetzen. Sie sind imstande, medientheoretische Hypothesen bezüglich zukünftiger Medienentwicklungen transdisziplinär zu bilden und vergangene, gegenwärtige und zukünftige Prozesse zu reflektieren. Ebenso sind sie in der Lage, medienbezogene und gesellschaftliche Schlüsselfaktoren zu definieren und gesellschaftliche Rahmenbedingungen für ein Mediengesellschaftsszenario zu identifizieren.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	50 %
Realisierung	50 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für  
dieses Modul: -



Dieses Modul ist -  
Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254162a	Think Tank Szenarioentwicklung	-	4	5	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Angewandte Medienethik

(Applied media ethics )

Modul:	254163 Angewandte Medienethik (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Digitale Ethik
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Petra Grimm
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 h
Modulprüfung:	ST
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Die Studierenden sind in der Lage, aktuelle Fragen der Digitalen Ethik reflektieren zu können und medienethisches Wissen projektbezogen umsetzen zu können.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	100 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses -  
Modul:

Dieses Modul ist -  
Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254163a	Angewandte Medienethik	-	2	5	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul International Management

(International Management )

Modul:	254180 International Management (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Internationale Kommunikation & Management
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Oliver Zöllner
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	4 SWS / 5 ECTS = 150 Zeitstunden
Modulprüfung:	ST
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Nach dem erfolgreichen Abschluss des Modul haben die Teilnehmer/innen tief gehende Spezialkompetenzen auf dem Gebiet des internationalen Medienmanagements erworben. Hierzu zählen insbesondere Aspekte des internationalen Marketingmanagements und seiner interkulturellen Kontexte, der internationalen Markenbildung und -führung wie auch der Analyse von Marketing- und Kommunikationstechniken in kulturellen und politischen Verwendungszusammenhängen.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	40 %
Analyse	30 %
Konzeption	20 %
Realisierung	10 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input checked="" type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für  
dieses Modul: -

Dieses Modul ist  
Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254180a	Internationales Marketingmanagement	-	2	2	
254180b	Public Diplomacy and Nation Branding	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Internationales Medienmanagement

(International media management )

Modul:	254181 Internationales Medienmanagement (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Internationale Kommunikation & Management
Modulverantwortlicher:	Prof. Harald Eichsteller
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) 2 Vorlesungen à 15 x 1,5 h = 45 Stunden (2) Vor- und Nachbereitung: 2 x 15 x 1,5 Stunden = 45 Stunden (3) Prüfungsvorbereitung: 2 x 30,0 Stunden = 60 Stunden
Modulprüfung:	ST
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Die beiden Modulteile Internationale Finanz- und Medienmärkte sowie Mediensysteme im internationalen Vergleich beleuchten einerseits die Player sowie andererseits die Systeme, in denen die Medienunternehmen und -konzerne tätig sind. Lernziele und Kompetenzen sind in den beiden Veranstaltungsbeschreibungen näher erläutert.

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	50 %
Analyse	40 %
Konzeption	10 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input checked="" type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input type="checkbox"/>
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses -  
Modul:

Dieses Modul ist -  
Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254181a	Internationale Finanz- und Medienmärkte	-	2	2	T*
254181b	Mediensysteme im internationalen Vergleich	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Interkulturelle Kommunikation

(Intercultural communications )

Modul:	254182 Interkulturelle Kommunikation (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Internationale Kommunikation & Management
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Marie Elisabeth Müller
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS / 150 h
Modulprüfung:	ST

### Kompetenzprofil

Lernergebnisse:	<p>This course takes a pragmatic approach on current Intercultural Communication models with a link to positive leadership. We'll look into the relevant theories of cultural and intercultural dimensions.</p> <p>As an asset you'll gain an understanding of the ways leadership is linked to the culture of an enterprise and to the chains of command and communication as well as to personality types. We'll discuss the dynamics of intercultural communication from the perspective of an agent of change (4-Room-Concept, Kotter, Approval-Trust etc.).</p> <p>In the last third of the course we'll simulate the diverse phases of a change management process in an intercultural setting with the Topsim "People Management Scenario" in a change process. The simulation scenario guarantees you hands-on experience. (MEM)</p>
-----------------	--

### Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	50 %
Analyse	30 %
Konzeption	0 %
Realisierung	20 %

### Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

#### Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	<input type="checkbox"/>
Stufe 2: verstehen & anwenden	<input checked="" type="checkbox"/>
Stufe 3: vergleichen & bewerten	<input type="checkbox"/>
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	<input type="checkbox"/>

Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.

#### Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

Kommunikation	<input checked="" type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input checked="" type="checkbox"/>
Reflexion	<input checked="" type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses -  
Modul:

Dieses Modul ist -  
Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

254182a	Interkulturelle Kommunikaton	-	2	3
254182b	Interkulturelles Management Asia Pacific	-	1	1
254182c	Interkulturelles Management Hispanic	-	1	1

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen



## Modul Moderation theoretische Grundlagen

(Moderation Theoretical Fundamentals)

Modul:	254900 Moderation theoretische Grundlagen (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation
Modulverantwortlicher:	Prof. Stephan Ferdinand
ECTS-min./max.:	6 / 6
Modulprüfung:	ST

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254900a	Personalisierung und Moderation	-	1	2	
254900b	Medienethik in der Moderation	-	2	2	
254900c	Moderationsanalyse	-	2	2	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Moderation journalistische Grundlagen

(Moderation Journalistic Fundamentals )

Modul:	254901 Moderation journalistische Grundlagen (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation				
Modulverantwortlicher:	Prof. Stephan Ferdinand				
ECTS-min./max.:	6 / 6				
Modulprüfung:	PA				
Ausbildungsziele des Moduls:					
Theoretische Grundlagen	0 %				
Analyse	0 %				
Konzeption	0 %				
Realisierung	0 %				
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen					
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):					
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben					
Stufe 2: verstehen & anwenden					
Stufe 3: vergleichen & bewerten					
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln					
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.					
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):					
Kommunikation	<input type="checkbox"/>				
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>				
Reflexion	<input type="checkbox"/>				
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>				
Voraussetzung für dieses Modul: -					
Dieses Modul ist Voraussetzung für: -					
beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):					
EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254901a	Sprecherziehung/Stimmbildung	-	4	4	
254901b	Texten für elektronische Medien	-	1	2	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Moderation praktische Grundlagen

Modul:	254902 Moderation praktische Grundlagen (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation
Modulverantwortlicher:	Prof. Stephan Ferdinand
ECTS-min./max.:	6 / 6
Modulprüfung:	PP

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254902a	Rhetorik	-	1	2	
254902b	Interviewführung und Kommunikationspsychologie	-	1	2	
254902c	Sprechen mit dem Körper	-	2	2	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Moderationswerkstatt

Modul:	254903 Moderationswerkstatt (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation
Modulverantwortlicher:	Prof. Stephan Ferdinand
ECTS-min./max.:	4 / 4
Modulprüfung:	PA

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254903a	Achtung Praxis: Profis berichten aus ihrem Alltag	-	2	2	
254903b	Achtung Praxis: Individuelles Coaching	-	2	2	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Fernsehen: Information und informative Unterhaltung

Modul:	254910 Fernsehen: Information und informative Unterhaltung (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation
Modulverantwortlicher:	Prof. Stephan Ferdinand
ECTS-min./max.:	4 / 4
Modulprüfung:	PP

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254910a	Fernsehen: Information und informative Unterhaltung	-	2	4	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Fernsehen: Information und Politik

Modul:	254911 Fernsehen: Information und Politik (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation
Modulverantwortlicher:	Prof. Stephan Ferdinand
ECTS-min./max.:	4 / 4
Modulprüfung:	PP

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254911a	Fernsehen: Information und Politik	-	2	4	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

**Modul Hörfunk: Formatradio**

Modul:	254912 Hörfunk: Formatradio (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation
Modulverantwortlicher:	Prof. Stephan Ferdinand
ECTS-min./max.:	4 / 4
Modulprüfung:	PP

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254912a	Hörfunk: Formatradio	-	2	4	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

**Modul Hörfunk: Information, Politik und Informierende Politik**

Modul:	254913 Hörfunk: Information, Politik und Informierende Politik (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation
Modulverantwortlicher:	Prof. Stephan Ferdinand
ECTS-min./max.:	4 / 4
Modulprüfung:	PP

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254913a	Hörfunk: Information, Politik und Informierende Unterhaltung	-	2	4	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen



## Modul Selbstfahrerstudio

Modul:	254914 Selbstfahrerstudio (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation
Modulverantwortlicher:	Prof. Stephan Ferdinand
ECTS-min./max.:	4 / 4
Modulprüfung:	PP

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254914a	Selbstfahrerstudio	-	2	4	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Fachmoderationen

Modul:	254915 Fachmoderationen (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation
Modulverantwortlicher:	Prof. Stephan Ferdinand
ECTS-min./max.:	4 / 4
Modulprüfung:	PP

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254915a	Fachmoderationen	-	2	4	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Öffentliche Veranstaltung, Bühne, Podium

Modul:	254916 Öffentliche Veranstaltung, Bühne, Podium (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation
Modulverantwortlicher:	Prof. Stephan Ferdinand
ECTS-min./max.:	4 / 4
Modulprüfung:	PP

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254916a	Öffentliche Veranstaltung, Bühne, Podium	-	2	4	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Der Look von Formaten

Modul:	254920 Der Look von Formaten (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation
Modulverantwortlicher:	Prof. Stephan Ferdinand
ECTS-min./max.:	2 / 2
Modulprüfung:	PA

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254920a	Der Look von Formaten	-	1	2	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

## Modul Moderationspraxis

Modul:	254921 Moderationspraxis (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation
Modulverantwortlicher:	Prof. Stephan Ferdinand
ECTS-min./max.:	2 / 2
Modulprüfung:	PA

Ausbildungsziele des Moduls:	
Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %
Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen	
Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):	
Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben	
Stufe 2: verstehen & anwenden	
Stufe 3: vergleichen & bewerten	
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln	
Hinweis: Die Stufen bauen aufeinander auf und schließen die jeweils vorigen mit ein. In der Regel stehen Basismodule auf den niederen, weiterführende Module auf den höheren Stufen.	
Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):	
Kommunikation	<input type="checkbox"/>
Teamfähigkeit	<input type="checkbox"/>
Reflexion	<input type="checkbox"/>
Eigenständigkeit & Verantwortung	<input type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul: -

Dieses Modul ist Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254921a	Moderationspraxis	-	1	2	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen