

## Module & Studienleistungen im Überblick

Modul 1		Medienmärkte			
Modus	Leistungs- punkte [cr]	Turnus	SWS	Arbeitsauf- wand [h]	Dauer
	13	jährlich	10	390	2 Semester
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>In der Vorlesung und Übung Medienmärkte werden Spezifika von Medienmärkten sowie die Folgen ihres Wandels durch Digitalisierung und Konvergenz behandelt. Es werden Ursachen von Marktversagen und Marktkonzentration sowie Methoden zu ihrer Messung diskutiert. Weitere Aspekte sind die Spezifika der Medienmärkte (Dualität, Digitalisierung, Netzeffekte etc.), die mikroökonomische Analyse von Angebot und Nachfrage sowie die Struktur und Entwicklung von Rezipienten- und Werbemärkten. Darüber hinaus werden im Rahmen von Fallstudien Entscheidungssituationen von Medienunternehmen simuliert. Die Studierenden versetzen sich in die Lage von Führungskräften und entwerfen Lösungsvorschläge. Durch Übungsaufgaben werden gelernte Inhalte vertieft.</li> <li>In der Grundlagen-Übung lernen die Studierenden Wertketten und Geschäftsmodelle verschiedener Medienbranchen kennen. Im Seminar werden aktuelle Entwicklungen in den Medien diskutiert. In einer weiteren Vorlesung stellen Führungskräfte verschiedener Medienbereiche ihre Branche vor und diskutieren mit den Studierenden neueste Marktentwicklungen und die damit verbundenen Herausforderungen.</li> </ul>				
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kenntnis der Marktstrukturen in den wichtigsten Mediensektoren</li> <li>Verständnis der Dynamik und des Wandels von Medienmärkten</li> <li>Einschätzung von Markt- und Entscheidungssituationen</li> </ul>				
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fähigkeit, Management-Herausforderungen in verschiedenen Medienmärkten zu erkennen, diese zu strukturieren und Lösungsansätze zu entwickeln</li> <li>Teamfähigkeit, Präsentationsstärke</li> </ul>				
Art des Moduls	Medienwirtschaftliches Modul				
Studienabschnitt	1. und 2. Semester				
Zulassungsvoraussetzungen	Keine				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement				
Lehrende	Lehrende/Lehrbeauftragte des Instituts für Publizistik				
Lehrveranstaltungen des Moduls					
Titel	Art	Verpflichtungs- grad (Pfl./Wpfl.)	SWS	Leistungs- punkte [cr]	Semester [WiS/SoS]
Medienmärkte	VL	Pfl.	2	2	WiS
Medienmärkte	UE	Pfl.	2	3	WiS
Grundlagen der Medienwirtschaft	UE	Pfl.	2	3	WiS
Latest Developments in the Media (engl.)	UE	Pfl.	2	4	WiS
„Meet the Media Executives“	VL / Exkursion	Pfl.	2	1	SoS
Gruppengröße	35 (Übung), offen (Vorlesung)				
Prüfungsleistungen	Modulabschlussprüfung: Klausur (90 Min.)				
Modulnote	Note der Klausur				
Sonstiges	-				

<b>Modul 2</b>		<b>Medienmarketing</b>			
Modus	Leistungs- punkte [cr]	Turnus	SWS	Arbeitsauf- wand [h]	Dauer
	11	jährlich	6	330	3 Semester
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In der Übung „Content- und Anzeigenvermarktung“ werden die Absatzorganisation sowie Absatzmethoden für Werbe- und Rezipientenmärkte ausgewählter Medienbranchen vorgestellt.</li> <li>• In der Vorlesung „Integrierte Kommunikation“ erlernen die Studierenden die Erstellung von Kommunikationsstrategien für verschiedene Unternehmen/ Institutionen und Produktbereiche.</li> <li>• Im Seminar „Medienmarketing“ werden in Gruppen-Projekten Lösungen für real existierende Marketing-Herausforderungen entwickelt. In Kooperation mit Medienunternehmen werden so z.B. für Verlagshäuser Marktanalysen für neue Produkte durchgeführt sowie Marketingstrategien und Business-Pläne zur Einführung dieser Produkte entwickelt.</li> </ul>				
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnis der spezifischen Vermarktung von Medienprodukten auf Rezipienten- und Werbemärkten</li> <li>• Verständnis der kommunikativen Bedürfnisse von Werbetreibenden und Erstellung adäquater Kommunikationsstrategien</li> <li>• Kenntnis der Marketinginstrumente auf den Rezipienten- und den Werbemärkten sowie deren Einsatzmöglichkeiten; Erstellung integrierter Marketingmaßnahmen</li> </ul>				
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fähigkeit, Medienprodukte auf Rezipienten- und Werbemärkten zu vermarkten</li> <li>• Fähigkeit, Kommunikationsstrategien für Werbetreibende zu erstellen</li> <li>• Fähigkeit, Marketinginstrumente auf Rezipienten- und Werbemärkten adäquat einzusetzen; Entwicklung integrierter Marketingansätze</li> <li>• Teamfähigkeit, Präsentationsstärke</li> </ul>				
Art des Moduls	Medienwirtschaftliches Modul				
Studienabschnitt	1., 2. und 3. Semester				
Zulassungsvoraussetzungen	Keine				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement				
Lehrende	Lehrende/Lehrbeauftragte des Instituts für Publizistik				
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>					
Titel	Art	Verpflichtungs- grad (Pfl./Wpfl.)	SWS	Leistungs- punkte [cr]	Semester [WiS/SoS]
Content- und Anzeigenvermarktung	UE	Pfl.	2	4	WiS
Integrierte Kommunikation	VL	Pfl.	2	2	WiS
Medienmarketing	SE	Pfl.	2	5	SoS
Gruppengröße	35 (Seminar und Übung), offen (Vorlesung)				
Prüfungsleistungen	Kumulierte Modulprüfung: Klausur VL (45 Min.), Projektbericht (SE)				
Modulnote	Arithmetisches Mittel der kumulierten Modulprüfungen				
Sonstiges	-				

<b>Modul 3</b>		<b>Medienbetriebslehre</b>			
Modus	Leistungs- punkte [cr]	Turnus	SWS	Arbeitsauf- wand [h]	Dauer
	10	jährlich	6	300	2 Semester
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In der Vorlesung werden medienspezifische Aspekte des Marketing-Mix, der Organisation und Führung, der Finanzierung sowie der Internationalisierung behandelt.</li> <li>• In der Übung werden im Rahmen von Fallstudien Entscheidungssituationen von Medienunternehmen simuliert. Die Studierenden versetzen sich in die Lage von Führungskräften und entwerfen Lösungsvorschläge. Durch Übungsaufgaben werden ferner Inhalte der Vorlesung vertieft.</li> <li>• Im Oberseminar werden Controlling-Konzepte für Medienunternehmen besprochen. Weitere Inhalte sind die Finanzierung und Bewertung von Medienunternehmen und neuen Projekten. Dies wird anhand von Excel-Simulationen nachgebildet und geübt. Exkursionen zu Controlling-Abteilungen verschiedener Medienunternehmen ergänzen den Einblick in die Controlling-Praxis.</li> </ul>				
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnis der Spezifika von Medienunternehmen; Anwendung betriebswirtschaftlicher Theorien und Instrumente auf die Analyse von und auf Entscheidungen in Medienunternehmen</li> <li>• Analyse verschiedener Marktsituationen und Beurteilung von Handlungsalternativen</li> <li>• Know-how in den Bereichen Controlling, Finanzierung und Bewertung von Medienunternehmen und -projekten</li> </ul>				
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fähigkeit, Entscheidungen für Medienunternehmen vorzubereiten und zu treffen</li> <li>• Fähigkeit, Controlling-Konzepte anzuwenden und Medienunternehmen und -projekte zu bewerten</li> <li>• Teamfähigkeit, Präsentationsstärke</li> </ul>				
Art des Moduls	Medienwirtschaftliches Modul				
Studienabschnitt	2. und 3. Semester				
Zulassungsvoraussetzungen	Keine				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement				
Lehrende	Lehrende/Lehrbeauftragte des Instituts für Publizistik				
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>					
Titel	Art	Verpflichtungs- grad (Pfl./Wpfl.)	SWS	Leistungs- punkte [cr]	Semester [WiS/SoS]
Medienbetriebslehre	VL	Pfl.	2	2	SoS
Medienbetriebslehre	UE	Pfl.	2	3	SoS
Mediencontrolling	SE	Pfl.	2	5	WiS
Gruppengröße	35 (Seminar), offen (Vorlesungen und Übung)				
Prüfungsleistungen	Kumulierte Modulprüfung: Klausur VL/UE (60 Min.), Klausur SE (60 Min.)				
Modulnote	Arithmetisches Mittel der Modulteilprüfungsnoten				
Sonstiges	Bei einem optionalen Auslandsaufenthalt im 3. Semester muss ein zu dem Seminar Mediencontrolling äquivalenter Schein im Ausland erworben werden.				

<b>Modul 4a</b>	<b>Publizistik</b> (für Studierende mit einem Bachelor in Wirtschaftswissenschaften)				
Modus	Leistungs- punkte [cr]	Turnus	SWS	Arbeitsauf- wand [h]	Dauer
	14	jährlich	10	420	3 Semester
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Im Modul Publizistik werden grundlegende Begriffe und Theorien der Publizistikwissenschaft vermittelt. Dazu gehören die Geschichte der Massenkommunikation und Entwicklung des Faches sowie die Einführung in die Forschungsbereiche Kommunikator-, Aussagen-, Medien-, Rezipienten- und Wirkungsforschung.</li> <li>Darüber hinaus erfolgt eine Auseinandersetzung mit klassischen Studien, zentralen Fragestellungen, Methoden und Forschungsergebnissen, in denen die Ursachen und Funktionen der Mediennutzung unterschiedlicher Personenkreise, Reichweite der Medien und Struktur ihres Publikums untersucht werden.</li> <li>Die Studenten werden zudem in die Klassiker, Geschichte, die Methoden und in die Ergebnisse der Medienwirkungsforschung eingeführt. Weiterhin werden die Wirkung verschiedener Medien, Inhalte und Darstellungsformen vermittelt.</li> </ul>				
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grundlegendes Verständnis der publizistikwissenschaftlichen Forschung (Fachbegriffe, Theorien und Untersuchungsansätze)</li> <li>Kenntnis der zentralen Fragen und Ergebnisse der Nutzungs- und Wirkungsforschung</li> <li>Beurteilung der Nutzung und Wirkung von Publikationen (redaktionelle Beiträge/Werbebotschaften)</li> </ul>				
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verstehen zentraler publizistikwissenschaftlicher Fragestellungen und sozialwissenschaftlicher Zusammenhänge</li> <li>Fähigkeit zur Identifikation zentraler Fragen, Hypothesen, Theorien und Befunde der Publizistikwissenschaft sowie zur Weiterführung der wissenschaftlichen Diskussion</li> </ul>				
Art des Moduls	Kontextmodul				
Studienabschnitt	1., 2. und 3. Semester				
Zulassungsvoraussetzungen	Keine				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement				
Lehrende	Lehrende/Lehrbeauftragte des Instituts für Publizistik				
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>					
Titel	Art	Verpflichtungs- grad (Pfl./Wpfl.)	SWS	Leistungs- punkte [cr]	Semester [WiS/SoS]
Einführung in die Publizistikwissenschaft	VL	Pfl.	2	2	WiS
Mediennutzungsforschung	UE	Pfl.	2	3	WiS
Begriffe und Theorien der Publizistik	PS	Pfl.	2	3	SoS
Einführung in die Wirkungsforschung	VL	Pfl.	2	2	SoS
Seminar	SE	Wpfl.	2	4	WiS
Gruppengröße	30 (Übung, Proseminar, Seminar), offen (Vorlesungen)				
Prüfungsleistungen	Modulabschlussprüfung (120 Min.), Seminararbeit				
Modulnote	Nach LP gewichtetes arithmetisches Mittel der Modulabschlussprüfungsnote und der Seminararbeitsnote				
Sonstiges	Bei einem optionalen Auslandsaufenthalt im 3. Semester muss ein zu dem Wahlpflichtseminar Publizistik äquivalenter Schein im Ausland erworben werden.				

<b>Modul 4b</b>	<b>Wirtschaftswissenschaften</b> (für Studierende mit einem Bachelor in Publizistik/ Kommunikationswissenschaften <b>mit</b> Beifach Wirtschaftswissenschaften)				
Modus	Leistungs- punkte [cr] 21	Turnus jährlich	SWS 22	Arbeitsauf- wand [h] 630	Dauer 3 Semester
Inhalte	<p>Studierende mit einem Bachelor in Publizistik/ Kommunikationswissenschaft und dem Beifach Wirtschaftswissenschaften belegen fünf Veranstaltungen aus dem Bachelor Wirtschaftswissenschaften, die noch nicht im Rahmen des Beifach-Studiums belegt worden sind. Dabei sind Veranstaltungen aus folgenden Bereichen zu wählen:</p> <p>Drei aus den nachfolgenden Veranstaltungen des Bereichs Betriebswirtschaftslehre sowie eine Vorlesung aus einem der folgenden Module im Spezialisierungsstudium:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• BWL (alle 4 cr): Absatzwirtschaft, Externes Rechnungswesen, Operations Management, Internes Rechnungswesen, Finanzwirtschaft, Unternehmensführung</li> <li>• Module des Spezialisierungsstudiums*: Finance &amp; Accounting, Marketing &amp; Management, International Economics (alle 4 cr)</li> </ul> <p>Eine der folgenden Veranstaltungen aus dem Bereich Volkswirtschaftslehre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• VWL (alle 5 cr): Mikroökonomie I, Makroökonomie I</li> </ul>				
Lernziele	Grundlegendes Verständnis der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung und Methodik.				
Schlüsselqualifikationen	Verstehen zentraler wirtschaftswissenschaftlicher Funktionsweisen und Zusammenhänge.				
Art des Moduls	Kontextmodul				
Studienabschnitt	1., 2. und 3. Semester				
Zulassungsvoraussetzungen	Keine				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement				
Lehrende	Lehrende/Lehrbeauftragte des FB 03				
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls **</b>					
Titel	Art	Verpflichtungs- grad (Pfl./Wpfl.)	SWS	Leistungs- punkte [cr]	Semester [WiS/SoS]
Mikroökonomie I	VL/UE	Wpfl.	6	5	SoS
Externes Rechnungswesen	VL/UE	Wpfl.	4	4	SoS
Operations Management	VL/UE	Wpfl.	4	4	WiS
Finanzwirtschaft	VL/UE	Wpfl.	4	4	SoS
Rechnungslegung (Finance & Accounting)	VL/UE	Wpfl.	4	4	SoS
Gruppengröße	offen (Vorlesung)				
Prüfungsleistungen	Kumulierte Modulprüfung: Klausur pro Lehrveranstaltung (90-120 Min.)				
Modulnote	Arithmetisches Mittel der Modulteilprüfungsnoten				

\* Aus diesen Modulen können nur folgende Veranstaltungsarten besucht werden: VL oder VL mit Übung.  
\*\* Die Beschreibungen der zur Wahl stehenden Lehrveranstaltungen entnehmen Sie den Modulbeschreibungen des Bachelor Wirtschaftswissenschaften. Diese Aufstellung stellt nur eine Beispielskombination dar.

<b>Modul 4c</b>	<b>Wirtschaftswissenschaften</b> (für Studierende mit einem Bachelor in Publizistik/ Kommunikationswissenschaften <b>ohne</b> Beifach Wirtschaftswissenschaften)				
Modus	Leistungs- punkte [cr] 21	Turnus jährlich	SWS 22	Arbeitsauf- wand [h] 630	Dauer 3 Semester
Inhalte	Studierende mit einem Bachelor in Publizistik/ Kommunikationswissenschaft ohne Kenntnisse in Wirtschaftswissenschaften belegen folgende fünf Veranstaltungen aus dem Bachelor Wirtschaftswissenschaften: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in die VWL</li> <li>• Absatzwirtschaft</li> <li>• Unternehmensführung</li> <li>• Externes Rechnungswesen</li> <li>• Internes Rechnungswesen</li> </ul>				
Lernziele	Grundlegendes Verständnis der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung und Methodik.				
Schlüsselqualifikationen	Verstehen zentraler wirtschaftswissenschaftlicher Funktionsweisen und Zusammenhänge.				
Art des Moduls	Kontextmodul				
Studienabschnitt	1., 2. und 3. Semester				
Zulassungsvoraussetzungen	Keine				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement				
Lehrende	Lehrende/Lehrbeauftragte des FB 03				
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>					
Titel	Art	Verpflichtungs- grad (Pfl./Wpfl.)	SWS	Leistungs- punkte [cr]	Semester [WiS/SoS]
Einführung in die VWL	VL/UE	Pfl.	6	5	WiS
Absatzwirtschaft	VL/UE	Pfl.	4	4	WiS
Externes Rechnungswesen	VL/UE	Pfl.	4	4	SoS
Unternehmensführung	VL/UE	Pfl.	4	4	SoS
Internes Rechnungswesen	VL/UE	Pfl.	4	4	WiS
Gruppengröße	offen (Vorlesung)				
Prüfungsleistungen	Kumulierte Modulprüfung: Klausur pro Lehrveranstaltung (90-120 Min.)				
Modulnote	Arithmetisches Mittel der Modulteilprüfungsnoten				

<b>Modul 5</b>		<b>Medienrecht</b>			
Modus	Leistungspunkte [cr]	Turnus	SWS	Arbeitsaufwand [h]	Dauer
	7	jährlich	6	210	2 Semester
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Medienrecht beruht auf zahlreichen unterschiedlichen Regelungen. In diesem Modul lernen die Studierenden die wichtigsten Grundlagen kennen und vertiefen ihre Kenntnisse in einigen besonders praxisrelevanten Bereichen. Zu den Themen gehören unter anderem: Product-Placement, das Recht am eigenen Bild, das Zeugnisverweigerungsrecht und Jugendmedienschutz.</li> <li>• Im Bereich des Presserechts werden die Grundlagen der Pressefreiheit dargestellt und die zivilrechtliche Haftung im Bereich der Wort- und Bildberichterstattung in der Weise erörtert, dass sie für den praktischen Gebrauch geeignet sind. Weiterhin wird auf die Regelungen der Landespressegesetze eingegangen. Hierzu gehören vor allem das Gegendarstellungsrecht, der Informationsanspruch der Presse sowie die Regelungen zur Durchsuchung und Beschlagnahme. Auch das Pressearbeitsrecht soll ausführlich besprochen werden.</li> <li>• Weiterhin werden die verfassungsrechtlichen Grundlagen der Rundfunkfreiheit und die Ordnung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks erörtert. Die rechtlichen Grundlagen des privaten Rundfunks werden nach den Urteilen des Bundesverfassungsgerichts, den Landesrundfunkgesetzen sowie des Rundfunkstaatsvertrages geschildert. Die Staatsfreiheit, der Pluralismus, die Programmfreiheit und Fragen der Verbreitung des privaten Rundfunks werden eingehend dargestellt.</li> </ul>				
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnis des Medienrechts sowie der zentralen rechtlichen Regelungen und Rolle verschiedener Institutionen auf nationaler Ebene</li> </ul>				
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Befähigung, Auswirkungen politischer und rechtlicher Entscheidungen auf nationaler Ebene zu erkennen und zu verstehen.</li> </ul>				
Art des Moduls	Kontextmodul				
Studienabschnitt	1. und 2. Semester				
Zulassungsvoraussetzungen	Keine				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement				
Lehrende	Lehrende/Lehrbeauftragte des FB 02/FB 03				
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>					
Titel	Art	Verpflichtungsgrad (Pfl./Wpfl.)	SWS	Leistungspunkte [cr]	Semester [WiS/SoS]
Medien-/Presse-/ Rundfunkrecht I	VL	Pfl.	2	2	WiS
Grundbegriffe des Medienrechts	UE	Pfl.	2	3	WiS
Medien-/Presse-/ Rundfunkrecht II	VL	Pfl.	2	2	SoS
Gruppengröße	30 (Übung), offen (Vorlesung)				
Prüfungsleistungen	Kumulierte Modulprüfung: Klausur (VL), Klausur/Hausarbeit (UE)				
Modulnote	Arithmetisches Mittel der Modulteilprüfungsnoten				
Sonstiges	-				

<b>Modul 6</b>		<b>Journalismus / Medienproduktion</b>			
Modus	Leistungs- punkte [cr]	Turnus	SWS	Arbeitsauf- wand [h]	Dauer
	15	jährlich	10	450	3 Semester
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Modul Journalismus/ Medienproduktion behandelt verschiedene Aspekte des Journalismus und der Erstellung medialer Inhalte.</li> <li>• In der einführenden Vorlesung werden u.a. verschiedene Journalismus-Begriffe, die Funktion des Journalismus in der parlamentarischen Demokratie sowie die sich daraus ableitenden Anforderungen an die Aufgabenerfüllung durch Journalisten behandelt. Weitere Bestandteile der Vorlesung sind der Qualitätsbegriff im Journalismus, ein Überblick über den Medienmarkt und das Thema Medienethik.</li> <li>• Die Vorlesung „Online-Kommunikation“ gibt einen Überblick über verschiedene Forschungsfelder der kommunikativen Besonderheiten des Mediums Internet.</li> <li>• Die Übung Medienproduktion vermittelt grundlegende Einblicke in den Entstehungsprozess von Medienprodukten und führt in die digitale, webbasierte Medienproduktion ein.</li> <li>• In den Übungen zur Methodenlehre wenden die Studierenden theoretisch Erlerntes in konkreten Projekten an. Die Schwerpunkte liegen hierbei zum einen bei der Erstellung von Nachrichten, zum anderen bei der Erstellung von Inhalte für multimediale Darstellungsformen.</li> </ul>				
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnis der grundlegenden Techniken zur Erstellung journalistischer und sonstiger kreativer Inhalte</li> <li>• Kenntnis der Arbeitsbedingungen in der Medienproduktion</li> </ul>				
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erwerb journalistischer Kompetenzen</li> <li>• Befähigung zur Auseinandersetzung mit journalistischen und sonstigen kreativen Problemlagen und Entscheidungssituationen</li> <li>• Teamfähigkeit</li> </ul>				
Art des Moduls	Kontextmodul				
Studienabschnitt	1., 2. und 3. Semester				
Zulassungsvoraussetzungen	Keine				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement				
Lehrende	Lehrende/Lehrbeauftragte des Instituts für Publizistik				
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>					
Titel	Art	Verpflichtungs- grad (Pfl./Wpfl.)	SWS	Leistungs- punkte [cr]	Semester [WiS/SoS]
Einführung in den Journalismus	VL	Pfl.	2	2	WiS
Forschungsfelder der Online-Kommunikation	VL	Pfl.	2	2	WiS
Medienproduktion	UE	Pfl.	2	3	SoS
Nachrichtenproduktion	ML	Pfl.	2	4	SoS
Multimediaproduktion	ML	Pfl.	2	4	WiS
Gruppengröße	30 (Übung), offen (Vorlesung)				
Prüfungsleistungen	Modulabschlussprüfung VL/UE (120 Min.)				
Modulnote	Note der Modulabschlussprüfung				
Sonstiges	-				

<b>Modul 7</b>		<b>Medienwirtschaftliche Forschung</b>			
Modus	Leistungs- punkte [cr]	Turnus	SWS	Arbeitsauf- wand [h]	Dauer
	7	jährlich	4	210	2 Semester
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Schwerpunkt des Seminars liegt in der Darstellung und Analyse aktueller Forschungsergebnisse zu ausgewählten medienwirtschaftlichen Themen. Ergänzend werden Techniken zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten vermittelt.</li> <li>• Im Kolloquium erhalten die Studierenden die Möglichkeit, ihr Vorhaben für die Masterarbeit vorzustellen und mit den Teilnehmern der Veranstaltung zu diskutieren.</li> </ul>				
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnis der aktuellen medienwirtschaftlichen Forschung</li> <li>• Finden eines Themas für die Master-Arbeit</li> <li>• Formulierung einer wissenschaftlichen Fragestellung</li> <li>• Strukturierung wissenschaftlicher Problemstellungen</li> <li>• Formulierung eines Exposés zu einem Forschungsvorhaben</li> </ul>				
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fähigkeit zur kritischen Auseinandersetzung mit wissenschaftlichen Texten und Forschungsergebnissen</li> <li>• Aufwerfen wissenschaftlicher Fragestellungen und ihre Bearbeitung</li> </ul>				
Art des Moduls	Forschungszentriertes Modul				
Studienabschnitt	3. und 4. Semester				
Zulassungsvoraussetzungen	Keine				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement				
Lehrende	Lehrende/Lehrbeauftragte des Instituts für Publizistik				
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>					
Titel	Art	Verpflichtungs- grad (Pfl./Wpfl.)	SWS	Leistungs- punkte [cr]	Semester [WiS/SoS]
Ausgewählte medienwirtschaftliche Forschungsergebnisse	SE	Pfl.	2	4	WiS
Forschungskolloquium	KO	Pfl.	2	3	SoS
Gruppengröße	30 (Seminar, Kolloquium)				
Prüfungsleistungen	Seminararbeit (SE)				
Modulnote	Note der Seminararbeit				
Sonstiges	Bei einem optionalen Auslandsaufenthalt im 3. Semester muss ein zu dem Seminar Ausgewählte medienwirtschaftliche Forschungsergebnisse äquivalenter Schein im Ausland erworben werden.				

<b>Modul 8.1</b>		<b>Empirische Methoden (Wahlpflicht)</b>			
Modus	Leistungs- punkte [cr]	Turnus	SWS	Arbeitsauf- wand [h]	Dauer
	9	jährlich	6	270	3 Semester
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Wahlpflichtmodul „Empirische Methoden“ erfolgt eine Einführung in die Wissenschaftstheorie und in die Grundlagen der empirischen Kommunikationsforschung.</li> <li>• In der Methodenübung „Umfrageforschung“ werden wissenschaftliche Erkenntnisse zu verschiedenen Befragungsmethoden vermittelt. Dabei werden u.a. die Herausforderungen für die Stichprobenbildung und die Fragebogenkonstruktion erörtert sowie Techniken zur Erstellung von Befragungen praktisch geübt.</li> <li>• In der Methodenübung „Datenerhebung“ werden grundlegende Kenntnisse quantitativer und qualitativer Methoden der Datenerhebung und -auswertung (Befragung, Inhaltsanalyse, Beobachtung, Experiment, Leitfadenterview, Gruppendiskussion) vermittelt.</li> <li>• Die Methodenübung „Datenanalyse mit SPSS“ vermittelt den Studierenden Kenntnisse im Umgang mit statistischer Software zur Auswertung erhobener Daten.</li> </ul>				
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnis der theoretischen (Konzeptionen, Effekte) und praktischen (Durchführung) Standards sowie der Qualitätskriterien der Umfrageforschung</li> <li>• Kenntnis des Methodeninventars der empirischen Kommunikationsforschung</li> <li>• Kenntnisse der Anwendung grundlegender statistischer Prozeduren mittels Computer-Software</li> </ul>				
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Methodenkompetenz zur Durchführung von Datenerhebungen</li> <li>• Beherrschung der Qualitätskriterien der Umfrageforschung</li> <li>• Befähigung zur Interpretation quantitativer und qualitativer empirischer Befunde</li> <li>• Befähigung zur kritischen Methodenreflexion</li> </ul>				
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul				
Studienabschnitt	2., 3. und 4. Semester				
Zulassungsvoraussetzungen	Keine				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement				
Lehrende	Lehrende/Lehrbeauftragte des Instituts für Publizistik				
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>					
Titel	Art	Verpflichtungs- grad (Pfl./Wpfl.)	SWS	Leistungs- punkte [cr]	Semester [WiS/SoS]
Umfrageforschung/ Befragung	ML	Pfl.	2	3	SoS
Methoden der Publizistik- wissenschaft	VL	Pfl.	2	3	WiS
Datenanalyse mit SPSS	ML	Pfl.	2	3	SoS
Gruppengröße	30 (Methodenkurse)				
Prüfungsleistungen	Klausur in der VL (45 Min.), erfolgreiche Teilnahme an den Methoden- übungen Umfrageforschung und SPSS				
Modulnote	Note der Modulabschlussprüfung				
Sonstiges	-				

<b>Modul 8.2</b>		<b>Buchwissenschaft (Wahlpflicht)</b>			
Modus	Leistungs- punkte [cr]	Turnus	SWS	Arbeitsauf- wand [h]	Dauer
	9	jährlich	6	270	1-2 Semester
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rolle und Bedeutung des Buches bei der Vermittlung von Wissen und Information von der Antike bis in die Gegenwart</li> <li>• Geschichte des Buchdrucks von Gutenberg bis zum Internet</li> <li>• Analyse von Schrift- und Druckgeschichte, Buchhandel und Buchherstellung unter sozialen, gesellschaftlichen und kulturellen Gesichtspunkten</li> <li>• Frage nach Zensur, Leserlenkung und Medienkonkurrenz sowie nach geistes-, rechts- und wirtschaftswissenschaftlichen Aspekten des Buches und seiner Verbreitung</li> <li>• Untersuchung von Problemen der Gegenwart auf Basis von Fallbeispielen aus der Geschichte des Buches, z.B. die Debatte über das Recht des Autors an seinen Werken, die Einführung eines Urheberrechts in der Mitte des 19. Jahrhunderts und die Veränderung im Urheberrecht unter globaler, elektronischer Vernetzung</li> </ul>				
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnis der Bedeutung des Kulturgutes Buch und seiner geschichtlichen Entwicklung bis hin zu aktuellen Fragestellungen</li> </ul>				
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Befähigung zum Verständnis von Problemen der Gegenwart auf Basis von Fallbeispielen aus der Geschichte des Buches</li> </ul>				
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul				
Studienabschnitt	2. und 3. Semester				
Zulassungsvoraussetzungen	Keine				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement				
Lehrende	Lehrende/Lehrbeauftragte des Instituts für Buchwissenschaft				
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>					
Titel	Art	Verpflichtungs- grad (Pfl./Wpfl.)	SWS	Leistungs- punkte [cr]	Semester [WiS/SoS]
Verlagswirtschaft	PS	Pfl.	2	4	WiS/SoS
Formen der Buchdistribution	UE	Pfl.	2	3	WiS
Einführung in die Buchwissenschaft	VL	Pfl.	2	2	WiS/SoS
Gruppengröße	-				
Prüfungsleistungen	PS: Klausur, mündl. Prüfung oder Hausarbeit (legt Dozent fest). UE: erfolgreich bestandenenes Referat				
Modulnote	Note der Prüfungsleistung im PS				
Sonstiges	-				

<b>Modul 8.3</b>		<b>Filmwissenschaft (Wahlpflicht)</b>			
Modus	Leistungs- punkte [cr]	Turnus	SWS	Arbeitsauf- wand [h]	Dauer
	9	jährlich	6	270	1-2 Semester
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse des Films als eigenständige Kunstform, Lehr- und Informationsmittel, Werbeträger und Unterhaltung, Propaganda und historisches Dokument</li> <li>• Geschichte, künstlerische Regeln und Theorie des Spiel- und Dokumentarfilms in Kino und Fernsehen, z.B. auf Basis des Werkes eines Regisseur oder bestimmten Filmgattungen und Sendeformen (Fernsehspiel, dokumentarische Formen, Serien)</li> <li>• Filmindustrie, Wirkung des Films und Filmkritik, Film im Verhältnis zu den anderen Künsten</li> <li>• Wissenschaftliche Analyse und Erprobung filmpraktischer Aspekte wie Drehbuch, Schauspielerführung, Regie und Schnitt.</li> </ul>				
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erwerb grundlegender Kenntnisse der Film- und Fernsehgeschichte</li> <li>• Kenntnis theoretischer Konzepte; Befähigung zur Untersuchung ästhetischer Strukturen</li> <li>• Einübung unterschiedlicher Interpretationsmethoden</li> <li>• Fokus auf Spielfilmen und Dokumentarfilmen in Kino und Fernsehen</li> </ul>				
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Befähigung zur Analyse von Filmen; Verständnis der Filmindustrie</li> <li>• Einordnung des Films im Verhältnis zu den anderen Künsten</li> <li>• Befähigung zur wissenschaftlichen Analyse und Bewertung filmpraktischer Aspekte wie Drehbuch, Schauspielerführung, Regie und Schnitt</li> </ul>				
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul				
Studienabschnitt	2. und 3. Semester				
Zulassungsvoraussetzungen	Keine				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement				
Lehrende	Lehrende/Lehrbeauftragte des Instituts für Filmwissenschaft				
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>					
Titel	Art	Verpflichtungs- grad (Pfl./Wpfl.)	SWS	Leistungs- punkte [cr]	Semester [WiS/SoS]
Filmgeschichte 1 oder 2	VL	Pfl.	2	3	WiS/SoS
Einführung in die Filmanalyse	PS	Pfl.	4	6	WiS/SoS
Gruppengröße	--				
Prüfungsleistungen	VL: Klausur (60 Min.); PS: ggf. erfolgreich bestandenes Referat und/oder Hausarbeit				
Modulnote	Note der Klausur				
Sonstiges	--				

<b>Modul 8.4</b>		<b>Musikwissenschaft (Wpfl.)</b>			
Modus	Leistungs- punkte [cr]	Turnus	SWS	Arbeitsauf- wand [h]	Dauer
	9	jährlich	6	270	2 Semester
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen, Erscheinungsformen und Wirkungsweisen der Musik</li> <li>• Historische Musikwissenschaft (Musikgeschichte): Erforschung der Geschichte der abendländischen Musik; Erschließung der musikgeschichtlichen Quellen, die Rekonstruktion und Interpretation der Epochen und Stile der Musikgeschichte, die Biographie der Komponisten und die wissenschaftliche Interpretation der Musikwerke</li> <li>• Systematische Musikwissenschaft: Analyse der physikalischen, physiologischen, psychologischen und soziologischen Grundlagen und Phänomene der Musik</li> <li>• Musikethnologie: Untersuchung der Musik außerhalb der abendländischen Kunstmusik</li> <li>• Musikinformatik, Studioteknik und Multimedia-Anwendungen</li> </ul>				
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausbildung des musikalischen Verständnisses</li> <li>• Begreifen und Erklären von Musik als akustisches und ästhetisches Phänomen</li> <li>• Kritische Einordnung von Kompositionen in die geschichtlichen und kulturellen Bedingungen ihrer Entstehungszeit und unserer Gegenwart</li> </ul>				
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Befähigung zum musikalischen Verständnis, zum Begreifen und Erklären von Musik als akustischem und ästhetischem Phänomen und zur kritischen Einordnung von Kompositionen in die geschichtlichen und kulturellen Bedingungen ihrer Entstehungszeit und unserer Gegenwart</li> </ul>				
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul				
Studienabschnitt	2. und 3. Semester				
Zulassungsvoraussetzungen	Keine				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement				
Lehrende	Lehrende/Lehrbeauftragte des Instituts für Musikwissenschaft				
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>					
Titel	Art	Verpflichtungs- grad (Pfl./Wpfl.)	SWS	Leistungs- punkte [cr]	Semester [WiS/SoS]
Einführung in die Musikwissenschaft	UE	Pfl.	2	3	SoS
Musikgeschichte im Überblick	VL	Pfl.	2	3	SoS
Historisches oder systematisches Proseminar	PS	Wpfl.	2	3	WiS
Gruppengröße	30 (Übung, Proseminar), offen (Vorlesung)				
Prüfungsleistungen	Modulabschlussprüfung (90 Min.)				
Modulnote	Note der Modulabschlussprüfung				
Hinweis	<p>Die Klausur im SoS behandelt die Stoffe der Übung „Einführung in die Musikwissenschaft“ und der Vorlesung „Musikgeschichte im Überblick“ zu gleichen Teilen. Das Bestehen der Klausur ist Voraussetzung zur Teilnahme am Proseminar.</p> <p>Zur Anerkennung der schriftlichen Leistung als Modulprüfung muss im Rahmen des Proseminars zusätzlich ein Referat zu einem vereinbarten Thema gehalten werden.</p>				

<b>Modul 8.5</b>		<b>Theaterwissenschaft (Wahlpflicht)</b>			
Modus	Leistungs- punkte [cr]	Turnus	SWS	Arbeitsauf- wand [h]	Dauer
	9	Jährlich	6	270	1 Semester
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anhand aktueller Beispiele aus der Inszenierungspraxis und der zeitgenössischen Dramenproduktion werden in der Vorlesung und im Seminar Modelle und Methoden der Inszenierungs-, Aufführungs- und Dramenanalyse diskutiert und angewendet. Es soll ein Vokabular eingeübt werden, das für die Analyse und Beschreibung von Theateraufführungen anwendbar ist und es möglich macht, sich intersubjektiv über „Theater“ zu verständigen.</li> <li>Der analytische Blick wird in einer theaterpraktischen Übung geschult und das Bewusstsein für die Bandbreite theatraler Ausdrucksformen (Schauspiel, Oper, Tanztheater, rituelles Theater, Performance) sowie die mediale Verfasstheit von Theater (Aufführung als „Live“-Erlebnis, Fernseh-/ Videoaufzeichnung) wird geweckt.</li> </ul>				
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anwendung der Methoden und Modelle zur Aufführungs- bzw. Inszenierungsanalyse, Erwerb von „analytischem Handwerkszeug“</li> <li>Kompetente Anwendung theateranalytischer Terminologie</li> <li>Kritisches Bewusstsein für die Spezifik von Theater und den differenzierten Umgang mit Quellen</li> </ul>				
Schlüsselqualifikationen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eigenständige Analyse von Inszenierungen und Aufführungen</li> <li>Verbindung zwischen analytischen Befunden und wissenschaftstheoretischen Ansätzen kann hergestellt werden</li> </ul>				
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul				
Studienabschnitt	3. Semester				
Zulassungsvoraussetzungen	Keine				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement				
Lehrende	Lehrende/Lehrbeauftragte des Instituts für Theaterwissenschaft				
<b>Lehrveranstaltungen des Moduls</b>					
Titel	Art	Verpflichtungs- grad (Pfl./Wpfl.)	SWS	Leistungs- punkte [cr]	Semester [WiS/SoS]
Gegenwartstheater	VL	Pfl.	2	2	WiS
Analysemethoden der Theaterwissenschaft	SE	Pfl.	2	5	WiS
„Theater sehen!“	UE	Wpfl.	2	2	WiS
Gruppengröße	30 (Übung), offen (Vorlesung)				
Prüfungsleistungen	SE: Seminararbeit				
Modulnote	Note der Seminararbeit				
Sonstiges	-				