

# MODULHANDBUCH DES STUDIENGANGS

## UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION (MASTER, STUDIENSTART AB WS15/16)

### ÜBERSICHT

EDV-Nr. / Modul	EDV-Nr. / Lehrveranstaltungen	Semester
255000 Englisch Einstufungstest Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement	<ul style="list-style-type: none"><li>• 255000a Englisch Einstufungstest</li></ul>	1.
255001 Management der Unternehmenskommunikation Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement	<ul style="list-style-type: none"><li>• 255001a Unternehmenskommunikation: Theorien &amp; Instrumente</li><li>• 255001b Unternehmenskommunikation: Planung &amp; Controlling</li></ul>	1., 2., 3.
255002 Forschung in der Unternehmenskommunikation Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement	<ul style="list-style-type: none"><li>• 255002a Psychologie der Unternehmenskommunikation</li><li>• 255002b Forschungsmethoden der Unternehmenskommunikation</li></ul>	1., 2.

255020 Masterarbeit Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement

- 255020a Masterarbeit

3.

255021 Tutorium Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement

- 255021a Tutorium 2

1., 2., 3.

255040 Content Strategie Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement

- 255040a Content Strategie: Konzeption
- 255040b Content Strategie: Realisation

1., 2.

255041 PR & Corporate Publishing Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement

- 255041a Public Relations
- 255041b Corporate Publishing

1., 2.

255042 Crossmediale Kommunikation Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement

- 255042a Crossmediale Kommunikation

1., 2.

255043 Politische Kommunikation Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement

- 255043a Politische Kommunikation

2.

255060 Markenstrategie und -kommunikation (Pflicht) Schwerpunkt: Branding

- 255060a Markenstrategie
- 255060b Markenkommunikation

1., 2.

255061 Corporate Design Schwerpunkt: Branding

- 255061a Corporate Design

1., 2.

255062 Designkommunikation Schwerpunkt: Branding

- 255062a Designkommunikation

1., 2.

255063 Kommunikation & Gesellschaft Schwerpunkt: Branding

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

1., 2.

255064 Digital Brand Experience Schwerpunkt:  
Branding

- 255064a Digital Brand Experience
- 255064b Transferprojekt Digital Brand Experience

1., 2.

255065 Customer Experience Schwerpunkt:  
Branding

- 255065a Customer Experience
- 255065b Transferprojekt Customer Experience

1., 2.

255066 Innovation Lab Schwerpunkt: Branding

- 255066a Trendforschung
- 255066b Innovationsentwicklung

1., 2.

255500 Interdisziplinäres journalistisches Projekt  
Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement

- 255500a Interdisziplinäres journalistisches Projekt

1., 2.

255501 Großes Projekt Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement

- 255501a Großes Projekt

1., 2.

255502 Kleines Projekt Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement

- 255502a Kleines Projekt

1., 2.

255503 Forschungsprojekt Schwerpunkte:  
Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement

- 255503a Forschungsprojekt

2.

255505 Tutorium 2 Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation & Management, Kommunikationsmanagement

- 255505a Tutorium 2

2., 3.

255506 Aktuelle Themen & Cases Schwerpunkte:  
Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und  
Marketing, Internationale Kommunikation &  
Management, Kommunikationsmanagement

255507 Internationales Studium Schwerpunkte:  
Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und  
Marketing, Internationale Kommunikation &  
Management, Kommunikationsmanagement

XXXXXX Module anderer Masterstudiengänge der  
HdM Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik,  
Digitale Medien und Marketing, Internationale  
Kommunikation & Management,  
Kommunikationsmanagement

253400 Teamworkshop Radio Schwerpunkte:  
Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und  
Marketing, Internationale Kommunikation &  
Management, Kommunikationsmanagement

253405 Moderation und Interview Schwerpunkt:  
Kommunikationsmanagement

254040 Strategie und Marketing (Pflicht)  
Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing

254041 Digital Business Schwerpunkt: Digitale  
Medien und Marketing

254042 CRM/Social Media Schwerpunkt: Digitale  
Medien und Marketing

254043 Digital Media Technologies Schwerpunkt:  
Digitale Medien und Marketing

- 255506a Aktuelle Themen &  
Cases

1., 2.

- 253400a Teamworkshop Radio

1., 2.

- 253405a Moderation
- 253405b Interview

1., 2.

- 254040a Strategisches  
Management
- 254040b Strategisches  
Marketing

1., 2.

- 254041a Digital Business
- 254041b Transferprojekt Digital  
Business

1., 2.

- 254042a CRM/Social Media
- 254042b Transferprojekt CRM

1., 2.

- 254043a Digital Media  
Technologies
- 254043b Transferprojekt Digital

1., 2.

254044 Empirische Medienforschung Schwerpunkte: Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 254044a Digitalität und Gesellschaft</li> <li>• 254044b Empirische Forschung zur digitalen Gesellschaft</li> </ul>	1.
254045 Marketing Management Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 254045a Integrierte Marktkommunikation</li> <li>• 254045b Transferprojekt Marketing Management</li> </ul>	1., 2.
254046 Dienstleistungs- und Eventmarketing Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 254046a Dienstleistungs- und Eventmarketing</li> <li>• 254046b Transferprojekt Dienstleistungs- und Eventmarketing</li> </ul>	1., 2.
254080 E-Business und Technisches Online-Marketing Schwerpunkt: Web Analytics	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 254080a Technologische Grundlagen E-Business und Online-Marketing</li> <li>• 254080b E-Business</li> </ul>	1.
254081 Grundlagen und Verfahren von Business Intelligencel/Web Analytics Schwerpunkt: Web Analytics	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 254081a BI/Web Analytics I</li> <li>• 254081b BI/Web Analytics II</li> </ul>	1., 2.
254082 Praxisprojekt Online Marketing und Web Analytics (Kampagne) Schwerpunkt: Web Analytics	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 254082a Praxisprojekt Online Marketing und Web Analytics (Kampagne)</li> </ul>	2.
254160 Medientheorie und -philosophie Schwerpunkte: Digitale Ethik, Kommunikationsmanagement	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 254160a Medientheorie</li> <li>• 254160b Medienphilosophie</li> </ul>	1., 2.
254161 Think Tank Theorie & Analyse Schwerpunkt: Digitale Ethik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 254161a Think Tank Theorie &amp; Analyse</li> </ul>	1., 2.
254162 Think Tank Szenarioentwicklung Schwerpunkt: Digitale Ethik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 254162a Think Tank Szenarioentwicklung</li> </ul>	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.

# 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, Ihr aktuelles 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:** 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  
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

**Modulprüfung:** ST

### Kompetenzprofil

## Lernergebnisse:

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.

### 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 & 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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------



255002a	Psychologie der Unternehmenskommunikation	-	2	2	T*
255002b	Forschungsmethoden der Unternehmenskommunikation	-	2	3	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

# MODUL MASTERARBEIT

## (MASTER THESIS)

Modul:	<b>255020 Masterarbeit (Pflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Ethik, Digitale Medien und Marketing, Internationale Kommunikation &amp; Management, Kommunikationsmanagement</b>
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.
<b>Kompetenzprofil</b>	
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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

\* 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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

\* 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: Gesamter Workload: 5 ECTS = 150 Stunden  
255040a Content Strategie: Konzeption (3 ECTS = 90 Stunden)

- Präsenzveranstaltung: 15x2h = 30h
- Thematische Kurzpräsentation: 8h
- Ausarbeitung der Konzeption: 40h
- Feedback und Überarbeitung: 12h

255040b Content Strategie: Realisation (2 ECTS = 60h)

- Präsenzveranstaltung bzw. Projektarbeit: 15x2h = 30h
- Realisation & Implementation von Teilaufgaben im Team: 30h

Modulprüfung: PP

Formale Das Modul richtet sich an Studierende des Masters

Zulassungsvoraussetzungen: Unternehmenskommunikation.

### Kompetenzprofil



## Lernergebnisse:

Das Modul besteht aus zwei Veranstaltungen, die aufeinander aufbauen. In der Veranstaltung **Konzeption** erlernen die Studierenden die Grundlagen konzeptioneller publizistischer Arbeit.

Studierende können

- die Ausgangslage eines Projekts systematisch mit qualitativen und/oder quantitativen Verfahren beschreiben und daraus entsprechende Ziele ableiten,
- diese Ziele in sinnvolle konzeptionelle Planungsschritte operationalisieren,
- und einen Maßnahmenplan zur Umsetzung vorbereiten.

Die Veranstaltung **Realisation** bietet den Studierenden die konzeptionelle Planung in verschiedenen Varianten umzusetzen. Dabei lernen die Teilnehmer

- Projektziele und -gruppen zu koordinieren,
- publizistische Formate anhand einer Konzeption umzusetzen und
- Ergebnisse kritisch zu reflektieren und vor Kunden zu präsentieren.

### 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 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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

255040a	Content Strategie: Konzeption	-	2	3	T*
255040b	Content Strategie: Realisation	-	2	2	

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

# MODUL PR & CORPORATE PUBLISHING

## (PR & CORPORATE PUBLISHING)

Modul:	<b>255041 PR &amp; Corporate Publishing (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement</b>
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:

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.

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.

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.

### 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

\* 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:	<ul style="list-style-type: none"><li>• Strukturierung und Klassifizierung von Designstilen</li><li>• Analyse und kritische Bewertung von design-orientierten Kommunikationsmaßnahmen</li><li>• Stellenwert des Designs in der modernen Unternehmenskommunikation</li><li>• Printobjekte und Design (Anzeigen, Corporate Publishing Produkte, etc.)</li><li>• Elektronische Produkte und Design (Imagefilm, Websites)</li><li>• Konzeption und Umsetzung von Designprodukten</li></ul> <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.</p> <p>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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

\* 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:	<b>255064 Digital Brand Experience (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Branding</b>
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
<b>Kompetenzprofil</b>	
Lernergebnisse:	<p><b>Gaining theoretical knowledge:</b></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><b>Learn practical skills:</b></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:** 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

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

**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 & 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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

255065a	Customer Experience	-	2	2	*
255065b	Transferprojekt	-	2	3	
	Customer Experience				

\* 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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

\* 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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

\* 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:	
<b>Kompetenzprofil</b>	
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. Ursula Drees

**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** **Begrenzte Teilnehmerzahl** Vergabeverfahren:

**Zulassungsvoraussetzungen:** Anmeldung (im Sommersemester ab 1. März, im Wintersemester ab 15. Sept.) mit Angabe des Studiengangs und der Semesterstufe (d.h. im wievielten Semester sind Sie im kommenden Semester) per Mail an die Modul-Verantwortliche (drees@hdm...), Anmeldeschluss 12 Uhr am Tag der Semester-Eröffnung (bzw. wenn es eine Orientierungswoche Woche gibt, am Montag nach der Orientierungswoche 12 Uhr).  
**Höhere Semester (und anbietender Studiengang) haben Vorrang.**  
(Späteres Nachrücken ist begrenzt möglich, wenn Plätze frei sind.)

**Kompetenzprofil**

## Lernergebnisse:

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 & 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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

253400a

Teamworkshop  
Radio

- 4 5

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

# MODUL MODERATION UND INTERVIEW

## (PRESENTATION AND INTERVIEW )

Modul:	<b>253405 Moderation und Interview (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement</b>
Modulverantwortlicher:	Prof. Ursula Drees
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	<b>Gesamt-</b> Workload für das Seminar "Moderation und Interview": 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 = <b>5 ECTS</b>
Modulprüfung:	PA
Formale Zulassungsvoraussetzungen:	Moderation (253405a) und Interview (253405b) sind Teilmodule <b>eines</b> Moduls (253405), das in der Summe 4 Semester-Wochen-Stunden umfasst (5 ECTS). Nur ein Teilmodul zu belegen, ist nicht möglich. Das Seminar ist praxisorientiert und wird an Blockterminen als Workshops durchgeführt: Moderation im Wintersemester, Interview im darauf folgenden Sommersemester (Detail-Information und Terminplanung in der Orientierungsveranstaltung des Studiengangs zu Beginn des Wintersemesters). <b>Begrenzte Teilnehmerzahl</b> (höhere Semester und anbietender Studiengang haben Vorrang).

### Kompetenzprofil

## Lernergebnisse:

"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.

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.

Durchsetzt mit Analysen und der Vermittlung von Regeln, "Tipps und Tricks" liegt der Schwerpunkt auf der Praxis in Form von Moderationsübungen und Interview-Workshops. 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.

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 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.



### 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:	<b>254080 E-Business und Technisches Online-Marketing</b> <b>(Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Web Analytics</b>
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 INTELLIGENCE/WEB ANALYTICS**

**(FUNDAMENTALS AND TECHNIQUES OF BUSINESS INTELLIGENCE/WEB ANALYTICS )**

**Modul:** 254081 Grundlagen und Verfahren von Business Intelligence/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:

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.

Die Studierenden sind in der Lage, Erkenntnisse zur Medienkompetenzforschung kritisch zu bewerten und daraus die notwendigen Schlussfolgerungen für zukünftige empirische Forschungen zu ziehen.

### 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 &  
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:

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.

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.).

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)

### 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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

\* 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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

\* 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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

\* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen