

Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig

Studienordnung Masterstudiengang Crossmedia Management

- StudO- CMM -

Fassung vom 9. Oktober 2012 auf der Grundlage von §§ 13 Abs. 4, 36 SächsHSG

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Maskuline Personenbezeichnungen in dieser Ordnung gelten gleichermaßen für Personen weiblichen Geschlechts.

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Studienordnung legt auf der Grundlage der zugehörigen Prüfungsordnung das Studienziel, die Zulassungsvoraussetzungen, den Aufbau und den Inhalt des Masterstudiengangs Crossmedia Management an der Fakultät Medien der HTWK Leipzig fest. Der Masterstudiengang Crossmedia Management wird gemeinsam mit der Universität Leipzig im Rahmen der Kooperation mit der Leipzig School of Media durchgeführt.

(2) Der Verlauf des Studiums ist im **integrierten Studienablauf- und Prüfungsplan** (vgl. **Anlage der Prüfungsordnung**) ausgewiesen. Er hat insoweit empfehlenden Charakter, als bei seiner Beachtung der Mastergrad innerhalb der Regelstudienzeit von vier Semestern erreicht werden kann. Der integrierte Studienablauf- und Prüfungsplan wird durch die **Modulbeschreibungen** (vgl. **Anlage**) für den Masterstudiengang Crossmedia Management konkretisiert.

§ 2 Studienziel

- (1) Der Masterstudiengang Crossmedia Management ist ein weiterbildender Masterstudiengang.
- (2) Es handelt sich um einen anwendungsorientierten Studiengang.
- (3) Im Aufbaustudium Crossmedia Management sollen entsprechend den allgemeinen Zielen des Studiums gemäß § 15 SächsHSG unter besonderer Berücksichtigung der Anforderungen und Veränderungen in der Berufswelt grundlegende Kenntnisse, Fähigkeiten und Methoden so vermittelt werden, dass diese zu beruflichen Tätigkeiten auf wissenschaftlicher Basis, zu kritischer Einordnung wissenschaftlicher Erkenntnisse und zu verantwortlichem interdisziplinärem Handeln befähigen. Darüber hinaus soll durch den Studiengang die ständige Erneuerung, Erweiterung und Vertiefung des mit dem ersten berufsqualifizierenden Abschluss erworbenen Wissens und Könnens ermöglicht werden. Die Studieninhalte berücksichtigen die beruflichen Erfahrungen. Ziel des Studiengangs ist die systematische Vermittlung der Inhalte im Bereich Crossmedia Management.
- (4) Insbesondere sollen die Studierenden befähigt werden, im Rahmen des Studiums erlangte Kompetenzen und Fertigkeiten für die Konzeption, Produktion und Distribution von Inhalten im Hinblick auf die crossmediale Verwertung in analogen und digitalen Medien einzusetzen.
- (5) Der Studiengang Crossmedia Management wird mit dem Master of Science als weiterem berufsqualifizierenden Abschluss beendet.

§ 3 Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Die Zulassung zum Studium bestimmt sich nach den einschlägigen hochschulrechtlichen Bestimmungen, insbesondere nach dem Sächsischen Hochschulgesetz, dem Sächsischen Hochschulzulassungsgesetz und der Sächsischen Studienplatzvergabeverordnung sowie nach der Immatrikulationsordnung und Masterauswahlordnung der HTWK Leipzig.
- (2) Die allgemeine Qualifikation für das Studium wird durch einen berufsqualifizierenden Hochschulabschluss nachgewiesen.
- (3) Fachspezifische Zugangsvoraussetzungen sind:
 - einschlägige berufspraktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr.

In Zweifelsfällen entscheidet der Prüfungsausschuss.

§ 4 Aufbau und Inhalt des Studiums

(1) Das Studium wird zum Wintersemester aufgenommen und umfasst vier Semester Regelstudienzeit.

(2) Die Durchführung des Studiengangs erfolgt als (berufsbegleitender) Studiengang in Kombination von Präsenz- und Selbststudium sowie ergänzenden E-Learning-basierten Fernlehreinheiten. Die Studieninhalte werden in Modulen vermittelt (modularer Aufbau). Module bezeichnen einen Verbund zeitlich begrenzter, in sich geschlossener, inhaltlich oder methodisch ausgerichteter Lehrveranstaltungen. Jedes Modul wird mit einer Modulprüfung abgeschlossen, die nach Maßgabe des Prüfungsplans aus einer oder mehreren Prüfungen bestehen kann. Für erfolgreich absolvierte Module werden entsprechend ihrem hierzu erforderlichen Zeitaufwand für

- a.) die Teilnahme an Lehrveranstaltungen,
- b.) die Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen,
- c.) die Durchführung des Praxisprojektes,
- d.) das Selbststudium sowie
- e.) die Vorbereitung auf und die Ablegung von Prüfungen

(sog. Arbeitslast oder workload) Punkte nach dem **European Credit Transfer and Accumulation System** (Leistungspunkte) vergeben. Ein Leistungspunkt entspricht für einen durchschnittlich leistungsfähigen Studenten einer Arbeitslast von 30 Zeitstunden.

(3) Vermittlungsformen sind

- Vorlesung mit seminaristischem Charakter (VS)
- Vorlesung mit integrierter Übung (VÜ)
- Seminar (S)
- Übung (Ü)
- Projekt (P); dient der Vertiefung von praktischen Kenntnissen, die durch das Studium erworben wurden. Dabei werden typische Problemstellungen aus der Praxis bearbeitet, die in ihrer Gesamtheit ein virtuelles Praxisprojekt lösen.
- Fernlerneinheiten (E-Learning); dienen der Vor- und Nachbereitung und der Begleitung der Präsenzlehreinheiten. Durch Studienbriefe und Fallstudien, die den Studierenden über das Internet verfügbar gemacht werden, können die Präsenzlehreinheiten vorbereitet bzw. vertieft werden.

(4) Der erfolgreiche Abschluss des Studiums erfordert den Erwerb von 120 Leistungspunkten, davon entfallen 20 Leistungspunkte auf die Masterarbeit.

(5) Das Masterstudium beinhaltet eine Projektarbeit (PA).

§ 5 Studienberatung

- (1) Die Studienberatung zu allgemeinen, nicht studiengangsspezifischen Fragen sowie zu Fragen der Einschreibung für einen Studiengang erfolgt durch die Geschäftsführung der Leipzig School of Media sowie die allgemeine Studienberatung des Dezernates für Studienangelegenheiten der HTWK Leipzig. Diese Beratung erstreckt sich insbesondere auf Fragen der Studienmöglichkeiten und allgemeine studentische Angelegenheiten.
- (2) Auskünfte zu Fragen hinsichtlich einer Prüfung erteilt der Vorsitzende des Prüfungsausschusses oder in dessen Auftrag die Geschäftsführung der Leipzig School of Media.
- (3) Die Studienfachberatung zu spezifischen Fragen des Studiengangs erfolgt durch den Studiengangsverantwortlichen oder in dessen Auftrag durch die fachlich zuständigen Professoren bzw. Lehrbeauftragten.
- (4) Studierende, die bis zum Beginn des 3. Semesters keine Prüfungsleistung erbracht haben, müssen an der Studienfachberatung teilnehmen.

§ 6 Studienkommission

- (1) Für die Organisation und Durchführung des Studiums wird durch den Fakultätsrat der Fakultät Medien im Benehmen mit dem zuständigen Fachschaftsrat eine Studienkommission bestellt.
- (2) Die Studienkommission besteht aus sechs Mitgliedern. Drei sind eigenständig Lehrende an der HTWK Leipzig, drei Studierende im Studiengang Crossmedia Management. Der Fakultätsrat wählt auf Vorschlag des Dekans einen der Fakultät angehörenden Professor zum Studiendekan. Er ist Vorsitzender und Mitglied der Studienkommission.
- (3) Die Studienkommission behandelt alle im Zusammenhang mit der Organisation und Durchführung des Studiums auftretenden Fragen. Entscheidungen werden mit der Mehrheit der anwesenden Mitglieder getroffen.
- (4) Der Studiendekan ist befugt, an Stelle der Studienkommission unaufschiebbare Entscheidungen selbst zu treffen. Hiervon hat er die Studienkommission unverzüglich in Kenntnis zu setzen. Darüber hinaus kann die Studienkommission dem Studiengangsverantwortlichen auch die Erledigung von einzelnen Aufgaben widerruflich übertragen.
- (5) Die Mitglieder des Studiengangsausschusses können auch Mitglieder des Prüfungsausschusses nach § 15 der Prüfungsordnung sein.

§ 7 **Schlussbestimmungen**

(1) Die Studienordnung des Masterstudiengangs Crossmedia Management wurde am 27. September 2012 vom Fakultätsrat der Fakultät Medien beschlossen und lag dem Senat in seiner Sitzung am 26. September 2012 zur Stellungnahme vor. Sie tritt am Tage nach der Genehmigung durch das Rektorat¹ in Kraft.

(2) Die Studienordnung für den Masterstudiengang Crossmedia Management wird im Internetportal der HTWK Leipzig unter www.htwk-leipzig.de veröffentlicht.


Anlagen

Modulbeschreibungen


¹ genehmigt durch Beschluss vom 9. Oktober 2012

Fakultät Medien Masterstudiengang Crossmedia Management		Kennzahl GAV			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	Pflichtmodul Grundlagen Audio- und Videoproduktion N.N. (Professur Multimedia-Produktionssysteme und –technologien, HTWK Leipzig)				
Moduldauer	1 Semester				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Fachsemester/jedes Wintersemester		
Leistungspunkte *)	10		10		
Unterrichtssprache	Deutsch				
Arbeitsaufwand	GAV 1: Vorlesung mit seminaristischem Charakter „Videotechnik“: Präsenzzeit 20 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 100 h GAV 2: Vorlesung mit seminaristischem Charakter „Audiotechnik“: Präsenzzeit 20 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 100 h GAV 3: Übung „AV-Technik“: Präsenzzeit 20 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 40 h				
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine				
Lernziele/Kompetenzen	Audiovisuelle Medien sind wichtige Mittler von Informationen und Emotionen. Die Studierenden lernen technische Voraussetzungen und Verfahrensweisen kennen, die für crossmediale Produktionen und die Arbeitsabläufe im Medienbereich essentiell sind. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kennen die Studierenden grundlegende Technologien digitaler und analoger Signalübertragung. Sie kennen deren Anwendungsbereiche im Kontext crossmedialer Produktionsabläufe. Sie können Produktionsabläufe eigenständig planen und umsetzen.				
Lehrinhalte	Baustein GAV 1 vermittelt die Grundlagen der analogen und digitalen Videosignalübertragung, Kameratechnik, Videoschnittsysteme, Videoformate und TV-Studiotechnik insbesondere im Hinblick auf die crossmediale Verwertung der erstellten Medien. Praktische Übungen ergänzen die vermittelten theoretischen Wissensgrundlagen. Baustein GAV 2 vermittelt grundlegende und weiterführende Kenntnisse über Technologien, Verfahrensweisen, Anwendungsmöglichkeiten und Zusammenhänge in der Audiotechnik. In Übungen werden die theoretischen Inhalte praktisch angewendet und vertieft. Baustein GAV 3 werden die Themen der anderen Bausteine in einem Praxisprojekt zusammengeführt. Die Studierenden erstellen eine praxisnahe Audio- und Videoproduktion.				
Prüfungsvorleistungen	Keine				
Lehrinheitsformen und Prüfungen	Lehrform	Titel der Lehrinheit	SWS	Prüfungsleistung	Leistungs- punkte *)
	VS	Videotechnik	1,33	PJ (8 Wochen)	4
	VS	Audiotechnik	1,33		4
	Ü	AV-Technik	1,33		2
Literaturempfehlungen	Aktuelle Literaturhinweise erfolgen jeweils zu Beginn des Semesters Zur Vorbereitung: - Dickreiter, M.: Handbuch der Tonstudiotechnik. Hirzel, ISBN 3777611999 - Schmidt, U.: Professionelle Videotechnik. Springer, ISBN 3540668543 - Möllering, D.; Slansky, P. C.: Handbuch der professionellen Videoaufnahme. Edition filmwerkstatt, ISBN 3980258130				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Crossmedia Management				

*) 1 Leistungspunkt (LP) = 30 Aufwandsstunden


Fakultät Medien Masterstudiengang Crossmedia Management		Kennzahl CMP			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	Pflichtmodul Crossmediales Produzieren N.N. (Professur Medienadäquate Inthaltaufbereitung, HTWK Leipzig) Prof. Dr.-Ing. Robert Müller (Professur Multimedia-Datenbanken, HTWK Leipzig)				
Moduldauer	1 Semester				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Fachsemester/jedes Wintersemester		
Leistungspunkte *)	10		10		
Unterrichtssprache	Deutsch				
Arbeitsaufwand	CMP 1: Vorlesung mit integrierter Übung „Medienkonforme Inhaltsentwicklung“: Präsenzzeit 30 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 120 h CMP 2: Vorlesung mit integrierter Übung „Medienneutrale Datenhaltung“: Präsenzzeit 30 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 120 h				
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine				
Lernziele/Kompetenzen	Crossmediales Produzieren bedingt, die Randbedingungen der einzelnen Medien zu kennen und bei der Erstellung zu berücksichtigen. Die Studierenden lernen, ihr Grundlagenwissen in den Bereichen medienkonformer Inhaltsentwicklung und medienneutraler Datenhaltung speziell unter einem crossmedialen Blickwinkel aufzufrischen und zu vertiefen. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kennen die Studierenden grundlegende konzeptionelle Herangehensweisen bei unterschiedlichen Medien und können diese für eigene Produktionen anwenden. Sie kennen die Prinzipien der medienneutralen Datenhaltung und beherrschen den Umgang mit Markupsprachen.				
Lehrinhalte	Baustein CMP 1 vermittelt, wie aus Ideen Inhalte für unterschiedliche Medien entstehen und konzeptionell gefasst werden können. So werden bspw. Drehbücher für lineare und interaktive Medien erstellt, Spielideen entwickelt, Konzepte für Webseiten strukturiert und elaboriert. Baustein CMP 2 vermittelt die Grundlagen der medienneutralen Datenhaltung als zentrales Element für crossmediales Produzieren. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf den Markupsprachen.				
Prüfungsvorleistungen	Keine				
Lehrinheitsformen und Prüfungen	Lehrform	Titel der Lehreinheit	SWS	Prüfungsleistung	Leistungs- punkte *)
	VÜ	Medienkonforme Inhaltsentwicklung	2	PA (4 Wochen)	5
	VÜ	Medienneutrale Datenhaltung	2	PK (60 Minuten)	5
Literaturempfehlungen	Aktuelle Literaturhinweise erfolgen jeweils zu Beginn des Semesters Zur Vorbereitung: - Petrasch, Th.; Zinke, J.: Videofilm: Konzeption und Produktion. Hanser, ISBN 9783446427570 - Radtke, S. P. et al.: Handbuch visuelle Mediengestaltung. Cornelsen, ISBN 9783589242146 - Vonhoegen, H.: Einstieg in XML. Galileo Press, ISBN 9783836217118				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Crossmedia Management				

*) 1 Leistungspunkt (LP) = 30 Aufwandsstunden


Fakultät Medien Masterstudiengang Crossmedia Management		Kennzahl IT			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	Pflichtmodul Einführung in Aufbau und Nutzung von Internettechnologien Prof. Dr. Ing. habil. Klaus-Peter Fähnrich (Professur Betriebliche Informationssysteme, Universität Leipzig)				
Moduldauer	1 Semester				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Fachsemester/jedes Wintersemester		
Leistungspunkte *)	10		10		
Unterrichtssprache	Deutsch				
Arbeitsaufwand	IT 1: Vorlesung mit integrierter Übung „Grundlagen der Internettechnologien“: Präsenzzeit 30 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 120 h IT 2: Vorlesung mit integrierter Übung „Web-Engineering, Web-Anwendungssysteme und Mobile Computing“: Präsenzzeit 30 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 120 h				
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine				
Lernziele/Kompetenzen	Internettechnologien bilden die Basis crossmedialer Strategien. Die Studierenden erlernen diese komplexen Technologien und erlangen Kompetenzen zum technischen Design multifunktionaler Web-Systeme und erweitern ihr Wissen über Einsatzmöglichkeiten wichtiger Klassen von Web-Anwendungssystemen. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die technischen Grundlagen der Internettechnologien. Sie verfügen über Grundwissen im Bereich Softwaretechnologien für Webanwendungen und Mobile Computing. Sie können das Erlernte selbständig anwenden.				
Lehrinhalte	Baustein IT 1 vermittelt die technischen Grundlagen der Internettechnologien in den Bereichen Netze, Protokolle, Architekturen sowie Server und Client-Technologien. Darüber hinaus führt er in horizontale Technologien in den Bereichen Sicherheit, Authentifizierung, elektronische Bezahl- und Abrechnungsverfahren sowie elektronische Signaturen ein. Baustein IT 2 vermittelt die Softwaretechnik für die Entwicklung von Web-Applikationen. Im Rahmen des Web-Engineering werden relevante Standards und Technologien vorgestellt. Darüber hinaus werden wichtige Klassen von Web-Anwendungssystemen eingeführt. Dazu zählen insbesondere ECommerce-Systeme, Virtuelle Welten, Lehr- und Lernsysteme. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Vorstellung von Technologien zur Entwicklung ubiquitärer Anwendungen wie Apps und Informationssystem für mobile Endgeräte, Tablet-PCs etc.				
Prüfungsvorleistungen	Keine				
Lehreinheitsformen und Prüfungen	Lehrform	Titel der Lehreinheit	SWS	Prüfungsleistung	Leistungs-punkte *)
	VÜ	Grundlagen der Internettechnologien	2	PK (60 Minuten)	5
	VÜ	Web-Engineering, Web-Anwendungssysteme und Mobile Computing	2	PA (4 Wochen)	5
Literaturempfehlungen	Aktuelle Literaturhinweise erfolgen jeweils zu Beginn des Semesters Zur Vorbereitung: - Scherff, J.: Grundkurs Computernetzwerke: Eine kompakte Einführung in Netzwerk- und Internet-Technologien. Vieweg+Teubner, ISBN 3834803669 - Wöhr, H.: Web-Technologien. dpunkt, ISBN 9783898642477 - Thies, G.; Reimers, S.: PHP und MySQL. Galileo, ISBN 3836218763				

Verwendbarkeit	Masterstudiengang Crossmedia Management
----------------	---

*) 1 Leistungspunkt (LP) = 30 Aufwandsstunden


Fakultät Medien Masterstudiengang Crossmedia Management		Kennzahl SWT			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	Pflichtmodul Strategien und Methoden sozialer und semantischer Web-Technologien Prof. Dr. Ing. habil. Klaus-Peter Fähnrich (Professur Betriebliche Informationssysteme, Universität Leipzig)				
Moduldauer	1 Semester				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	2. Fachsemester/jedes Sommersemester		
Leistungspunkte *)	10		10		
Unterrichtssprache	Deutsch				
Arbeitsaufwand	SWT 1: Vorlesung mit integrierter Übung „Grundlegende Strategien des sozialen und semantischen Webs“: Präsenzzeit 30 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 120 h SWT 2: Vorlesung mit integrierter Übung „Web-Suchmaschinenoptimierung und -marketing“: Präsenzzeit 30 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 120 h				
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine				
Lernziele/Kompetenzen	Semantische und soziale Webtechnologien bilden das Rückgrat heutiger Crossmedia-Strategien. Die Studierenden erlernen diese neuen Technologien, erlangen Kenntnisse über Entwicklungs- und Einsatzmöglichkeiten von sozialen und semantischen Web-Anwendungssystemen und Wissen zur Erarbeitung von Strategien für Web-Suchmaschinenoptimierung und -marketing. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kennen die Studierenden grundlegende semantische und soziale Webtechnologien. Sie kennen die Prozesse von Web-Suchmaschinenoptimierung und -marketing und können deren Anwendungsbereiche im Kontext crossmedialer Produktionsabläufe eigenständig planen und umsetzen.				
Lehrinhalte	Baustein SWT 1 vermittelt grundlegende Strategien des sozialen und semantischen Webs. Behandelt werden Systeme zur Content-Klassifikation, wie z.B. Taxonomien und Topic-Maps, soziale Netzwerktechnologien, sowie Standards und Technologien des semantischen Daten-Webs (insbesondere RDF/Linked Data, Ontologien, Anfragesprachen). Baustein SWT 2 vermittelt Strategien zur Websuchmaschinenoptimierung und zum Suchmaschinenmarketing. Dabei werden sowohl technische Grundlagen der Websuche und des Webmarketings (wie z.B. Stichwortsuche, Pagerank, Metadatenstandards) als auch betriebswirtschaftliche Aspekte vorgestellt.				
Prüfungsvorleistungen	Keine				
Lehreinheitsformen und Prüfungen	Lehrform	Titel der Lehreinheit	SWS	Prüfungsleistung	Leistungs- punkte *)
	VÜ	Grundlegende Strategien des sozialen und semantischen Webs	2	PK (60 Minuten)	5
	VÜ	Web-Suchmaschinenoptimierung und -marketing	2	PA (4 Wochen)	5
Literaturempfehlungen	Aktuelle Literaturhinweise erfolgen jeweils zu Beginn des Semesters Zur Vorbereitung: - Alby, T.: Web 2.0: Konzepte, Anwendungen, Technologien. Carl Hanser, ISBN 3446414495 - Hitzler, P. et. al.: Semantic Web: Grundlagen. Springer, ISBN 3540339930 - Düweke, E.; Rabsch, St.: Erfolgreiche Websites: SEO, SEM, Online-Marketing, Usability, ISBN 383621652				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Crossmedia Management				

*) 1 Leistungspunkt (LP) = 30 Aufwandsstunden

Fakultät Medien Masterstudiengang Crossmedia Management		Kennzahl CWM			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	Pflichtmodul Aufbau und Nutzung von Content- und Wissensmanagement-Systemen Prof. Dr. Ing. habil. Klaus-Peter Fähnrich (Professur Betriebliche Informationssysteme, Universität Leipzig)				
Moduldauer	1 Semester				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	2. Fachsemester/jedes Sommersemester		
Leistungspunkte *)	10		10		
Unterrichtssprache	Deutsch				
Arbeitsaufwand	CWM 1: Vorlesung mit integrierter Übung „Content-Management“: Präsenzzeit 30 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 120 h CWM 2: Vorlesung mit integrierter Übung „Information Retrieval und Text-Mining“: Präsenzzeit 30 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 120 h				
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine				
Lernziele/Kompetenzen	Die Strukturierung von Inhalt und Wissen ist wichtig für erfolgreiches Crossmedia Management. Die Studierenden erlangen Verständnis hinsichtlich technischer Repräsentation von Content und Wissen, operative Fertigkeiten in der Generierung, Wertung, Administrierung und Weiterverwendung von formalistischem Content und Wissen sowie praktische Kompetenzen bei der Durchführung komplexer Recherchen inklusive Grundverständnis von Aufbau und Wirkungsweise der entsprechenden Werkzeuge. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kennen die Studierenden grundlegende Technologien des Content- und Wissensmanagement. Sie kennen deren Anwendungsbereiche im Kontext crossmedialer Produktionsabläufe. Sie können Systeme eigenständig planen und umsetzen.				
Lehrinhalte	Baustein CWM 1 vermittelt Kenntnisse des Content-Management. Ausgehend vom Begriff des multimedialen Dokumentes in seinen Dimensionen, Struktur, Layout und Daten werden Repräsentationsmechanismen und Werkzeuge behandelt, sowie die Transformation von Dokumenten. Weiterhin wird der Lebenszyklus von Content behandelt und auf entsprechende Workflows in Content-Management-Systemen abgebildet. Architektur und Funktionalität von Content-Management-Systemen sowie Einsatzbeispiele werden diskutiert. Baustein CWM 2 vermittelt mit den Verfahren des Information Retrieval grundlegende Technologien zur Informationsgewinnung. Einen weiteren Schwerpunkt bilden die Probleme beim Umgang mit sehr großen Datenmengen. Die Kombination von Methoden des Information Retrieval mit linguistischen und statistischen Methoden verdeutlicht die Leistungsfähigkeit kombinierter Verfahren für die Informationsgewinnung.				
Prüfungsvorleistungen	Keine				
Lehrinheitsformen und Prüfungen	Lehrform	Titel der Lehrinheit	SWS	Prüfungsleistung	Leistungs- punkte *)
	VÜ	Content-Management	2	PA (4 Wochen)	5
	VÜ	Information Retrieval und Text-Mining	2	PK (60 Minuten)	5
Literaturempfehlungen	Aktuelle Literaturhinweise erfolgen jeweils zu Beginn des Semesters Zur Vorbereitung: - Riggert, W.: ECM - Enterprise Content Management: Konzepte und Techniken rund um Dokumente. Vieweg+Teubner, ISBN 3834808415 - Stock, W. G.: Information Retrieval: Informationen suchen und finden. Oldenbourg, ISBN 3486581724				


	- Heyer, G. et al.: Text Mining: Wissensrohstoff Text: Konzepte, Algorithmen, Ergebnisse. W3L-Verl., ISBN 9783937137308
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Crossmedia Management

*) 1 Leistungspunkt (LP) = 30 Aufwandsstunden


Fakultät Medien Masterstudiengang Crossmedia Management		Kennzahl CP			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	Pflichtmodul Crossmediales Publizieren Prof. Dr.-Ing. Michael Reiche (Professur Verfahrenstechnik der Medienvorstufe, HTWK Leipzig) N.N. (Professur Medienadäquate Inthalteaufbereitung, HTWK Leipzig) Prof. Dr.-Ing. Jörg Blyemehl (Professur Angewandte Medieninformatik und Mediengestaltung, HTWK Leipzig)				
Moduldauer	1 Semester				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	2. Fachsemester/jedes Sommersemester		
Leistungspunkte *)	10		10		
Unterrichtssprache	Deutsch				
Arbeitsaufwand	CP 1: Vorlesung mit integrierter Übung „Technologien des Publizierens“: Präsenzzeit 20 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 100 h CP 2: Vorlesung mit integrierter Übung „Interfacedesign“: Präsenzzeit 20 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 100 h CP 3: Vorlesung mit integrierter Übung „Interaktive Anwendungen“: Präsenzzeit 20 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 40 h				
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine				
Lernziele/Kompetenzen	Medieninhalte müssen adressatenadäquat ausgabekanal-spezifisch distribuiert werden. Die Studierenden lernen, Inhalte im Hinblick auf crossmediale Produktionsformen mit dafür geeigneten Technologien zu konzipieren, zu erstellen, zu verwalten und für verschiedenste Distributionsmedien nutzen zu können. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kennen die Studierenden grundlegende Technologien des Publizierens, wichtige Regeln des Interfacedesign und Spezifika interaktiver Medien. Sie kennen deren Anwendungsbereiche im Kontext crossmedialer Produktionen. Sie können Produktionsabläufe eigenständig planen und umsetzen.				
Lehrinhalte	Baustein CP 1 stellt Technologien des Publizierens vor: ausgehend von den traditionellen Herstellungsverfahren für papiergebundene Medien werden Herstellungstechnologien und Produktionsabläufe einschließlich Vertrieb/Distribution für crossmediale Produkte mit einem Überblick über Vor- und Nachteile vermittelt. Baustein CP 2 vermittelt Kenntnisse über die Schnittstelle Mensch-Maschine, die bei den einzelnen Medien unterschiedlich aufgebaut ist und die Medienaneignung unterschiedlich beeinflussen kann. Baustein CP 3 vermittelt Grundlagen und Spezifika interaktiver Medien.				
Prüfungsvorleistungen	Keine				
Lehrinhaltsformen und Prüfungen	Lehrform	Titel der Lehrinheit	SWS	Prüfungsleistung	Leistungspunkte *)
	VÜ	Technologien des Publizierens	1,33	PK (60 Minuten)	4
	VÜ	Interfacedesign	1,33	PK (60 Minuten)	4
	VÜ	Interaktive Anwendungen	1,33	PH (4 Wochen)	2
Literaturempfehlungen	Aktuelle Literaturhinweise erfolgen jeweils zu Beginn des Semesters Zur Vorbereitung: - Teschner, H: Druck- und Medientechnik. Christiani, ISBN 9783865226297 - Matrisch, U.; Welsch, U.: E-Books konzipieren und produzieren. MedienEd. Welsch, ISBN 9783937211855				

	- Böhringer, J. et al.: Kompendium der Mediengestaltung Digital und Print. Springer, ISBN 9783642206542 - Stapelkamp, T.: Interaction- und Interfacedesign. X.media.press, ISBN 9783642020735
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Crossmedia Management


*) 1 Leistungspunkt (LP) = 30 Aufwandsstunden

Fakultät Medien Masterstudiengang Crossmedia Management		Kennzahl DPP			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	Pflichtmodul Digitales Projektmanagement und agile Produktentwicklung N.N. (Professur Verlagsmanagement und Projektmanagement in Medienunternehmen, HTWK Leipzig)				
Moduldauer	1 Semester				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	3. Fachsemester/jedes Wintersemester		
Leistungspunkte *)	10		10		
Unterrichtssprache	Deutsch				
Arbeitsaufwand	DPP 1: Vorlesung mit integrierter Übung „Digitales Projektmanagement“: Präsenzzeit 30 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 120 h DPP 2: Vorlesung mit integrierter Übung „Agile Entwicklung digitaler Produkte“: Präsenzzeit 30 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 120 h				
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine				
Lernziele/Kompetenzen	Medienprojekte und -produktentwicklungen sind vielschichtige Unternehmungen. Die Studierenden lernen, wie komplexe (Medien-)Lösungen unter erhöhtem Zeitdruck und mit größtmöglicher Flexibilität im Prozess entwickelt werden, wie dabei dynamisch sich verändernde Markt- und Nutzeranforderungen zu berücksichtigen sind und wie die Entwicklung dieser Lösungen so effizient wie möglich organisiert wird. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kennen die Studierenden grundlegende Techniken des digitalen Projektmanagement und der agilen Entwicklung digitaler Produkte. Sie kennen deren Anwendungsbereiche im Kontext crossmedialer Produktionsabläufe. Sie können Produktionsabläufe eigenständig planen und umsetzen.				
Lehrinhalte	Baustein DPP 1 vermittelt Grundlagen des digitalen Projektmanagements unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Grundsätze und Kennzahlen. Baustein DPP 2 vermittelt die Verfahren agiler Produktentwicklung. Im Fokus stehen die Elemente Marktanforderungen und Zielgruppenbedürfnisse, inhaltliche Produktentwicklung sowie technische Entwicklung und Programmierung.				
Prüfungsvorleistungen	Keine				
Lehrinheitsformen und Prüfungen	Lehrform	Titel der Lehreinheit	SWS	Prüfungsleistung	Leistungs-punkte *)
	VÜ	Digitales Projektmanagement	2	PK (60 Minuten)	5
	VÜ	Agile Entwicklung digitaler Produkte	2	PA (4 Wochen)	5
Literaturempfehlungen	Aktuelle Literaturhinweise erfolgen jeweils zu Beginn des Semesters Zur Vorbereitung: - Andler, N.: Tools für Projektmanagement, Workshops und Consulting. Publicis, ISBN 9783895783982 - Wiczorrek, H. W.; Mertens, P.: Management von IT-Projekten. Springer, ISBN 9783642161278 - Munz, S.; Soergel, J.: Agile Produktentwicklung im Web 2.0. Hülsbusch, ISBN 9783940317117				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Crossmedia Management				


*) 1 Leistungspunkt (LP) = 30 Aufwandsstunden

Fakultät Medien Masterstudiengang Crossmedia Management		Kennzahl ÖRR			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	Pflichtmodul Ökonomische und rechtliche Rahmenbedingungen moderner Medien Prof. Dr. rer. pol. Randolph Dieckmann (Professur Controlling und Unternehmensführung in der Medienwirtschaft, HTWK Leipzig) N.N. (Professur Medienrecht und Medientheorie, HTWK Leipzig)				
Moduldauer	1 Semester				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	3. Fachsemester/jedes Wintersemester		
Leistungspunkte *)	10		10		
Unterrichtssprache	Deutsch				
Arbeitsaufwand	ÖRR 1: Vorlesung mit integrierter Übung „Netzwerkökonomie und onlinebasierte Geschäftsmodelle“: Präsenzzeit 30 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 120 h ÖRR 2: Vorlesung mit integrierter Übung „Crossmediarecht“: Präsenzzeit 30 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 120 h				
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine				
Lernziele/Kompetenzen	Medien befinden sich im Spannungsfeld von Gesellschaft und Markt. Die Studierenden erhalten einen Überblick über die ökonomischen und rechtlichen Rahmenbedingungen moderner Medien. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kennen die Studierenden grundlegende ökonomische und rechtliche Rahmenbedingungen moderner Medien. Sie kennen deren Relevanz im Kontext crossmedialer Produktionsabläufe und können diese eigenständig in Planung und Umsetzung berücksichtigen.				
Lehrinhalte	Baustein ÖRR 1 vermittelt die Grundlagen der Netzwerkökonomie. Außerdem werden ökonomische Grundlagen zu onlinebasierten Geschäftsmodellen erarbeitet. Baustein ÖRR 2 vermittelt unter anwenderbezogener Perspektive grundlegende Kenntnisse über Urheber-, Design-, Patent-, Persönlichkeits-, Marken-, Domain- und Lizenzvertragsrecht.				
Prüfungsvorleistungen	Keine				
Lehrinheitsformen und Prüfungen	Lehrform	Titel der Lehreinheit	SWS	Prüfungsleistung	Leistungs-punkte *)
	VÜ	Netzwerkökonomie und onlinebasierte Geschäftsmodelle	2	PH (4 Wochen)	5
	VÜ	Crossmediarecht	2	PK (90 Minuten)	5
Literaturempfehlungen	Aktuelle Literaturhinweise erfolgen jeweils zu Beginn des Semesters Zur Vorbereitung: - Wirtz, B.: Electronic Business, ISBN 9783409316606 - Peters, R.: Internet-Ökonomie, ISBN 9783642106514 - Dörr, D. [Hrsg.]: Handbuch Medienrecht: Recht der elektronischen Medien. Recht und Wirtschaft. ISBN 9783800515127				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Crossmedia Management				

*) 1 Leistungspunkt (LP) = 30 Aufwandsstunden

Fakultät Medien Masterstudiengang Crossmedia Management		Kennzahl PA			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	Pflichtmodul Planung und Realisierung eines Crossmedia-Projektes N.N. (Professur Medienadäquate Inhalteaufbereitung, HTWK Leipzig)				
Moduldauer	1 Semester				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	3. Fachsemester/jedes Wintersemester		
Leistungspunkte *)	10		10		
Unterrichtssprache	Deutsch				
Arbeitsaufwand	PA 1: Vorlesung mit seminaristischem Charakter „Planung eines Crossmedia-Projektes“: Präsenzzeit 30 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 120 h PA 2: Seminar „Realisierung eines Crossmedia-Projektes“: Präsenzzeit 30 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 120 h				
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine				
Lernziele/Kompetenzen	Projekte führen verschiedene Methoden und Zugänge zu einem gemeinsamen Ziel. Die Studierenden lernen, eigenständig crossmediale Projekte zu planen und zu realisieren und dazu auf bisher Gelerntes zurückzugreifen. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kennen die Studierenden das grundlegende Vorgehen bei Planung und Realisierung eines Crossmedia-Projektes. Sie können die Werkzeuge auf ihr eigenes Projekt anwenden und dieses erfolgreich zum Abschluss führen.				
Lehrinhalte	Baustein PA 1 vermittelt Strategien und Problemlösungsszenarien im Kontext unterschiedlicher Crossmedia-Projekte. Dazu werden Praxisbeispiele beleuchtet, Planungswerkzeuge erläutert und unterschiedliche Herangehensweisen diskutiert. Baustein PA 2 vermittelt anhand eines konkret zu realisierenden Projektes die praktische Umsetzung der in den anderen Modulen erlernten theoretischen Erkenntnisse.				
Prüfungsvorleistungen	Keine				
Lehrinheitsformen und Prüfungen	Lehrform	Titel der Lehrinheit	SWS	Prüfungsleistung	Leistungs- punkte *)
	VS	Planung eines Crossmedia-Projektes	2	PR (15 Min. Vortrag/15 Min. Diskussion)	5
	S	Realisierung eines Crossmedia-Projektes	2	PJ (15 Wochen)	5
Literaturempfehlungen	Aktuelle Literaturhinweise erfolgen jeweils zu Beginn des Semesters Zur Vorbereitung: - Mahrtdt, N.: Crossmedia: Werbekampagnen erfolgreich planen und umsetzen. Gabler, ISBN 9783834932044 - Schneider, M.: Crossmedia-Management. GWV, ISBN 9783835009226				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Crossmedia Management				

*) 1 Leistungspunkt (LP) = 30 Aufwandsstunden

Fakultät Medien Masterstudiengang Crossmedia Management		Kennzahl EB			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	Pflichtmodul eBusiness Prof. Dr. Ing. habil. Klaus-Peter Fähnrich (Professur Betriebliche Informationssysteme, Universität Leipzig)				
Moduldauer	1 Semester				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	4. Fachsemester/jedes Wintersemester		
Leistungspunkte *)	10		10		
Unterrichtssprache	Deutsch				
Arbeitsaufwand	EB 1: Vorlesung mit integrierter Übung „Technologische Grundlagen Content- und medienbasierter Geschäftsmodelle“: Präsenzzeit 15 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 75 h EB 2: Vorlesung mit integrierter Übung „Integrierte Geschäftsprozessautomatisierung mittels IuK“: Präsenzzeit 30 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 120 h EB 3: Seminar „eBusiness“: Präsenzzeit 15 h, Vor- und Nachbereitungsarbeit 45 h				
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine				
Lernziele/Kompetenzen	eBusiness ist die integrierte Ausführung aller automatisierbaren Geschäftsprozesse eines Unternehmens mit Hilfe von Informations- und Kommunikationstechnologie. Die Studierenden lernen grundlegende inhaltliche und technologische Prinzipien Content- und medienbasierter Geschäftsmodelle kennen und erweitern ihr Wissen über Planung und Realisierung von eBusiness-Projekten. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kennen die Studierenden grundlegende Inhalte und Technologien content- und medienbasierter Geschäftsmodelle. Sie kennen deren Anwendungsbereiche im Kontext des eBusiness und können diese eigenständig planen und umsetzen.				
Lehrinhalte	Baustein EB 1 vermittelt inhaltliche und technologische Grundlagen zu content- und medienbasierten Geschäftsmodellen. Aktuelle eBusiness-Anwendungen werden diskutiert. Baustein EB 2 vermittelt die technologische Unterstützung von eBusiness-Strategien durch Software-Frameworks, Middleware-Componenten sowie Basistechnologien und Standards. Baustein EB 3 führt die Themen der anderen Bausteine in seminaristischer Form zusammen.				
Prüfungsvorleistungen	Keine				
Lehreinheitsformen und Prüfungen	Lehrform	Titel der Lehreinheit	SWS	Prüfungsleistung	Leistungspunkte *)
	VÜ	Technologische Grundlagen Content- und medienbasierter Geschäftsmodelle	1	PK (60 Minuten)	3
	VÜ	Integrierte Geschäftsprozessautomatisierung mittels IuK	2	PK (60 Minuten)	5
	S	eBusiness	1	PR (15 Min. Vortrag/15. Diskussion)	2
Literaturempfehlungen	Aktuelle Literaturhinweise erfolgen jeweils zu Beginn des Semesters Zur Vorbereitung: - Kollmann, Th.: E-Business: Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy. Gabler, ISBN 3834924520 - Meier, A.; Stormer, H.: eBusiness & eCommerce: Management der digitalen				

	Wertschöpfungskette. Springer, ISBN 3540850163 - Allweyer, Th.: Geschäftsprozessmanagement. W3L-Verl., ISBN 3937137114
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Crossmedia Management

*) 1 Leistungspunkt (LP) = 30 Aufwandsstunden

Fakultät Medien Masterstudiengang Crossmedia Management		Kennzahl MM			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	Pflichtmodul Mastermodul Studiendekan Alle betreuenden Professoren und Dozenten				
Moduldauer	1 Semester				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	4. Fachsemester/jedes Wintersemester		
Leistungspunkte *)	20		20		
Unterrichtssprache	Deutsch				
Arbeitsaufwand	MM 1: „Masterarbeit“: Anfertigung der Masterarbeit 540 h MM 2: „Masterkolloquium“: Vorbereitungsarbeit 60 h				
Voraussetzungen für die Teilnahme	siehe PrüfO-CMM §10 (4)				
Lernziele/Kompetenzen	<p>In der Masterarbeit erfolgt eine selbstständige Bearbeitung einer fachlichen Problemstellung verbunden mit dem Lösen der Aufgabenstellung und dem Verfassen einer Studienabschlussarbeit auf wissenschaftlich hohem Niveau. Die Inhalte der Masterarbeit und des Masterkolloquiums ergeben sich durch die Lehr- und Forschungsgebiete des betreuenden Professors bzw. Dozenten sowie durch Themenbereiche des Studiengangs Crossmedia Management. Mit der Masterarbeit erbringt der Student den Nachweis der Fähigkeit, ein fachspezifisches Problem innerhalb einer vorgegebenen Frist selbstständig unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden bearbeiten zu können.</p> <p>Im Masterkolloquium soll der Studierende unter Anwesenheit des betreuenden Dozenten zeigen, dass er in der Lage ist, während eines wissenschaftlichen Gesprächs Inhalt, Methodik sowie Ergebnisse seiner Masterarbeit zu erläutern und diesbezügliche Fragen zu beantworten. Dabei soll er auch nachweisen, dass er das Ziel des Studiums nach StudO-CMM § 2 erreicht hat.</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden wissenschaftliche Problemstellungen mit Hilfe wissenschaftlicher Methoden eigenständig lösen und diesen Lösungsweg im Rahmen einer wissenschaftlichen Arbeit formulieren.</p>				
Lehrinhalte	Entsprechen dem vergebenen Thema der Masterarbeit				
Prüfungsvorleistungen	siehe PrüfO-CMM §10 (4)				
Lehreinheitsformen und Prüfungen	Lehrform	Titel der Lehreinheit	SWS	Prüfungsleistung	Leistungspunkte *)
		Masterarbeit		PH	16
		Masterkolloquium		PKQ (20 Min. Vortrag, 30 Min. Diskussion)	4
Literaturempfehlungen	abhängig vom Thema der Masterarbeit				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Crossmedia Management				

*) 1 Leistungspunkt (LP) = 30 Aufwandsstunden