

STUDIENINHALTE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION (MASTER)

ÜBERSICHT

EDV-Nr. / Modul	EDV-Nr. / Lehrveranstaltungen	Semester
255000 Englisch Einstufungstest Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse	<ul style="list-style-type: none">• 255000a Englisch Einstufungstest	1.
255001 Management der Unternehmenskommunikation Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse	<ul style="list-style-type: none">• 255001a Unternehmenskommunikation: Theorien & Instrumente• 255001b Unternehmenskommunikation: Planung & Controlling	1., 2., 3.
255002 Forschung in der Unternehmenskommunikation Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse	<ul style="list-style-type: none">• 255002a Forschungsmethoden der Unternehmenskommunikation• 255002b Transferprojekt Forschungsmethoden der Unternehmenskommunikation	1., 2.
255020 Masterarbeit Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse	<ul style="list-style-type: none">• 255020a Masterarbeit	3.
255021 Tutorium Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse	<ul style="list-style-type: none">• 255021a Tutorium 2	1., 2., 3.

255040 Content Strategie Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement	<ul style="list-style-type: none"> • 255040a Content Strategie: Konzeption • 255040b Content Strategie: Realisation 	1., 2.
255041 PR & Corporate Publishing Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement	<ul style="list-style-type: none"> • 255041a Public Relations • 255041b Corporate Publishing 	1., 2.
255042 Crossmediale Kommunikation Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement	<ul style="list-style-type: none"> • 255042a Crossmediale Kommunikation 	1., 2.
255043 Politische Kommunikation Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement	<ul style="list-style-type: none"> • 255043a Politische Kommunikation 	1., 2.
255060 Markenstrategie und -kommunikation (Pflicht) Schwerpunkt: Branding	<ul style="list-style-type: none"> • 255060a Markenstrategie • 255060b Markenkommunikation 	1., 2.
255061 Corporate Design Schwerpunkt: Branding	<ul style="list-style-type: none"> • 255061a Corporate Design 	1., 2.
255062 Designkommunikation Schwerpunkt: Branding	<ul style="list-style-type: none"> • 255062a Designkommunikation 	1., 2.
255064 Digital Brand Experience Schwerpunkt: Branding	<ul style="list-style-type: none"> • 255064a Digital Brand Experience • 255064b Transferprojekt Digital Brand Experience 	1., 2.
255065 Customer Experience Schwerpunkt: Branding	<ul style="list-style-type: none"> • 255065a Customer Experience • 255065b Transferprojekt Customer Experience 	1., 2.
255502 Kleines Projekt Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse	<ul style="list-style-type: none"> • 255502a Kleines Projekt 	1., 2.
255503 Forschungsprojekt Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse	<ul style="list-style-type: none"> • 255503a Forschungsprojekt 	2.

255504 Kleines Projekt 1 Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Integrierte TV-Formatentwicklung und-vermarktung, Kommunikationsmanagement, Qualifikationsprogramm Moderation, Storytelling & Werteanalyse, Web Analytics

255505 Tutorium 2 Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse

255506 Aktuelle Themen & Cases Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse

255507 Internationales Studium Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse

255508 Kleines Projekt 2 Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Integrierte TV-Formatentwicklung und-vermarktung, Kommunikationsmanagement, Qualifikationsprogramm Moderation, Storytelling & Werteanalyse, Web Analytics

XXXXXX Module anderer Masterstudiengänge der HdM Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse

253400 Teamworkshop Radio Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse

- 255504a Kleines Projekt 1

1., 2.

- 255505a Tutorium 2

2., 3.

- 255506a Aktuelle Themen & Cases

1., 2.

- 255508a Kleines Projekt 2

1., 2.

- 253400a Teamworkshop Radio

1., 2.

254040 Strategie und Marketing (Pflicht) Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • 254040a Strategisches Management • 254040b Strategisches Marketing 	1., 2.
254041 Digital Business Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • 254041a Digital Business • 254041b Transferprojekt Digital Business 	1., 2.
254042 CRM/Social Media Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • 254042a CRM/Social Media • 254042b Transferprojekt CRM 	1., 2.
254043 Digital Media Technologies Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • 254043a Digital Media Technologies • 254043b Transferprojekt Digital 	1., 2.
254044 Empirische Medienforschung Schwerpunkte: Digitale Medien und Marketing, Storytelling & Werteanalyse	<ul style="list-style-type: none"> • 254044a Digitalität und Gesellschaft • 254044b Empirische Forschung zur digitalen Gesellschaft 	1.
254045 Marketing Management Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • 254045a Integrierte Marktkommunikation • 254045b Transferprojekt Marketing Management 	1., 2.
254046 Dienstleistungs- und Eventmarketing Schwerpunkt: Digitale Medien und Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • 254046a Dienstleistungs- und Eventmarketing • 254046b Transferprojekt Dienstleistungs- und Eventmarketing 	1., 2.
254080 E-Business und Technisches Online-Marketing Schwerpunkt: Web Analytics	<ul style="list-style-type: none"> • 254080a Technologische Grundlagen E-Business und Online-Marketing • 254080b E-Business 	1.
254081 Grundlagen und Verfahren von Business Intelligence/Web Analytics Schwerpunkt: Web Analytics	<ul style="list-style-type: none"> • 254081a BI/Web Analytics I • 254081b BI/Web Analytics II 	1., 2.

254083 Praxisprojekt Online Marketing und Web Analytics (Kampagne) A Schwerpunkt: Web Analytics

254084 Praxisprojekt Online Marketing und Web Analytics (Kampagne) B Schwerpunkt: Web Analytics

254140 Management des Bewegtbildmarktes
Schwerpunkt: Integrierte TV-Formatentwicklung und-vermarktung

254141 Produktionsmanagement Film & TV
Schwerpunkt: Integrierte TV-Formatentwicklung und-vermarktung

254142 Produktionsleitung Schwerpunkt: Integrierte TV-Formatentwicklung und-vermarktung

254143 TV-Formatlab I Schwerpunkt: Integrierte TV-Formatentwicklung und-vermarktung

254144 TV-Formatlab II Schwerpunkt: Integrierte TV-Formatentwicklung und-vermarktung

254147 Moderation und Interview Schwerpunkt: Integrierte TV-Formatentwicklung und-vermarktung

254165 Think Tank Schwerpunkt: Storytelling & Werteanalyse

254166 Ethik & Narrative Medienanalyse
Schwerpunkte: Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse

254167 Storytelling im Unternehmen Schwerpunkt: Storytelling & Werteanalyse

• 254083a Praxisprojekt Online Marketing und Web Analytics (Kampagne) A

• 254084a Praxisprojekt Online Marketing und Web Analytics (Kampagne) B

• 254140a Programmwirtschaft
• 254140b Vermarktung

• 254141a Konzeption/Produktion Film, TV
• 254141b Filmfinanzierung, Recoupment

• 254142a Drehplanung Film, TV
• 254142b Kalkulation AV-Medien

• 254143a TV-Formatlab I

• 254144a TV-Formatlab II

• 254147a Moderation
• 254147b Interview

• 254165a Think Tank

• 254166a Ethik & Narrative Medienanalyse

• 254167a Storytelling im Unternehmen

1., 2.

1., 2.

1., 2.

1., 2.

1., 2.

1., 2.

2.

1., 2.

1., 2.

1., 2.

1., 2.

254180 International Management	<ul style="list-style-type: none"> • 254180a Internationales Marketingmanagement • 254180b Public Diplomacy and Nation Branding 	1., 2.
254900 Moderation theoretische Grundlagen Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	<ul style="list-style-type: none"> • 254900a Personalisierung und Moderation • 254900b Medienethik in der Moderation • 254900c Moderationsanalyse 	1., 2.
254901 Moderation journalistische Grundlagen Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	<ul style="list-style-type: none"> • 254901a Sprecherziehung/Stimmbildung • 254901b Texten für elektronische Medien 	1., 2.
254902 Moderation praktische Grundlagen Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	<ul style="list-style-type: none"> • 254902a Rhetorik • 254902b Interviewführung und Kommunikationspsychologie • 254902c Sprechen mit dem Körper 	1.
254903 Moderationswerkstatt Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	<ul style="list-style-type: none"> • 254903a Achtung Praxis: Profis berichten aus ihrem Alltag • 254903b Achtung Praxis: Individuelles Coaching 	1., 2.
254910 Fernsehen: Information und informative Unterhaltung Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	<ul style="list-style-type: none"> • 254910a Fernsehen: Information und informative Unterhaltung 	2.
254911 Fernsehen: Information und Politik Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	<ul style="list-style-type: none"> • 254911a Fernsehen: Information und Politik 	2.
254912 Hörfunk: Formatradio Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	<ul style="list-style-type: none"> • 254912a Hörfunk: Formatradio 	2.
254913 Hörfunk: Information, Politik und Informierende Politik Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation	<ul style="list-style-type: none"> • 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 Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse
Modulverantwortlicher:	Prof. Harald Eichsteller
Workload:	einmaliger Test, max. 90 Minuten
Modulprüfung:	
Prüfungsvorleistung:	LÜ,
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Der Oxford Online Placement Test (OOPT) gibt den Studierenden zu Beginn des Master-Studiums die Chance, Ihren aktuellen Sprachniveau zu ermitteln.

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	100 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

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

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für
dieses Modul: -

Dieses Modul ist
Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL MANAGEMENT DER UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

(MANAGEMENT OF CORPORATE COMMUNICATIONS)

Modul: 255001 Management der Unternehmenskommunikation (Pflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Stephen Schuster

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

Prüfungsvorleistung: T, Anmeldung unter **255003**

Kompetenzprofil

Lernergebnisse: Die Studierenden besitzen ein profundes Wissen über die Grundlagen der Kommunikationsforschung und können die Bedeutung der Kommunikation im Marketing-Mix einschätzen. Sie haben einen Überblick über das kommunikationspolitische Instrumentarium und erkennen die hohe Relevanz einer integrierten Kommunikationsplanung im Kontext einer immer komplexeren Customer Journey. Die Studierenden sind in der Lage ein strategisches Kommunikationskonzept zu entwickeln, umzusetzen und entsprechend kritisch zu bewerten. Im Rahmen der Erfolgskontrolle evaluieren sie die kommunikativen Maßnahmen, um diese zu beurteilen und Empfehlungen abzuleiten.

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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

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 Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. rer. nat. habil. Arnd Engeln
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	Kontaktzeiten: 45 Stunden Vor- und Nachbereitungszeit, Literaturstudium, Projektarbeit und -dokumentation: 135 Stunden Gesamt-Workload: 180 Stunden
Modulprüfung:	ST
Kompetenzprofil	

Lernergebnisse:

Die Studierenden haben nach Abschluss des Moduls

1) ein methodisch reflektiertes Verständnis der empirischen

Kommunikationsforschung gewonnen

o quantitative Methoden bzgl. Konzeption, Durchführung und Auswertung

empirischer Kommunikationsforschung sind bekannt

2) ihre Berufskompetenz hinsichtlich quantitativ-empirischen Denkens verbessert

o quantitative Ergebnisse und Statistiken der empirischen Kommunikationsforschung

auch in Publikationen kritisch beurteilen, sachgerecht interpretieren und anwenden

können

o eigenständig empirische Fragestellungen formulieren, geeignete

Forschungsinstitute auswählen, mit der Beantwortung beauftragen und kompetent

anleiten können

o quantitativ-empirische Kommunikationsforschungen konzipieren, durchführen und

auswerten können

o in der Lage sein, das erworbene quantitativ-empirische Wissen eigenständig auf

sich neu stellende Anwendungsfälle in der Unternehmenskommunikation zu

übertragen und anzuwenden

3) ihre Teamfähigkeit durch vielfältige selbstorganisierte Projektarbeit gesteigert

o durch die projektbezogene Erarbeitung und Diskussion von Projektergebnissen

wurden Schlüsselqualifikationen im Bereich Teamarbeit, Kommunikation und

Präsentation ausgebaut

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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

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

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL MASTERARBEIT

(MASTER THESIS)

Modul:	255020 Masterarbeit (Pflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse
Modulverantwortlicher:	Prof. Harald Eichsteller
ECTS-min./max.:	28 / 28
Workload:	28 ECTS = 840 Zeitstunden, d.h. 26 Wochen Bearbeitungszeit à 32,3 Stunden
Modulprüfung:	MA
Formale Zulassungsvoraussetzungen:	Bei den 3-semestrigen Masterstudiengängen müssen mindestens 40 ECTS erfolgreich erbracht sein.
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Eigenständige Erarbeitung einer wissenschaftlichen Arbeit auf Masterniveau.

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	30 %
Analyse	30 %
Konzeption	40 %
Realisierung	0 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

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

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für dieses
Modul:

-

Dieses Modul ist
Voraussetzung für:

-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255020a	Masterarbeit	-	0	28	

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL TUTORIUM

(TUTORIAL)

Modul: 255021 Tutorium (Pflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse

Modulverantwortlicher: Prof. Harald Eichsteller

ECTS-min./max.: 2 / 2

Workload: 2 ECTS = 60 Zeitstunden

Modulprüfung: PA, 14 Wo

Kompetenzprofil

Lernergebnisse: Jeder Medienmaster-Studierende muss mindestens ein Tutorium im Laufe des Studiums absolvieren.

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	30 %
Realisierung	70 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

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

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für
dieses Modul:

-

Dieses Modul ist

-

Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL CONTENT STRATEGIE

(CONTENT STRATEGY)

Modul:	255040 Content Strategie (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Katrin Hassenstein
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	<p>Gesamter Workload: 5 ECTS = 150 Stunden</p> <p>255040a Content Strategie: Konzeption (3 ECTS = 90 Stunden)</p> <ul style="list-style-type: none">• Präsenzveranstaltung: 15x2h = 30h• Thematische Kurzpräsentation: 8h• Ausarbeitung der Konzeption: 40h• Feedback und Überarbeitung: 12h <p>255040b Content Strategie: Realisation (2 ECTS = 60h)</p> <ul style="list-style-type: none">• 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 Lehrveranstaltungen, 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 Möglichkeit, 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:	255041 PR & Corporate Publishing (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Franco Rota
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) 2 Vorlesungen à 15 x 1,5 h = 45 Stunden (2) Vor- und Nachbereitung: 2 x 15 x 1,5 Stunden = 45 Stunden (3) Prüfungsvorbereitung: 2 x 30,0 Stunden = 60 Stunden
Modulprüfung:	ST

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben
Stufe 2: verstehen & anwenden
Stufe 3: vergleichen & bewerten
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für dieses Modul:

Dieses Modul ist Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255041a	Public Relations	-	2	2	T*

255041b

Corporate Publishing

-

2

3

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL CROSSMEDIALE KOMMUNIKATION

(CROSSMEDIA COMMUNICATIONS)

Modul: 255042 Crossmediale Kommunikation (Wahlpflichtmodul im Grundstudium),
Schwerpunkt: Kommunikationsmanagement

Modulverantwortlicher: Prof. Stephan Ferdinand

ECTS-min./max.: 5 / 5

Workload: 5 Ects x 30 Zeitstunden - 150 Zeitstunden

Modulprüfung: PA

Kompetenzprofil

Lernergebnisse: In der Veranstaltung stellt der Studierende unter Beweis, dass er selbstständig und auf hohem Niveau Medienprojekte mit allen Stufen des Work-Flows umsetzen kann. Er lernt dabei, die fachliche mit der sozialen Kompetenz zu verknüpfen. Er stärkt seine Fähigkeiten darin im Team zu agieren und sich zu vernetzen. Des Weiteren lernt er, sein theoretisch erworbenes Wissen in einem praxisbezogenen Projekt einzusetzen.

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	10 %
Analyse	20 %
Konzeption	20 %
Realisierung	50 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

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

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für
dieses Modul: -

Dieses Modul ist
Voraussetzung für: -

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

255042a

Crossmediale
Kommunikation

-

2

5

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL POLITISCHE KOMMUNIKATION

(POLITICAL COMMUNICATIONS)

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

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	20 %
Analyse	50 %
Konzeption	10 %
Realisierung	20 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

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

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für
dieses Modul:

-

Dieses Modul ist
Voraussetzung für:

-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL MARKENSTRATEGIE UND -KOMMUNIKATION (PFLICHT)

(BRAND STRATEGY AND COMMUNICATIONS)

Modul: 255060 Markenstrategie und -kommunikation (Pflicht) (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Branding

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Stephen Schuster

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	

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL CORPORATE DESIGN

(CORPORATE DESIGN)

Modul: 255061 Corporate Design (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Branding

Modulverantwortlicher: Prof. Gabriele Kille

ECTS-min./max.: 5 / 5

Workload: 5 ECTS = 150 Zeitstunden

Modulprüfung: PA

Kompetenzprofil

Lernergebnisse:

In diesem Seminar widmen wir uns allen Aspekten des Corporate Design. Zunächst müssen die allgemeinen Beweggründe für ein Corporate Design erfasst werden. Dann erfolgen Analysen von ausgewählten Firmen mit ihren Produkten, Zielen und Qualitäten, unter Bezugnahme der Kundenzielgruppen. Auf dieser Basis werden bestehende CD's untersucht und gegebenenfalls neue entwickelt oder Re-Design-Schritte eingeleitet. In der Studienarbeit soll anhand eines definierten Unternehmens selbständig dieser Ablauf von der Analyse bis hin zu einem neuen CD (theoretische Markenentwicklung) bearbeitet werden. Wichtig ist hierbei der Transport des Corporate Design auf alle relevanten Medienplattformen im Print und Non-Print-Bereich.

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	10 %
Analyse	20 %
Konzeption	20 %
Realisierung	50 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

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

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für
dieses Modul:

-

Dieses Modul ist
Voraussetzung für:

-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL DESIGNKOMMUNIKATION

(DESIGN COMMUNICATIONS)

Modul: 255062 Designkommunikation (Wahlpflichtmodul im Grundstudium),
Schwerpunkt: Branding

Modulverantwortlicher: Prof. Gabriele Kille

ECTS-min./max.: 5 / 5

Workload: 5 ECTS = 150 Zeitstunden

Modulprüfung: PA

Kompetenzprofil

Lernergebnisse:

- Strukturierung und Klassifizierung von Designstilen
- Analyse und kritische Bewertung von design-orientierten Kommunikationsmaßnahmen
- Stellenwert des Designs in der modernen Unternehmenskommunikation
- Printobjekte und Design (Anzeigen, Corporate Publishing Produkte, etc.)
- Elektronische Produkte und Design (Imagefilm, Websites)
- Konzeption und Umsetzung von Designprodukten

Desweiteren werden die Kategorien Profit (Consumer Advertising) und Non-Profit (Social Advertising) abgedeckt.

Zu Beginn des Semesters erfolgt eine ausführliche Einführung in das Projekt. Die Themenstellung wird durch Beispiele aus der Praxis erläutert und darüberhinaus wird die konzeptionelle Vorgehensweise erläutert und analysiert.

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	20 %
Analyse	10 %
Konzeption	30 %
Realisierung	40 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

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

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für
dieses Modul:

-

Dieses Modul ist
Voraussetzung für:

-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255062a	Designkommunikation	-	2	5	

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL DIGITAL BRAND EXPERIENCE

(DIGITAL BRAND EXPERIENCE)

Modul: 255064 Digital Brand Experience (Wahlpflichtmodul im Grundstudium),
Schwerpunkt: Branding

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Jürgen Scheible

ECTS-min./max.: 5 / 5

Workload: 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
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

Modulprüfung: PA

Kompetenzprofil

Lernergebnisse:

Gaining theoretical knowledge:

- Understanding digital brand experience - how brands can interact and communicate with users through digital brand touchpoints
- Knowing what is branded interaction design - thinking and process
- Understanding current digital technologies - what are the state of the art technologies that foster digital brand experience

Learn practical skills:

- Being able to carry out a Digital Brand Experience Project for the industry, including conception, designing interaction and UI , developing low fidelity prototypes
- Being able to generate and evaluate new ideas
- Being able to produce interactive digital content for digital brand experiences

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 an einem konkreten Anwendungsbeispiel Konzepte und Empfehlungen zur Verbesserung der Unternehmenskommunikation in Deutschland erarbeitet.

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 Customer Experience	-	2	3
---------	--	---	---	---

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL KLEINES PROJEKT

(SMALL PROJECT)

Modul: 255502 Kleines Projekt (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse

Modulverantwortlicher: Prof. Harald Eichsteller

ECTS-min./max.: 5 / 5

Workload: 5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon:

- (1) Präsenz 15 x 1,5 h = 22,5 Stunden
- (2) Projektarbeit 15 x 7,5 Stunden p.w. = 112,5 Stunden
- (3) Präsentation incl. Vorbereitung: 15,0 Stunden

Modulprüfung: PA

Kompetenzprofil

Lernergebnisse: Selbstständige Vorgehensweise zur Erstellung und Umsetzung von Projekten.

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	10 %
Analyse	10 %
Konzeption	30 %
Realisierung	50 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

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

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für
dieses Modul:

-

Dieses Modul ist
Voraussetzung für:

-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255502a	Kleines Projekt	-	2	5	

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL FORSCHUNGSPROJEKT

(RESEARCH PROJECT)

Modul:	255503 Forschungsprojekt (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse
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 KLEINES PROJEKT 1

Modul: 255504 Kleines Projekt 1 (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkte:
Branding, Digitale Medien und Marketing, Integrierte TV-Formatentwicklung
und-vermarktung, Kommunikationsmanagement, Qualifikationsprogramm
Moderation, Storytelling & Werteanalyse, Web Analytics

Modulverantwortlicher: Prof. Harald Eichsteller

ECTS-min./max.: 3 / 3

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
255504a	Kleines Projekt 1	-	1	2	

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL TUTORIUM 2

(TUTORIAL 2)

Modul: 255505 Tutorium 2 (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte:
Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement,
Storytelling & Werteanalyse

Modulverantwortlicher: Prof. Harald Eichsteller

ECTS-min./max.: 2 / 2

Workload: 2 ECTS = 60 Zeitstunden

Modulprüfung: HA

Kompetenzprofil

Lernergebnisse: Ein zweites Tutorium kann freiwillig belegt werden.

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	30 %
Realisierung	70 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

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

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für
dieses Modul:

-

Dieses Modul ist
Voraussetzung für:

-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
255505a	Tutorium 2	-	0	2	

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL AKTUELLE THEMEN & CASES

(CURRENT TOPICS & CASES)

Modul:	255506 Aktuelle Themen & Cases (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse
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 Medien und Marketing,
Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse

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 KLEINES PROJEKT 2

Modul: 255508 Kleines Projekt 2 (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkte:
Branding, Digitale Medien und Marketing, Integrierte TV-Formatentwicklung
und-vermarktung, Kommunikationsmanagement, Qualifikationsprogramm
Moderation, Storytelling & Werteanalyse, Web Analytics

Modulverantwortlicher: Prof. Harald Eichsteller

ECTS-min./max.: 3 / 3

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
255508a	Kleines Projekt 2	-	1	3	

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL MODULE ANDERER MASTERSTUDIENGÄNGE DER HDM

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

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	10 %
Analyse	10 %
Konzeption	30 %
Realisierung	50 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

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

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für
dieses Modul:

-

Dieses Modul ist

-

Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL TEAMWORKSHOP RADIO

(TEAMWORKSHOP RADIO)

Modul:	253400 Teamworkshop Radio (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Branding, Digitale Medien und Marketing, Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse
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 Zulassungsvoraussetzungen:	Begrenzte Teilnehmerzahl Vergabeverfahren: 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 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:	PA
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 Moduls vertiefen sich die Studierenden in einem der über die gesamte Bandbreite des Fachs angebotenen Themen- und Projektansätze, die abschließend am Ende des 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 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
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:	Dr. Wolfgang Gruel
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: Wintersemester: <ul style="list-style-type: none">• Vorlesungen: 15 x 1,5 Stunden = 22,5 Stunden• Vor- und Nachbereitung: 15 x 1,5 Stunden = 22,5 Stunden• Expertenvortrag: 1 x 15 Stunden Sommersemester: <ul style="list-style-type: none">• Ideation: 10 Stunden• Analyse & Recherche: 15 Stunden• Konzeption: 15 Stunden• Realisierung: 30 Stunden• Nutzertests: 10 Stunden• Präsentation und Verwertung: 10 Stunden
Modulprüfung:	PP

Kompetenzprofil

Lernergebnisse:

In diese Veranstaltung erwerben die Studierenden Kompetenzen, um neue digitale Technologien wie Künstliche Intelligenz, Blockchain, Big Data, Internet of Things, Autonomes Fahren, und Smart Cities fundiert einschätzen zu können.

Diese digitalen Technologien führen zu neuen Einsatzmöglichkeiten und neuen Geschäftsmodellen, welche ganze Branchen auf den Kopf stellen. Um mögliche Auswirkungen zu verstehen und Potenziale zu nutzen, ist es wichtig, neue Trends einschätzen und deren Bedeutung für das eigene Umfeld bewerten zu können. bekommen.

Das Modul gliedert sich in zwei Veranstaltungen: Im *Wintersemester* geht es darum, einen Überblick über aktuelle Technologie-Trends bekommen, technologische Grundzüge ausgewählter Technologien zu verstehen und auszuprobieren und darum, die gesellschaftliche und wirtschaftliche Relevanz der Technologien einzuordnen. Im *Sommersemester* werden wir in einem Projekt eine oder mehrere der Technologien zur Lösung praxis-relevanter Problemstellungen nutzen und so erste Erfahrungen bei deren Einsatz sammeln

Einige Projektergebnisse aus früheren Semestern, die sich auch im Netz finden lassen:

- How does tomorrow sound
- Mein Digitales Dorf
- Reforest 2.0
- Sprayboard
- Train2Republica

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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

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 Medien und Marketing, Storytelling & Werteanalyse

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Oliver Zöllner

ECTS-min./max.: 5 / 5

Workload: 4 SWS / 5 ECTS = 150 Zeitstunden

Modulprüfung: ST

Kompetenzprofil

Lernergebnisse: Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls werden die Teilnehmer/innen die fortschreitende technologische Entwicklung der Digitalisierung in ihren gesellschaftlichen Bezügen und Auswirkungen kennen, kritisch einordnen und ethische Konsequenzen ableiten können. Die Teilnehmer/innen werden in der Lage sein, die gesellschaftlichen Diskursstränge anhand von konkreten Praxisbeispielen in Forschungsfragen überzuleiten und diese in Form von eigenen Forschungsprojekten empirisch umzusetzen und zu überprüfen.

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	30 %
Analyse	10 %
Konzeption	30 %
Realisierung	30 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

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

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für
dieses Modul:

-

Dieses Modul ist
Voraussetzung für:

-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254044a	Digitalität und Gesellschaft	-	2	2	

254044b

Empirische Forschung zur
digitalen Gesellschaft

-

2

3

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL MARKETING MANAGEMENT

(MARKETING MANAGEMENT)

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

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben
Stufe 2: verstehen & anwenden
Stufe 3: vergleichen & bewerten
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für dieses
Modul:

-

Dieses Modul ist
Voraussetzung für:

-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

254045a	Integrierte Marktkommunikation	-	2	2
254045b	Transferprojekt Marketing Management	-	2	3

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL DIENSTLEISTUNGS- UND EVENTMARKETING

(SERVICE AND EVENT MARKETING)

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

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben
Stufe 2: verstehen & anwenden
Stufe 3: vergleichen & bewerten
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für dieses
Modul:

Dieses Modul ist
Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

254046a	Dienstleistungs- und Eventmarketing	-	2	2
254046b	Transferprojekt Dienstleistungs- und Eventmarketing	-	2	3

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL E-BUSINESS UND TECHNISCHES ONLINE-MARKETING

(E-BUSINESS AND TECHNICAL ONLINE-MARKETING)

Modul: 254080 E-Business und Technisches Online-Marketing (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Web Analytics

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: KMP

Kompetenzprofil

Lernergebnisse: Nach dem Absolvieren des vollständigen Moduls besitzen Studierende ein profundes Wissen über E-Business Geschäftsmodelle, Prozesse und die zugrundeliegenden Technologien. Den Studierenden ist klar, warum Unternehmen digitale Geschäftsmodelle entwickeln und welche Geschäftsprozesse davon betroffen sind. Ziel ist die (Weiter-)Entwicklung eines digitalen Geschäftsmodells in realistischen Case Studies, unter Berücksichtigung der durch die digitale Transformation betroffenen Prozesse im Unternehmen.

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	30 %
Analyse	30 %
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 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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

254080a	Technologische Grundlagen	-	2	2	
	E-Business und Online-Marketing				
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 Intelligencel/Web Analytics
(Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Web Analytics

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: KMP

Kompetenzprofil

Lernergebnisse: Nach dem Absolvieren des vollständigen Moduls besitzen Studierende ein profundes Wissen über die Grundlagen und eingesetzten Verfahren von Business Intelligence und Web Analytics. Insbesondere lernen die Studierenden, sich mit den Themen "Datenakquisition, -Analyse, -Visualisierung auseinanderzusetzen. Die Studierenden haben nach dem Absolvieren des vollständigen Moduls die Fähigkeit:

- Daten aus verschiedenen Quellen zu akquirieren
- Vorgefundene Darstellungen von Daten kritisch zu hinterfragen
- Datenschutzrechtliche Rahmenbedingungen korrekt einzuschätzen
- erste Analysen im Bereich BI / Web Analytics eigenständig durchzuführen
- Daten und Analyseergebnisse inhaltlich korrekt und für den Adressaten interessant aufbereitet zu präsentieren

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	30 %
Analyse	20 %
Konzeption	20 %
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 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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

254081a	BI/Web Analytics I	-	2	2	
254081b	BI/Web Analytics II	-	2	3	

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL PRAXISPROJEKT ONLINE MARKETING UND WEB ANALYTICS

(KAMPAGNE) A

Modul:	254083 Praxisprojekt Online Marketing und Web Analytics (Kampagne) A (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkt: Web Analytics
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) 2 Vorlesungen à 15 x 1,5 h = 45 Stunden (2) Planungen, Vor- und Nachbereitung: 2 x 15 x 1,5 Stunden = 45 Stunden (3) Projektumsetzung / Prüfungsvorbereitung: 2 x 30,0 Stunden = 60 Stunden
Modulprüfung:	PP

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 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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

254083a

Praxisprojekt Online Marketing und
Web Analytics (Kampagne) A

-

2

5

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL PRAXISPROJEKT ONLINE MARKETING UND WEB ANALYTICS

(KAMPAGNE) B

Modul:	254084 Praxisprojekt Online Marketing und Web Analytics (Kampagne) B (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkt: Web Analytics
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden, davon: (1) 2 Vorlesungen à 15 x 1,5 h = 45 Stunden (2) Planungen, Vor- und Nachbereitung: 2 x 15 x 1,5 Stunden = 45 Stunden (3) Projektumsetzung / Prüfungsvorbereitung: 2 x 30,0 Stunden = 60 Stunden
Modulprüfung:	PP

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 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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

254084a

Praxisprojekt Online Marketing und
Web Analytics (Kampagne) B

-

2

5

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL MANAGEMENT DES BEWEGTBILDMARKTES

(MANAGEMENT MOVING IMAGE INDUSTRY)

Modul: 254140 Management des Bewegtbildmarktes (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Integrierte TV-Formatentwicklung und-vermarktung

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Eva Stadler

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

Formale Keine

Zulassungsvoraussetzungen:

Kompetenzprofil

Lernergebnisse:

Die Studierenden sind nach dem Besuch des Moduls in der Lage

- die Bewegtbildbranche auf Unternehmen-/Anbieter- und Marktebene, sowie aus Kundenperspektive zu beschreiben, hinsichtlich der jeweiligen Charakteristika zu kennzeichnen und aktuelle Entwicklungen zu analysieren.
- das Programm der Bewegtbildanbieter hinsichtlich der Markt- und Managementanfordernisse zu bewerten und strategische weiterzuentwickeln.
- Vermarktungsstrategien, die in der Bewegtbildbranche anzutreffen sind, mit den Produkt- und Markterfordernissen zu verknüpfen, diese diesbezüglich zu bewerten und hinsichtlich der Markt- und Managementanfordernisse zu optimieren.

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 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
254140a	Programmwirtschaft	-	2	2	

254140b

Vermarktung

-

2

3

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL PRODUKTIONSMANAGEMENT FILM & TV

(MANAGEMENT OF PRODUCTION (FILM & TV))

Modul: 254141 Produktionsmanagement Film & TV (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Integrierte TV-Formatentwicklung und-vermarktung

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Eva Stadler

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: PA

Formale Keine

Zulassungsvoraussetzungen:

Kompetenzprofil

Lernergebnisse:

Die Studierenden sind nach dem Besuch des Moduls in der Lage

- Produkte der Bewegtbildbranche hinsichtlich der jeweiligen inhaltlichen Charakteristika zu kennzeichnen, ihre Finanzierungsgrundlage zu erkennen und ihre aktuellen Entwicklungen zu analysieren.
- Konzeptionen von Produkten des Bewegtbildmarkt in ihren jeweiligen Stufen zu kategorisieren und diese selbstständig zu erstellen.
- die Finanzierungsstrategien und Finanzierungsinstrumente von Bewegtbildprodukten zu bewerten und diese selbstständig zu entwickeln, so dass ein Recoupment möglich ist.

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 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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

254141a	Konzeption/Produktion Film, TV	-	2	2	
254141b	Filmfinanzierung, Recoupment	-	2	3	

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL PRODUKTIONSLEITUNG

(PRODUCTION MANAGEMENT)

Modul:	254142 Produktionsleitung (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Integrierte TV-Formatentwicklung und-vermarktung
Modulverantwortlicher:	Prof. Eckhard Wendling
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	15 Termine a 2 SWS Drehplanung 15 Termine a 2 SWS Kalkulation - 60 Zeitstunden 15 Termine Vorbereitung , Recherche und Nachbearbeitung 30 Zeitstunden Studienarbeit: 60 Zeitstunden insgesamt 150 Std. = 5 ECTS
Modulprüfung:	HA
Formale	erweitertes Grundverständnis über den Herstellungsprozess eines Films
Zulassungsvoraussetzungen:	Workflow, Filmtechnik, Filmpersonal (Staff), Drehbuch etc.
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Durchdringung des komplexen Herstellungsprozesses Führungskompetenz Problemorientiertes, flexibles Vorgehen in Drehplanung und Kalkulation Umgehen mit Unwägbarkeiten in der Herstellung und Kalkulation Risikoanalyse

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	20 %
Analyse	30 %
Konzeption	30 %
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 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
254142a	Drehplanung Film, TV	-	2	2	

254142b

Kalkulation AV-Medien

-

2

3

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL TV-FORMATLAB I

(TV FORMAT LAB I)

Modul: 254143 TV-Formatlab I (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt:
Integrierte TV-Formatentwicklung und-vermarktung

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Michael Müller

ECTS-min./max.: 5 / 5

Workload: 5 ECTS = 150 Zeitstunden

Modulprüfung: PP

Kompetenzprofil

Lernergebnisse: Die Teilnehmer an dem Modul sollen die Funktion von Fernsehformaten im TV-Markt verstehen und reflektieren können sowie auf der Basis eines konkreten Briefings eigenständig TV-Formate zu entwickeln lernen.

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	20 %
Analyse	20 %
Konzeption	60 %
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 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
254143a	TV-Formatlab I	-	4	5	

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL TV-FORMATLAB II

(TV FORMAT LAB II)

Modul:	254144 TV-Formatlab II (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Integrierte TV-Formatentwicklung und-vermarktung
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Michael Müller
ECTS-min./max.:	5 / 5
Workload:	5 ECTS = 150 Zeitstunden
Modulprüfung:	PP
Formale Zulassungsvoraussetzungen:	Erfolgreiche Teilnahme am Formatlab I
Kompetenzprofil	
Lernergebnisse:	Die Teilnehmer lernen, auf der Basis des Feedbacks aus der Praxis eine der im Formatlab I entwickelten Formatideen bis zur Anbietersreife auszuarbeiten (Pilotbuch, Trailer, Cast, etc.)

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	20 %
Konzeption	20 %
Realisierung	60 %

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
254144a	TV-Formatlab II	-	4	5	

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL MODERATION UND INTERVIEW

Modul: 254147 Moderation und Interview (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium),
Schwerpunkt: Integrierte TV-Formatentwicklung und-vermarktung

Modulverantwortlicher: Prof. Ursula Drees

ECTS-min./max.: 5 / 5

Workload: **Gesamt-**Workload für das Seminar "Moderation und Interview":
Vorbereitungslektüre 25 Stunden, 2 Block-Termine (je Freitag/Samstag
10-17.30 Uhr): 32 SWS = 24 Stunden, Einzel-Sessions nach Terminabsprache
im Kurs: 28 SWS = 21 Stunden, Home-Office für Vor-/Nachbereitung und
Leistungsnachweis: 80 Stunden.
Gesamt-Summe (Workload) 150 Stunden = **5 ECTS**

Modulprüfung: PA

Formale Zulassungsvoraussetzungen: **Nur für Masterstudierende:** Moderation (254147a) und Interview (254147b)
sind Teilmodule **eines** Moduls (254147), 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 sowie in
zusätzlichen Sessions durchgeführt (info-video). Im **Sommersemester 2022**
(der Kurs ist bereits vollständig ausgebucht) findet der gesamte Kurs
online in Moodle statt: zwei Fr./Sa.-Blocktermine (jeweils 10-17.30 Uhr) sowie
einzelne Online-Live-Sessions nach Terminabsprache. **Begrenzte**
Teilnehmerzahl.

Das Verfahren zur **Kurs-Einschreibung:** Der Studiendekan sendet am
Donnerstag 07.10.2021 um 12 Uhr eine Doodle-Liste an die
Masterstudierenden (Vergabe nach Reihenfolge der Anmeldungen).

Kompetenzprofil

"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.

Der **Leistungsnachweis** besteht aus einem Live-Interview, das während der Präsenzzeit im Seminar geführt wird.

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
254147a	Moderation	-	2	2	

254147b

Interview

-

2

3

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL THINK TANK

Modul: 254165 Think Tank (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt:
Storytelling & Werteanalyse

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Petra Grimm

ECTS-min./max.: 5 / 5

Modulprüfung: TEA

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	20 %
Analyse	30 %
Konzeption	20 %
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 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
254165a	Think Tank	-	4	5	

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL ETHIK & NARRATIVE MEDIENANALYSE

Modul:	254166 Ethik & Narrative Medienanalyse (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkte: Kommunikationsmanagement, Storytelling & Werteanalyse
Modulverantwortlicher:	Prof. Dr. Petra Grimm
ECTS-min./max.:	5 / 5
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
--------	-------------------	-----	-----	------	--------------

254166a

Ethik & Narrative
Medienanalyse

-

2

5

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL STORYTELLING IM UNTERNEHMEN

Modul: 254167 Storytelling im Unternehmen (Wahlpflichtmodul im Grundstudium),
Schwerpunkt: Storytelling & Werteanalyse

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Michael Müller

ECTS-min./max.: 5 / 5

Modulprüfung: ST

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	30 %
Analyse	30 %
Konzeption	10 %
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 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 checked="" type="checkbox"/>

Voraussetzung für dieses Modul:	-
Dieses Modul ist Voraussetzung für:	-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

EDV-Nr	Lehrveranstaltung	Art	SWS	ECTS	Prüfungsform
254167a	Storytelling im Unternehmen	-	2	5	

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL INTERNATIONAL MANAGEMENT

(INTERNATIONAL MANAGEMENT)

Modul: 254180 International Management (Wahlpflichtmodul im Grundstudium),

Schwerpunkte: Schwerpunkte: keine

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 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	

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL MODERATION PRAKTISCHE GRUNDLAGEN

Modul: 254902 Moderation praktische Grundlagen (Wahlpflichtmodul im Grundstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation

Modulverantwortlicher: Prof. Stephan Ferdinand

ECTS-min./max.: 6 / 6

Modulprüfung: PP

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben
Stufe 2: verstehen & anwenden
Stufe 3: vergleichen & bewerten
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für
dieses Modul:

Dieses Modul ist

Voraussetzung für:

-

-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL MODERATIONSWERKSTATT

Modul: 254903 Moderationswerkstatt (Wahlpflichtmodul im Grundstudium),
Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation

Modulverantwortlicher: Prof. Stephan Ferdinand

ECTS-min./max.: 4 / 4

Modulprüfung: PA

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben
Stufe 2: verstehen & anwenden
Stufe 3: vergleichen & bewerten
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für dieses Modul:	-
Dieses Modul ist Voraussetzung für:	-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL FERNSEHEN: INFORMATION UND INFORMATIVE UNTERHALTUNG

Modul: 254910 Fernsehen: Information und informative Unterhaltung
(Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm
Moderation

Modulverantwortlicher: Prof. Stephan Ferdinand

ECTS-min./max.: 4 / 4

Modulprüfung: PP

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben
Stufe 2: verstehen & anwenden
Stufe 3: vergleichen & bewerten
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für dieses
Modul:

-

Dieses Modul ist
Voraussetzung für:

-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

254910a

Fernsehen: Information und
informative Unterhaltung

-

2

4

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL FERNSEHEN: INFORMATION UND POLITIK

Modul: 254911 Fernsehen: Information und Politik (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation

Modulverantwortlicher: Prof. Stephan Ferdinand

ECTS-min./max.: 4 / 4

Modulprüfung: PP

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben
Stufe 2: verstehen & anwenden
Stufe 3: vergleichen & bewerten
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für dieses
Modul: -

Dieses Modul ist -

Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL HÖRFUNK: FORMATRADIO

Modul: 254912 Hörfunk: Formatradio (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium),
Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation

Modulverantwortlicher: Prof. Stephan Ferdinand

ECTS-min./max.: 4 / 4

Modulprüfung: PP

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben
Stufe 2: verstehen & anwenden
Stufe 3: vergleichen & bewerten
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für dieses
Modul:

Dieses Modul ist
Voraussetzung für:

-

-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL HÖRFUNK: INFORMATION, POLITIK UND INFORMIERENDE POLITIK

Modul: 254913 Hörfunk: Information, Politik und Informierende Politik
(Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm
Moderation

Modulverantwortlicher: Prof. Stephan Ferdinand

ECTS-min./max.: 4 / 4

Modulprüfung: PP

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben
Stufe 2: verstehen & anwenden
Stufe 3: vergleichen & bewerten
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für dieses
Modul:

-

Dieses Modul ist
Voraussetzung für:

-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

254913a

Hörfunk: Information, Politik und
Informierende Unterhaltung

-

2

4

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL SELBSTFAHRERSTUDIO

Modul: 254914 Selbstfahrerstudio (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium),
Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation

Modulverantwortlicher: Prof. Stephan Ferdinand

ECTS-min./max.: 4 / 4

Modulprüfung: PP

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben
Stufe 2: verstehen & anwenden
Stufe 3: vergleichen & bewerten
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für dieses
Modul:

Dieses Modul ist
Voraussetzung für:

-

-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL FACHMODERATIONEN

Modul: 254915 Fachmoderationen (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium),
Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation

Modulverantwortlicher: Prof. Stephan Ferdinand

ECTS-min./max.: 4 / 4

Modulprüfung: PP

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben
Stufe 2: verstehen & anwenden
Stufe 3: vergleichen & bewerten
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für dieses
Modul:

Dieses Modul ist
Voraussetzung für:

-

-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL ÖFFENTLICHE VERANSTALTUNG, BÜHNE, PODIUM

Modul: 254916 Öffentliche Veranstaltung, Bühne, Podium (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium), Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation

Modulverantwortlicher: Prof. Stephan Ferdinand

ECTS-min./max.: 4 / 4

Modulprüfung: PP

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben
Stufe 2: verstehen & anwenden
Stufe 3: vergleichen & bewerten
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für dieses

-

Modul:

Dieses Modul ist

-

Voraussetzung für:

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL DER LOOK VON FORMATEN

Modul: 254920 Der Look von Formaten (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium),
Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation

Modulverantwortlicher: Prof. Stephan Ferdinand

ECTS-min./max.: 2 / 2

Modulprüfung: PA

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben
Stufe 2: verstehen & anwenden
Stufe 3: vergleichen & bewerten
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für dieses Modul:	-
Dieses Modul ist Voraussetzung für:	-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen

MODUL MODERATIONSPRAXIS

Modul: 254921 Moderationspraxis (Wahlpflichtmodul im Hauptstudium),
Schwerpunkt: Qualifikationsprogramm Moderation

Modulverantwortlicher: Prof. Stephan Ferdinand

ECTS-min./max.: 2 / 2

Modulprüfung: PA

Ausbildungsziele des Moduls:

Theoretische Grundlagen	0 %
Analyse	0 %
Konzeption	0 %
Realisierung	0 %

Klassifikation der Lernergebnisse nach kognitiven Stufen/Schlüsselkompetenzen

Fachkompetenzen (Wissen und Fertigkeiten):

Stufe 1: wiedererkennen & wiedergeben
Stufe 2: verstehen & anwenden
Stufe 3: vergleichen & bewerten
Stufe 4: verknüpfen, vertiefen & entwickeln

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

Personale Kompetenzen (Sozialkompetenz und Selbständigkeit):

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

Voraussetzung für dieses
Modul:

Dieses Modul ist
Voraussetzung für:

-

-

beinhaltet folgende Lehrveranstaltung(-en):

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

* kennzeichnet Prüfungsvorleistungen