



# **Studienordnung**

für den

## **Masterstudiengang Medienmanagement**

an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig

**(StudO-MMM)**

Fassung vom 28. Januar 2014 auf der Grundlage von §§ 13 Abs. 4, 36 SächsHSFG

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten für beiderlei Geschlecht.

## Inhaltsverzeichnis

---

§ 1 Geltungsbereich.....	3
§ 2 Studienziel.....	3
§ 3 Zulassungsvoraussetzungen.....	3
§ 4 Dauer, Aufnahme und Umfang des Studiums .....	4
§ 5 Aufbau des Studiums, Studieninhalte.....	4
§ 6 Fachliche Studienberatung.....	5
§ 7 Akademischer Grad .....	6
§ 8 Schlussbestimmungen.....	6

Anlage **1** Studienablaufplan

Anlage **2** Wahlpflichtkatalog

Anlage **3** Modulbeschreibungen

## **§ 1 Geltungsbereich**

Diese Studienordnung regelt auf Grundlage der Prüfungsordnung des Masterstudiengangs Medienmanagement an der HTWK Leipzig Ziel, Inhalt und Aufbau des Studiums im Masterstudiengang Medienmanagement an der Fakultät Medien der HTWK Leipzig.

## **§ 2 Studienziel**

(1) Der Studiengang Medienmanagement baut konsekutiv auf die Bachelorstudiengänge Buch- und Medienproduktion und Medientechnik auf und führt zu einem weiteren berufsqualifizierenden Abschluss mit anwendungsorientierter Ausrichtung.

(2) Im Studiengang Medienmanagement stehen das Management von medialen Produktionsketten und damit eine Qualifizierung mit betriebswirtschaftlichem Fokus speziell für Medienunternehmen im Mittelpunkt. Damit werden die Absolventen des Masterstudienganges auf die Anforderungen in Leitungspositionen des mittleren und höheren Managements in Medienunternehmen vorbereitet. Dazu werden sie in die Lage versetzt, komplexe Aufgabenstellungen, wie sie in typischer Weise auf den höheren Managementebenen auftreten, mit den im Studium erworbenen Fähigkeiten zur Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse zu bewältigen. Ergänzt wird dies durch eine fachbezogene Qualifizierung im strategisch-technischen Bereich, die auch komplexe, aktuelle Technologien berücksichtigt sowie das Sammeln praktischer Erfahrung in der Personalführung im Rahmen des Masterprojektes ermöglicht.

(3) Als Basis für das Verständnis der Anforderungen an das Management im Medienbereich sind Fähigkeiten und Fertigkeiten in unterschiedlichen Medienbereichen notwendig. Im Rahmen des Studiengangs haben daher die Studenten die Möglichkeit, ihre Kenntnisse über den Wissensstand bei Aufnahme des Masterstudiengangs hinaus auf weitere Medienbereiche auszuweiten. Dazu können sie im Wahlpflichtbereich Module aus den Bachelorstudiengängen Buch- und Medienproduktion und Medientechnik auswählen, soweit sie diese nicht bereits in einem vorausgegangenem Studium abgeschlossen haben. Das Erreichen der Qualifikationsziele dieser Module dient somit dem Gesamtqualifikationsziel des Masterstudiengangs Medienmanagement.

## **§ 3 Zulassungsvoraussetzungen**

(1) Die Zulassung zum Studium bestimmt sich nach den einschlägigen hochschulrechtlichen Bestimmungen, insbesondere nach dem Sächsischen Hochschulfreiheitsgesetz, dem Sächsischen Hochschulzulassungsgesetz und der Sächsischen Studienplatzvergabeverordnung sowie nach der Immatrikulationsordnung und Masterauswahlordnung der HTWK Leipzig.

(2) Zugangsvoraussetzung zum Masterstudiengang Medienmanagement ist ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss der Bachelorstudiengänge Buch- und Medienproduktion bzw. Verlagsherstellung oder Medientechnik oder der Diplomstudiengänge Medientechnik und Verlagsherstellung an der HTWK Leipzig, alternativ auch ein erster berufsqualifizierender

Hochschulabschluss eines affinen Studiengangs an einer anderen Hochschule. Insgesamt müssen 210 Leistungspunkte nach dem **European Credit Transfer and Accumulation System** (ECTS\_Punkte) nachgewiesen werden.

(3) Bewerber von affinen Studiengängen müssen nachweisen, dass sie jeweils Leistungspunkte in Mathematik, Physik, Informatik, allgemeiner Betriebswirtschaftslehre, Grundlagen Gestaltung (z.B. Mediengestaltung, Kommunikationsdesign, Typographie) und Grundlagen Inhaltentwicklung/-bearbeitung (z.B. Drehbucherstellung, journalistische Grundlagen, Redaktions- und Lektoratsarbeit) erworben haben. Die Summe dieser erworbenen Leistungspunkte muss mindestens 30 betragen.

#### **§ 4**

##### **Dauer, Aufnahme und Umfang des Studiums**

(1) Die Regelstudienzeit beträgt 3 Semester – einschließlich des Mastermoduls im 3. Semester.

(2) Das Studium kann nur zum Sommersemester aufgenommen werden.

(3) Der erfolgreiche Abschluss des Studiums erfordert den Erwerb von 90 Leistungspunkten (ECTS-Punkten), die der Student bei erfolgreichem Absolvieren der angebotenen Module erhält. Nach Maßgabe des Studienablaufplans sind dabei aus den Pflichtmodulen 75, aus den Wahlpflichtmodulen 15 Leistungspunkte zu erbringen. Die Leistungspunkte orientieren sich am Gesamtaufwand für ein Modul, der sich aus Präsenzzeiten in Lehrveranstaltungen und Zeitaufwand für das angeleitete Selbststudium sowie für Vorbereitung und Absolvierung von Prüfungsvorleistungen und Prüfungsleistungen u.ä. zusammensetzen kann. Ein Leistungspunkt (ECTS-Punkt) entspricht für einen durchschnittlichen Studenten einen Arbeitsaufwand von 30 Zeitstunden.

#### **§ 5**

##### **Aufbau des Studiums, Studieninhalte**

(1) Das Studium ist modular aufgebaut. Module bezeichnen einen Verbund zeitlich begrenzter, in sich geschlossener, inhaltlich oder methodisch ausgerichteter Lehrveranstaltungen. Jedes Modul wird mit einer Prüfung abgeschlossen, die nach Maßgabe des Prüfungsplans aus einer oder mehreren Prüfungen bestehen kann. Der Aufbau und die grundsätzlichen Modul-inhalte ergeben sich aus dem Studienablaufplan (Anlage 1), dem Wahlpflichtkatalog (Anlage 2) sowie den Modulbeschreibungen (Anlage 3). Das Studium nach Studienablaufplan stellt eine Empfehlung dar, die einen Abschluss des Studiums innerhalb der Regelstudienzeit ermöglicht. Aus zwingenden Gründen kann die Fakultät von dem nach Studienablaufplan erforderlichen Lehrangebot aufgrund eines Beschlusses des Fakultätsrats für höchstens zwei Semester abweichen. Der Prorektor Bildung wird hierüber in Kenntnis gesetzt.

(2) Die Module werden nach

- a.) Pflichtmodulen, die jeder Student zu belegen hat,
- b.) Wahlpflichtmodulen, unter denen der Student innerhalb des Modulangebots des Studiengangs einen thematisch eingegrenzten Bereich auswählen kann und
- c.) Wahlpflichtmodulen in Form von Wahlmodulen, unter denen der Student

innerhalb des Modulangebots aller Fakultäten die freie Auswahl hat, sofern die anbietende Fakultät entsprechende Kapazitäten vorhält,

unterschieden. Weitere Einzelheiten zu den Modulen ergeben sich aus den Modulbeschreibungen.

(3) Der Student wählt zum Studienbeginn bis zu dem vom Prüfungsausschuss bekannt gegebenen Termin aus dem Wahlpflichtkatalog (Anlage 2) 3 Wahlpflichtmodule nach den Vorgaben des Studienablaufplans aus, mit insgesamt 15 Leistungspunkten (ECTS-Punkten, je Wahlpflichtmodul 5 Leistungspunkte). Über die Zulassung entscheidet das Prüfungsamt unter Berücksichtigung kapazitätsbedingter Engpässe. Im Falle der Wahlmodulbelegung ergeht die Entscheidung im Einvernehmen mit der anbietenden Fakultät. Wählt der Student keine Wahlpflichtmodule, kann ihn das Prüfungsamt von Amts wegen zulassen. Die Zulassung ist unanfechtbar. Der Wahlpflichtkatalog beinhaltet teilweise Module aus anderen Studiengängen. Diese Module können nur belegt werden, soweit sie nicht bereits in einem vorausgegangenen Studium belegt wurden. Die davon betroffenen Module sind in den Anlagen zur Studienordnung ausgewiesen.

Das Angebot der Wahlpflichtmodule kann Änderungen aufgrund der Aktualisierung des wissenschaftlichen Erkenntnisstandes und der Lehr- und Forschungsschwerpunkte der Dozenten unterliegen. Auf Antrag kann der Prüfungsausschuss im Wahlpflichtbereich die Wahl von Modulen aus anderen Studiengängen der Fakultät Medien oder einer anderen Fakultät genehmigen.

(4) Die Zulassung zu Wahlpflichtmodulen kann durch Beschluss des Fakultätsrats eingeschränkt werden, wenn dies aus organisatorischen Gründen erforderlich ist. Der Fakultätsrat kann Wahlpflichtmodule, für die sich weniger als zehn Studenten eingeschrieben haben, absetzen, soweit gewährleistet ist, dass der Student ein anderes Wahlpflichtfach des jeweiligen Wahlpflichtbereiches belegen kann.

(5) Aufgrund der Vielzahl der Wahlpflichtmodule kann es im Einzelfall zu Überschneidungen der Angebote kommen.

## **§ 6**

### **Fachliche Studienberatung**

(1) Die allgemeine Studienberatung erfolgt durch das Dezernat Studienangelegenheiten der HTWK Leipzig. Sie erstreckt sich insbesondere auf Fragen der Studienmöglichkeiten, der Immatrikulation, Exmatrikulation und Beurlaubung sowie auf allgemeine studentische Angelegenheiten. In prüfungsrechtlichen Angelegenheiten, insbesondere zum Vorgehen gegen belastende Entscheidungen der HTWK Leipzig, berät der Justiziar.

(2) Die studienbegleitende fachliche und studienorganisatorische Beratung wird von den Professoren der Fakultät durchgeführt.

(3) Studenten, die bis zum Beginn des dritten Semesters nicht mindestens die Hälfte der laut Studienablaufplan vorgesehenen Leistungsnachweise erbracht haben, müssen im 3. Semester an einer Studienfachberatung nach Abs. 2 teilnehmen.

## **§ 7 Akademischer Grad**

Aufgrund der durch den Studenten erfolgreich absolvierten Module laut Studienablaufplan und der damit erworbenen 90 Leistungspunkte (ECTS-Punkte) wird der akademische Grad „Master of Engineering“, Abkürzung „M.Eng.“, verliehen.

## **§ 8 Schlussbestimmungen**

(1) Diese Studienordnung des Masterstudiengangs Medienmanagement wurde am 3. Juli 2013 vom Fakultätsrat der Fakultät Medien beschlossen und am 28. Januar 2014 durch das Rektorat genehmigt. Sie tritt zum Wintersemester 2013/2014 in Kraft und gilt für alle eingeschriebenen Studierenden. Gleichzeitig treten alle vorhergehenden Studienordnungen des Masterstudiengangs Medienmanagement der HTWK Leipzig außer Kraft.

(2) Glaubt ein Student, aus der vor dieser Studienordnung geltenden Studienordnung eine für sich günstigere Regelung herleiten zu können, kann er auf schriftlichen Antrag die Anwendung dieser Regelung verlangen. Die Antragstellung ist bis längstens 31. Dezember 2014 möglich.

(3) Die Studienordnung wird im Internetportal der HTWK Leipzig unter [www.htwk-leipzig.de](http://www.htwk-leipzig.de) veröffentlicht.



# **Studienablaufplan**

**Anlage 1**  
**zur Studienordnung (Stud0-MMM)**  
für den

## **Masterstudiengang Medienmanagement**

an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig

vom 28. Januar 2014

**Curriculum für das 1. Semester - Überblick<sup>1</sup>**

Kennziffer	Modulbezeichnung	Verantwortlicher	SWS	LP
1100	Management I (Personalmanagement und Führung)	Prof. Peter M. Wald	4	5
1200	Management II (Controlling und strategisches Management)	Prof. Dr. Amling	4	5
Wahlmöglichkeit aus 4001 und 4002	Wahlpflichtmodul I (Management III)	Je nach ausgewähltem Modul		5
1400	Crossmediales Publizieren	Prof. Dr. Thomas Heß	3	5
1500	Masterprojekt I	Studiendekan	1	5
Wahlmöglichkeit aus 4010 bis 4027	Wahlpflichtmodul II	Je nach ausgewähltem Modul		5
<b>Summe der LP</b>				<b>30</b>

**Curriculum für das 2. Semester - Überblick**

Kennziffer	Modulbezeichnung	Verantwortlicher	SWS	LP
2100	Management IV (Wirtschaftsrecht)	Prof. Dr. Karl-Heinz Labsch	4	5
2200	Designmanagement	Prof. Dr. Ulrich Nikolaus	3	5
2300	IT-Konzepte und IT-Strategien	Prof. Dr. Jörg Bleymehl	3	5
2400	Innovative Medientechnologien	Prof. Dr. Uwe Kulisch	3	5
2500	Masterprojekt II	Studiendekan	1	5
Wahlmöglichkeit aus 4050 bis 4064	Wahlpflichtmodul III	Je nach gewähltem Modul		5
<b>Summe der LP</b>				<b>30</b>

**Curriculum für das 3. Semester - Überblick**

Kennziffer	Modulbezeichnung	Verantwortlicher	SWS	LP
9010	Mastermodul	Studiendekan	1	30
9004	Masterseminar		1	
9001	Masterarbeit			
9002	Masterkolloquium			
<b>Summe der LP</b>				<b>30</b>

SWS: Semesterwochenstunden  
 LP: Leistungspunkte (ECTS-Punkte)

<sup>1</sup> Bei Studienbeginn im Wintersemester sind zunächst die Module des 2. Semesters zu studieren und im folgenden Sommersemester die Module des 1. Semesters.



# **Wahlpflichtkatalog**

**Anlage 2**  
**zur Studienordnung (StudO-MMM)**  
für den

## **Masterstudiengang Medienmanagement**

an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig

vom 28. Januar 2014

### Wahlpflichtmodule Sommersemester

Kennziffer	Modulbezeichnung	Verantwortlicher	SWS	LP
<b>Wahlpflichtmodul I:</b>				<b>5</b>
4001	Management III: Produktions- und Logistikmanagement	Prof. Dr. Barbara Mikus	4	5
4002	Management III: Marketing	Prof. Dr. Harald Möbus	4	5
<b>Wahlpflichtmodul II:</b>				<b>5</b>
4010	Digitale Bildverarbeitung	Prof. Dr. Karl-Udo Jahn	4	5
4011	Innovative Rechnerarchitekturen	Prof. Dr. Klaus Hering	4	5
4012	Kalkulation von Medien	Prof. Dr. Randolph Dieckmann	2	5
4013	Informationssysteme	Prof. Dr. Thomas Kudraß	4	5
4014	Audioproduktion	Prof. Dr. Uwe Kulisch	4	5
4016	Content Management Systeme	Prof. Dr. Robert Müller	4	5
4017	Datenformate im Medienbereich, Produktion von AV-Datenträgern	N.N. (Professur Multimedia-Produktionssysteme und -technologien)	4	5
4019	Interfacedesign I	Prof. Dr. Ulrich Nikolaus	4	5
4021	TV-Produktionstechnik	N.N. (Professur Multimedia-Produktionssysteme und -technologien)	4	5
4022	Studioproduktion I	Prof. Dr. Uwe Kulisch	4	5
4023	Veranstaltungstechnik	Prof. Dr. Uwe Kulisch	4	5
4024	Zeitungswirtschaft	Prof. Dr. Gunter Janssen	2	5
4025	Entwicklung mobiler Anwendungen	Prof. Dr. Jörg Blyemehl	4	5
4026	AV-Übertragungstechnik	N.N. (Professur Multimedia-Produktionssysteme und -technologien)	4	5
4027	Mediennutzung und Medienwirkung	Prof. Dr. Marc Liesching	3	5

### Wahlpflichtmodule Wintersemester

Kennziffer	Modulbezeichnung	Verantwortlicher	SWS	LP
<b>Wahlpflichtmodul III:</b>				<b>5</b>
4050	Mustererkennung	Prof. Dr. Schönherr	4	5
4051	Mathematische Methoden	Prof. Dr. Dobner	4	5
4052	Veranstaltungsmanagement	Prof. Dr. Uwe Kulisch	4	5
4053	Digitale Spiele	Prof. Dr. Jörg Blyemehl	4	5
4054	Interaktive TV-Anwendungen und -Dienste	Prof. Dr. Uwe Kulisch	4	5
4055	Interfacedesign II	Prof. Dr. Ulrich Nikolaus	4	5
4057	Compositing	N.N. (Professur Multimedia-Produktionssysteme und -technologien)	4	5
4059	Sounddesign	Prof. Dr. Uwe Kulisch	4	5
4060	Studioproduktion II	Prof. Dr. Uwe Kulisch	4	5

4061	Webtechnologien	Prof. Dr. Jörg Blyemehl	3	5
4062	Arbeitsschutz- / Umweltmanagement	N.N.	4	5
4063	Workflowmanagement	Prof. Dr. Michael Reiche	6	5
4064	Medienethik im Medienrecht	Prof. Dr. Marc Liesching	3	5

SWS: Semesterwochenstunden

LP: Leistungspunkte (ECTS-Punkte)



# **Modulbeschreibungen**

**Anlage 3**  
**zur Studienordnung (StudO-MMM)**  
für den

## **Masterstudiengang Medienmanagement**

an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig

vom 28. Januar 2014

Legende:

V: Vorlesung  
S: Seminar  
Ü: Übung  
P: Praktikum  
SWS: Semesterwochenstunden

# **Modulbeschreibungen**

## **Pflichtmodule**

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>1100</b>				
Pflichtmodul: <b>Management I: Personalmanagement und Führung</b>						
Lehrende(r)		Dozententeam/ <u>verantwortlich</u> : <b>Prof. Dr. Peter M. Wald</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte *)		5				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personalmanagement und Unternehmenserfolg – eine Verbindung mit Perspektive? (Rollen und Funktionen des Personalmanagements)</li> <li>- Die Verknüpfung zwischen Unternehmens- und Personalstrategie am Beispiel ausgewählter Kernprozesse des Personalmanagements (v. a. Personalmarketing, Personalentwicklung, Personalbindung)</li> <li>- Personalmanagement und direkte sowie indirekte Führung – aktuelle Führungsmodelle und ihre Anwendung in deutschen und internationalen Unternehmen</li> <li>- Organisationsfragen des Personalmanagements (Prozessmanagement, Shared Service Center, Center of Expertise, Einbeziehung von Personaldienstleistern)</li> <li>- Personalmanager als Change Agents - Grundlagen und Anforderungen des Change Managements sowie der Einfluss des Personalmanagements auf die Unternehmenskultur</li> <li>- Aktuelle Managementsysteme/-konzepte und ihre Einbettung in das moderne Personalmanagement (Performance Management, Diversity Management)</li> <li>- Gerechtigkeit und Personalmanagement</li> </ul> <p>Es wird nachvollziehbar und anhand von Beispielen dargestellt, wie mit Hilfe des Personalmanagements Unternehmensstrategien implementiert und realisiert werden. Dabei werden aktuelle Kenntnisse zur Anwendung von Instrumenten der Mitarbeiterführung bzw. des Personalmanagements vermittelt. Mit Hilfe von Gruppendiskussionen und Fallstudien soll den Studenten ein aktives Lernen ermöglicht werden.</p>					
Lernziele	Die Studenten verfügen über <ul style="list-style-type: none"> <li>- anwendungsorientierte Kenntnisse zu den strategischen Wirkungen und zur Organisation des Personalmanagements in modernen Unternehmen</li> <li>- Wissen zur Anwendung und zu den Wirkungen moderner Instrumente der Mitarbeiterführung bzw. des Personalmanagements</li> <li>- Fähigkeiten zur Bearbeitung von Aufgaben mit Bezug zum Personalmanagement</li> <li>- Führungswissen, das ihnen bei der späteren Übernahme von Führungsaufgaben hilft</li> </ul> Die Studenten sind fähig <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sachverhalte des Personalmanagements und ausgewählte Führungsfragen zu interpretieren und zu bewerten</li> <li>- ihr Wissen zur Führung von Mitarbeitern und zu den Wirkungen eines modernen Personalmanagements im jeweiligen Kontext praxisorientiert und argumentativ darzustellen</li> <li>- die Umsetzung von Vorgaben in Personalmanagement-Systeme kritisch zu begleiten</li> <li>- erste Führungsaufgaben (z. B. im Rahmen von Projekten) zu übernehmen</li> </ul>					
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 60 Stunden Präsenzzeit (entspricht 4 SWS)</li> <li>• 90 Stunden Selbststudium, u. a. zur Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltung und zur Prüfungsvorbereitung und Prüfung</li> </ul>					
Prüfungsvorleistungen	Präsentation (Gruppenvortrag)					
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungspunkte *)
		V	S	P		
		2	2		Klausurarbeit	5

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

Literaturempfehlungen	<p>STOCK-HOMBURG, R., Personalmanagement, Wiesbaden.          KOLB, M., Personalmanagement, Wiesbaden.          NORTHOUSE, P. G., Leadership. Theory and Practice, Thousand Oaks.          NEUBERGER, O., Führen und Führen lassen, Stuttgart.          PRICE, A., Human Resource Management in a Business Context, London.          STAEHLE, W. H., Management, München.          WALD, P. M., (Hg.), Neue Herausforderungen im Personalmanagement, Wiesbaden.          Jeweils in aktueller Auflage.          Zeitschriften: Harvard Business Review, Harvard Business Manager, Human Resource Management, Personalwirtschaft, Personalführung, Personal          (in der Bibliothek verfügbar)</p>
Verwendbarkeit	<p>Masterstudiengang General Management          Masterstudiengang Medienmanagement</p>

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>1200</b>			
Pflichtmodul: <b>Management II: Controlling und Strategisches Management</b>					
Lehrende(r)		Dozententeam/ <u>verantwortlich</u> : <b>Prof. Dr. Amling</b> <b>Prof. Dr. Seyffert</b>			
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester (jährlich)		
Leistungspunkte *)		5			
Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch				
Lehrinhalte	<p>Die Lehrveranstaltung findet in seminaristischer Form statt. Der methodische Schwerpunkt liegt auf dem interaktiven Präsenz-Lernen (Impulsvortrag, Gruppenarbeit, Fallstudie etc.). Es wird ergänzt um effizientes Distanz-Lernen (Selbststudium, Internet etc.). Unterschiede im Vorwissen der Teilnehmer werden primär durch das Selbststudium ausgeglichen.</p> <p>Ein Schwerpunkt mit etwa 50 % der Zeit stellt das Bearbeiten von Fallstudien dar. Insbesondere im Rahmen der zahlreichen Fallstudien wird auf englischsprachige Publikationen zurückgegriffen (z.B. aus Thompson / Strickland / Gamble).</p> <p>Einige ausgewählte Inhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzeptionelle Grundlagen des Controlling und des Strategischen Management</li> <li>• Erscheinungsformen und Organisation des Controlling</li> <li>• Neuere Ansätze des Controlling (Balanced Scorecard, Wertorientierte Unternehmensführung)</li> <li>• Risikomanagement</li> <li>• Formalisierung des strategischen Planungsprozesses</li> <li>• Klassische Instrumente der Strategischen Planung</li> <li>• Entwurf eines Planungshandbuchs für die Strategische Planung</li> <li>• Strategisches Management – Grundlagen und Implementierung</li> <li>• Neuere Ansätze des Strategischen Management, z. B. hybride Wettbewerbsstrategien</li> <li>• Integration von operativem Controlling und Strategischer Planung</li> </ul>				
Lernziele	Qualifikationsziel ist es, praxisnah Problemstellungen, die sich der Unternehmensführung stellen, zu verstehen, sie analysieren und würdigen sowie Lösungen präsentieren zu können. Für die Studenten entsteht die Möglichkeit, strategische Entscheidungen in einen betriebswirtschaftlichen Gesamtkontext setzen zu können und diese in der Gruppe zu diskutieren.				
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine				
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 60 Stunden Präsenzzeit(entspricht 4 SWS)</li> <li>• 70 Stunden angeleitetes Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</li> <li>• 20 Stunden Vorbereitung Hausarbeit/Präsentation</li> </ul>				
Prüfungsvorleistungen	keine				

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungspunkte *)
		V	S	P		
		2		2	Klausurarbeit (1/2) Referat (1/2) Alle Einzelleistungen müssen bestanden werden.	5
Literaturempfehlungen	<p>Den Studenten steht ein Folienskript und/oder ein stofflich parallel laufendes Lehrbuch zur Verfügung.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Götze, Uwe / Mikus, Barbara: Strategisches Management, Chemnitz 1999.</li> <li>• Müller-Stewens, Günter/ Lechner, Christoph: Strategisches Management – Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, 3. Aufl., Stuttgart 2005.</li> <li>• Peemöller, Volker H: Controlling, 4. Aufl., Herne / Berlin 2002.</li> <li>• Schreyögg, Georg: Organisation – Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, 4. Aufl., Wiesbaden 2003.</li> <li>• Steinmann, Horst / Schreyögg, Georg: Management – Grundlagen der Unternehmensführung, 6. Aufl., Wiesbaden 2005.</li> <li>• Thompson, Arthur A. / Strickland, A.J./ Gamble, John E.: Crafting and Executing Strategy: Concepts and Cases, 15. Aufl., Homewood (IL.) 2006.</li> </ul> <p>Weiterführende Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.</p>					
Verwendbarkeit	<p>Masterstudiengang General Management Masterstudiengang Medienmanagement</p>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>1400</b>				
Pflichtmodul: <b>Crossmediales Publizieren</b>						
Lehrende(r)		Dozententeam/ <u>verantwortlich</u> : <b>Prof. Dr. oec. habil. Thomas Heß</b> <b>N.N. (Professur Multimedia-Produktionssysteme und -technologien)</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte *)		5				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	Inhalt der Lehrveranstaltung ist die Vermittlung von Strategien zur medienkonformen Inhaltsentwicklung und –aufbereitung. In diesem Zusammenhang werden die inhaltliche Komponente der Technologien zur medienneutralen Datenhaltung sowie neueste Geschäftsmodelle in der Medienindustrie gelehrt. Durch die Vermittlung der Inhalte durch Spezialisten aus dem Bereich der Verlagsherstellung und der Medientechnik werden die Studenten an die Strategien der papierbasierten und der elektronischen Distributionsschienen für mediale Inhalte herangeführt.					
Lernziele	Die Studenten wissen, wie Inhalte für verschiedene Medien unterschiedlich entwickelt und aufbereitet werden müssen und sind in der Lage, die verschiedenen Zulieferer (Inhaltslieferanten) zu briefen, steuernd zu begleiten und die Inhalte produktgerecht abzunehmen.  Sie sind weiter in der Lage, Strategien und Konzepte für die medienneutrale Erstellung und Speicherung, die Verwaltung und Weiterbearbeitung dieser Inhalte unter Einsatz verschiedenster technologischer Systeme (z. B. Content-Management-Systemen, Media-Asset-Managementssystemen, Redaktionssystemen) zu entwickeln und umzusetzen und damit crossmediale Produktionen für verschiedenste Distributionsmedien effizient durchzuführen.  Anhand der Überprüfung unterschiedlicher Geschäftsmodelle und -konzepte der Medienindustrie hinsichtlich crossmedialer Erweiterungsmöglichkeiten erfolgt eine Flexibilisierung des strategischen Denkens und Handelns. Die Studenten sind damit in der Lage, aktuelle Geschäftsmodelle der Medienindustrie zu bewerten und darauf aufbauend umsetzungsreife Geschäftsmodelle zu entwickeln.					
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 Stunden Präsenzunterricht (entspricht 3 SWS)</li> <li>• 105 Stunden Ausarbeitung einer Belegarbeit zur Theorie der crossmedialen Inhaltserstellung sowie die praktische Umsetzung derartiger Medieninhalte mittels neuester Technologien.</li> </ul>					
Prüfungsvorleistungen	keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungspunkte *)
		V	S	P		
		2		1	Beleg	5
Literaturempfehlungen	Die Literatur wird zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.					
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>1500</b>		
Pflichtmodul: <b>Masterprojekt I</b>				
Lehrende(r)	<b>Dozententeam/verantwortlich:</b> <b>Studiendekan</b> <b>Professoren der Fakultät Medien</b>			
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester (jährlich)	
Leistungspunkte *)		5		
Unterrichtssprache	Deutsch			
Lehrinhalte	<p>Das Masterprojekt ist in der Regel unmittelbar an einem Lehrgebiet der Hochschule oder aber im Rahmen eines Forschungsprojektes an einem Forschungsinstitut einer Hochschulinrichtung oder in der Medienindustrie durchzuführen.</p> <p>Die Studenten führen selbständig Forschungsarbeiten durch, unterstützen laufende Forschungsprojekte oder übernehmen im Rahmen des Masterprojektes Management- und Controllingaufgaben bei der Durchführung von Projekten im Bachelorstudiengang.</p> <p>Weitere Lehrinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• theoretische Vorbereitung der Managementaufgaben</li> <li>• Organisation von Projektmeetings</li> <li>• Personalplanung und -führung</li> <li>• Kalkulation</li> <li>• Projektkontrolle</li> <li>• Krisenmanagement</li> <li>• Dokumentation von Projekten</li> <li>• Präsentation der Projektergebnisse</li> <li>• Nachbereitung der Projekte, Nachkalkulation</li> </ul>			
Lernziele	<p>Lernziel ist die praktische Anwendung und damit die Festigung der in den Vorlesungen vermittelten Kenntnisse zu Projekt- und Personalmanagement in Verbindung mit den Anforderungen in den mittleren Leitungspositionen in der Medienindustrie.</p> <p>Die Studenten haben nach Abschluss des Moduls erweiterte Fähigkeiten und Fertigkeiten auf den Gebieten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Management von Projekten in der Medienindustrie</li> <li>• Personalführung</li> <li>• Projektkalkulation</li> <li>• Krisenmanagement und Problemlösungskompetenz</li> <li>• Dokumentation von Projekten</li> </ul> <p>erworben.</p> <p>Sie sind in der Lage, wissenschaftliche Methoden auf konkrete Zielstellungen anzuwenden und diese als Teamleiter in Arbeitsgruppen zu lösen.</p>			
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine			
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 15 Stunden seminaristische Betreuung durch Hochschulprofessoren</li> <li>• 102 Stunden Projektarbeit, Vorbereitung Präsentation und Präsentation</li> <li>• 33 Stunden Hausarbeit zu einer wissenschaftlichen Themenstellung</li> </ul>			
Prüfungsvorleistungen	Keine			

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungs- punkte *)
		V	S	P		
			1		Präsentation (1/2) Hausarbeit (1/2)	5
Literaturempfehlungen	Die Literatur wird zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.					
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>2100</b>				
Pflichtmodul: <b>Management IV: Wirtschaftsrecht</b>						
Lehrende(r)		Dozententeam/verantwortlich: <b>Prof. Dr. jur. Karl Heinz Labsch</b> (Öffentl. Recht / Strafrecht), <b>Prof. Dr. iur. Frank van Look</b> (Zivilrecht)				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	2. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte *)	5					
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	I. Grundlagen des zivilen und öffentlichen Wirtschaftsrechts  II. Zivilrechtliche Anforderungen an unternehmerisches Handeln 1. Vertrags- und Haftungsrecht 2. Gesellschaftsrecht 3. Arbeitsrecht 4. Wettbewerbs- und Immaterialgüterrecht  III. Öffentlich-rechtliche und strafrechtliche Anforderungen an unternehmerisches Handeln 1. Wirtschaftsverfassungsrecht 2. Grundlagen des Europarechts und des Europäischen Wirtschaftsrechts 3. Allgemeines und Besonderes Wirtschaftsverwaltungsrecht mit Rechtsschutz 4. Ausgewählte Tatbestände und Probleme des wirtschaftsrelevanten Strafrechts und des Ordnungswidrigkeitenrechts					
Lernziele	Die Studenten haben Kenntnis der rechtlichen Vorgaben für Führungskräfte in Unternehmen und sind in der Lage, diese einzuhalten.					
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 60 Stunden Präsenzzeit (entspricht 4 SWS)</li> <li>• 90 Selbststudium zur Vor- und Nachbereitung der Präsenzveranstaltungen sowie Prüfungsvorbereitung und Prüfung</li> </ul>					
Prüfungsvorleistungen	Keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungspunkte *)
		V	S	P		
		2	2		Klausurarbeit	5
Literaturempfehlungen	Jeweils aktuelle Auflage von: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Danne/Keil: Wirtschaftsprivatrecht I und II, Berlin</li> <li>• Detterbeck: Öffentliches Recht für Wirtschaftswissenschaftler. Einführung in das Staats-, Europa- und Verwaltungsrecht, Berlin</li> <li>• Eisenmann/Gnauk/Quittnat: Rechtsfälle aus dem Wirtschaftsprivatrecht, Heidelberg</li> <li>• Eisenmann/Jautz: Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, Heidelberg</li> <li>• Führich: Wirtschaftsprivatrecht, München</li> <li>• Hohmeister: Grundzüge des Arbeitsrechts, Stuttgart</li> <li>• Hohmeister: Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, Stuttgart</li> <li>• Mehrings: Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts, München</li> </ul>					
Verwendbarkeit	Masterstudiengang General Management Masterstudiengang Medienmanagement					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>2200</b>		
Pflichtmodul: <b>Designmanagement</b>				
Lehrende(r)		Dozententeam/ <u>verantwortlich</u> : <b>Prof. Christian Ide</b> <b>Prof. Dr. pol. Ulrich Nikolaus</b>		
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	2. Semester (jährlich)	
Leistungspunkte *)	5			
Unterrichtssprache	Deutsch			
Lehrinhalte	I Grundlagen Designmanagement - Historische Entwicklung - Designmanagement und Marketing - Operatives, taktisches und strategisches Designmanagement - Designmanagement in der Praxis  II Praktische Anwendung - Kommunikationsdesign - Diskussion und Anwendung konkreter Designmanagement-Werkzeuge und -Methoden anhand von Fallbeispielen aus der Praxis und Beispielprojekten mit Schwerpunkt auf Fragestellungen des Grafikdesigns (z.B. Qualitätssicherung Design)  III Praktische Anwendung – Interaktionsdesign - Diskussion und Anwendung konkreter Designmanagement-Werkzeuge und -Methoden anhand von Fallbeispielen aus der Praxis und Beispielprojekten mit Schwerpunkt auf Fragestellungen des Interfacedesigns (z.B. Usability-Engineering)			
Lernziele	Die Studenten kennen Designmanagement als kontinuierliche, umfassende Aktivität auf allen Ebenen unternehmerischen Handelns. Sie wissen, dass Designmanagement eine Schnittstellenfunktion zwischen den Bereichen Technologie, Design, Management und Marketing einnimmt – sowohl unternehmensintern wie auch extern. Die Studenten können Design (Management) –Werkzeuge anwenden und einsetzen und Aufgaben des Designmanagement kommunizieren und sowie in konkrete Unternehmensstrategien intern und extern umsetzen. Die Studenten verstehen den Zusammenhang zwischen strategischen Entscheidungen auf Designmanagement-Ebene und konkreten gestalterischen Entscheidungen auf Umsetzungsebene und haben dieses Zusammenspiel in Fallbeispielen und Praxisprojekten selbst erfahren.			
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine			
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 Stunden Präsenzunterricht (entspricht 3 SWS)</li> <li>• 91 Stunden selbst gesteuertes Lernen</li> <li>• 14 Stunden Prüfungsvorbereitung und Prüfung</li> </ul>			
Prüfungsvorleistungen	Keine			

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungspunkte *)
		V	S	P		
		3			Mündliche Prüfung	5
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bruce, M.; Cooper, R.: Marketing and Design Management, Thomson Business Press, Boston 1997</li> <li>• Bruce, M.; Bessant, J.: Design in Business - Strategic Innovation through Design. Pearson Education, Essex (Großbritannien) 2002</li> <li>• Koppelman, U.; Spies, H.: Integriertes Design Management. Fördergesellschaft Produktmarketing, Köln 1993</li> <li>• Mayhew, D. J. 1999: The Usability Engineering Lifecycle. San Francisco: Morgan Kaufmann 2005</li> <li>• Meyer, D.: Design Management in mittelständischen Unternehmen, Hrsg. Deutsches Design Management Institut, Hagen und Rat für Formgebung, Frankfurt a.M. 1994</li> <li>• Mozota, B.: Design management: using design to build brand value and corporate innovation. Allworth Press, New York 2003</li> <li>• Wolf, B. (Hrsg.): Design Management in der Industrie. Anabas Verlag, Frankfurt 1993</li> </ul>					
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>2300</b>				
Pflichtmodul: <b>IT-Konzepte und IT-Strategien</b>						
Lehrende(r)		Dozententeam/verantwortlich: <b>Prof. Dr.-Ing. Jörg Bleymehl</b> <b>N.N. (Professur Multimedia-Produktionssysteme und -technologien)</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	2. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte *)	5					
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	IT-Konzepte für die unternehmensübergreifende Systemintegration (B2B-Konzepte und -Werkzeuge) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teil 1: Technologien zur Umsetzung v. Medienproduktions- und -distributionssystemen                         <ul style="list-style-type: none"> <li>○ aktuelle Technologien für die Medienproduktion</li> <li>○ aktuelle Technologien für die Mediendistribution</li> <li>○ Analyse von IT-Trends, Approximation und Entscheidungsfindung</li> </ul> </li> <li>• Teil 2: Intensivere Auseinandersetzung mit exemplarisch analysierten IT-Konzepten im Medien-Workflow, z.B. Workflow-Management-Systemen, Groupware, CRM-Systemen, Medien-Management-Systemen, Metadatensystemen, Sendeplanungs- und -abwicklungssystemen</li> </ul>					
Lernziele	Die Studenten kennen grundlegende IT-Konzepte und -strategien in Medienunternehmen und verstehen, wie diese in betrieblichen Zusammenhängen, speziell in Medienunternehmen, wirken. Sie sind in der Lage, Umsetzbarkeit, strategische Entwicklungsmöglichkeiten (z.B. Skalierbarkeit) und den notwendigen Ressourceneinsatz zu beurteilen und zu bewerten. Sie können die Einführung neuer IT-Konzepte planen (z. B. mittels Pflichtenheft) und steuernd umsetzen und die dazu notwendigen Change-Management-Prozesse begleiten.					
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 Stunden Präsenzzeit (entspricht 3 SWS)</li> <li>• 105 Stunden Selbststudium zur Vor- und Nachbereitung der Präsenzveranstaltungen sowie Prüfungsleistungen</li> </ul>					
Prüfungsvorleistungen	Keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungspunkte *)
		V	S	P		
		3		Präsentation (1/2) Hausarbeit (1/2)	5	
Literaturempfehlungen	Die Literatur wird zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.					
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b>		Kennzahl				
Masterstudiengang Medienmanagement		2400				
Pflichtmodul: <b>Innovative Medientechnologien</b>						
Lehrende(r)		Dozententeam/ <u>verantwortlich:</u> <b>Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch</b> <b>N.N. (Professur Multimedia-Produktionssysteme und -technologien)</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	2. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte *)	5					
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	Vorstellung und Bewertung aktueller Entwicklungen in der Medienindustrie, speziell im Hinblick auf medienübergreifende Verwertung von Inhalten unter Einbeziehung von Referenten der Medienindustrie.					
Lernziele	Die Studenten kennen aktuelle Entwicklungen der verschiedenen Medien und können diese vor dem Hintergrund der fortschreitenden Medienkonvergenz (Broadcast/TV/Movie, Print & Publishing, IT- und Web-Industries) kritisch analysieren und bewerten. Sie kennen die dabei zum Einsatz kommenden Technologien und Hintergründe (z. B. Web 2.0 oder andere zum Zeitpunkt aktuelle Technologien) und sind in der Lage, darauf aufbauend innovative Businessmodelle zu diskutieren und zu beurteilen.					
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 Stunden Präsenzunterricht (entspricht 3 SWS)</li> <li>• 105 Stunden Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</li> </ul>					
Prüfungsvorleistungen	keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungspunkte *)
		V	S	P		
			3		Präsentation (1/2) Hausarbeit (1/2)	5
Literaturempfehlungen	Die Literatur wird zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.					
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>2500</b>				
Pflichtmodul: <b>Masterprojekt II</b>						
Lehrende(r)		Dozententeam/ <u>verantwortlich</u> : <b>Studiendekan</b> <b>Alle Professoren der Fakultät Medien</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	2. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte *)	5					
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	Die Lehrinhalte entsprechen denen des Moduls Masterprojekt I (1500).					
Lernziele	Das Masterprojekt II schließt sich an das Modul Masterprojekt I (1500) an. Es ist möglich, in 1500 begonnene Forschungs- oder Betreuungstätigkeiten fortzusetzen oder auch neue Projekte zu bearbeiten. Die Lernziele entsprechen denen des Moduls Masterprojekt I (1500).					
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 15 Stunden seminaristische Betreuung durch Hochschulprofessoren</li> <li>• 102 Stunden Projektarbeit, Vorbereitung Präsentation und Präsentation</li> <li>• 33 Stunden Hausarbeit zu einer wissenschaftlichen Themenstellung</li> </ul>					
Prüfungsvorleistungen	keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungs- punkte *)
		V	S	P		
		1		Präsentation (1/2) Hausarbeit (1/2)	5	
Literaturempfehlungen	Die Literatur wird zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.					
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>9010</b>				
Lehrende(r)		Pflichtmodul: <b>Mastermodul</b>  Dozententeam/ <u>verantwortlich</u> : <b>Studiendekan</b> <b>Alle Professoren der Fakultät Medien</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	3. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte *)		30				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<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 Kolloquiums ergeben sich durch die Lehr- und Forschungsgebiete des betreuenden Professors bzw. durch Themenbereiche des Studiengangs Master Medienmanagement. Der Student kann für die Masterarbeit nach PrüfO-MM § 18 Abs. 5 ein Thema und einen Betreuer vorschlagen, wodurch jedoch keinerlei Rechtsansprüche begründet werden.</p> <p>Im Masterseminar soll der Student unter Anwesenheit des betreuenden Professors durch eine Präsentationen die Fortschritte der zu erstellenden Masterarbeit nachweisen.</p> <p>Die Masterarbeit muss spätestens fünf Monate nach Ausgabe des Themas beim Prüfungsamt abgegeben werden. Thema, Aufgabenstellung und Umfang der Arbeit sind vom Betreuer so zu begrenzen, dass die Bearbeitungszeit eingehalten werden kann.</p>					
Lernziele	<p>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 Kolloquium soll der Student zeigen, dass er in der Lage ist, während eines wissenschaftlichen Gesprächs Inhalt, Methodik sowie Ergebnis seiner Masterarbeit zu erläutern und diesbezügliche Fragen zu beantworten. Dabei soll er auch nachweisen, dass er das Ziel des Studiums nach StudO-MMM § 2 erreicht hat.</p>					
Voraussetzungen für die Teilnahme	siehe PrüfO-MMM §18 (5) und (11)					
Arbeitslast	900 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 15 Stunden Vorbereitung und 15 Stunden Präsenz im Masterseminar</li> <li>• 810 Stunden Anfertigung der Masterarbeit</li> <li>• 60 Stunden Vorbereitung und Durchführung des Masterkolloquiums</li> </ul>					
Prüfungsvorleistungen	Präsentation**)					
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungspunkte *)
		V	S	P		
			1		Hausarbeit (2/3) Mündliche Prüfung (Kolloquium, 1/3)	30
Literaturempfehlungen	abhängig vom Thema der Masterarbeit					
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement					

\*\* ) unbenoteter Bestehensnachweis

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

# **Modulbeschreibungen**

## **Wahlpflichtmodule**

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4001</b>				
Wahlpflichtmodul: <b>Management III: Produktions- und Logistikmanagement</b>						
Lehrende(r)		Dozententeam/ <u>verantwortlich</u> : <b>Prof. Dr. Barbara Mikus</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte *)		5				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das Produktions- und Logistikmanagement</li> <li>• Grundlagen der Produktions- und Kostentheorie</li> <li>• Problemstellungen und Lösungsansätze der Produktionsprogrammplanung, Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik</li> <li>• Funktionen und Instrumente des Produktions- und Logistikcontrolling</li> </ul>					
Lernziele	Die Studenten erwerben grundlegende, aber auch vertiefende Fach- und Methodenkenntnisse zum Produktions- und Logistikmanagement sowie Fähigkeiten zur Analyse, Gestaltung und Bewertung von Produktions- und Logistiksystemen. Insbesondere sollen sie mithilfe von Fallstudien und durch Übungen befähigt werden, verschiedene Verfahren zur Planung und Steuerung von Produktion und Logistik in Abhängigkeit von den Rahmenbedingungen in geeigneter Form anzuwenden, um Produktions- und Logistikkentscheidungen fundiert vorzubereiten.					
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 60 Stunden Präsenzzeit (entspricht 4 SWS)</li> <li>• 90 Stunden Selbststudium, u. a. zur Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltung, zur Ausarbeitung der Prüfungsvorleistung sowie zur Klausurvorbereitung und Prüfung</li> </ul>					
Prüfungsvorleistungen	keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungs- tungs- punkte *)
		V	S	P		
		2	2		Klausurarbeit	5
Literaturempfehlungen	Jeweils aktuelle Auflage von <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arndt, H.: Supply Chain Management – Optimierung logistischer Prozesse, Wiesbaden</li> <li>• Baumgarten, H.; Wiendahl, H.-P.; Zentes, J. (Hrsg.): Logistik-Management: Strategien - Konzepte - Praxisbeispiele, Berlin, Heidelberg, New York 2001</li> <li>• Bloech, J.; Bogaschewsky, R.; Götze, U.; Roland, F.: Einführung in die Produktion, Berlin u.a.</li> <li>• Corsten, H.: Produktionswirtschaft, München, Wien</li> <li>• Dyckhoff, H.: Grundzüge der Produktionswirtschaft: Einführung in die Theorie betrieblicher Wertschöpfung, Berlin u.a.</li> <li>• Ebel, B.: Produktionswirtschaft, Ludwigshafen</li> <li>• Hoitsch, H.-J.: Produktionswirtschaft, München, Wien</li> <li>• Hossner, R. (Hrsg.): Jahrbuch der Logistik. Düsseldorf</li> <li>• Käschel, J.; Teich, T.: Produktionswirtschaft, Band 1: Grundlagen, Produktionsplanung und -steuerung, Lehr- und Übungsbuch, Chemnitz</li> <li>• Pfohl, H.-C.: Logistikmanagement. Konzeption und Funktionen, Berlin u.a.</li> <li>• Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme, Berlin u.a.</li> <li>• Schulte, C.: Logistik: Wege zur Optimierung der Supply Chain, München</li> </ul>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Thonemann, U.: Operations Management: Konzepte, Methoden und Anwendungen, München</li><li>• Weber, J.: Logistik- und Supply Chain Controlling, Stuttgart</li></ul> <p>Weitere Literaturhinweise zu spezifischen Themen werden in der Lehrveranstaltung gegeben.</p>
Verwendbarkeit	Masterstudiengang General Management Masterstudiengang Medienmanagement

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4002</b>			
Wahlpflichtmodul: <b>Management III: Marketing</b>					
Lehrende(r)		Dozententeam/ <u>verantwortlich</u> : <b>Prof. Dr. Harald Möbus</b>			
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester (jährlich)		
Leistungspunkte *)		5			
Unterrichtssprache	Deutsch				
Lehrinhalte	Die Studierenden lernen, wie ein Unternehmen durch strategische und operative Marketingplanung komparative Konkurrenzvorteile entwickeln und erfolgreich wachsen kann. Hierbei erfolgt die Orientierung des Curriculums dem Prozess der strategischen und operativen Planung: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Situationsanalyse</li> <li>• Marketingziele</li> <li>• Marketingstrategien</li> <li>• Marketingmix</li> <li>• Marketingorganisation</li> <li>• Überwachung und Kontrolle</li> </ul>				
Lernziele	Fachkompetenz: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sollen erkennen, dass die Marketingstrategie den zentralen Erfolgsfaktor der modernen Unternehmensstrategie darstellt und diese in entscheidendem Umfang beeinflusst.</li> <li>• Ausgehend von dieser Erkenntnis sollen sie in die Lage versetzt werden, entlang des allgemeinen Prozesses der strategischen Planung von der situativen Analyse bis zur operativen Umsetzung den Marketingprozess eines Unternehmens marktgerecht zu planen und umzusetzen. Dabei liegt das Schwergewicht auf der strategischen Planung, die in der Erstellung eines strategischen Marketingplanes ihren Ausdruck findet.</li> <li>• Die Teilnehmer sollen also dazu befähigt werden, die notwendigen Entscheidungen zum Marketingmanagement im betrieblichen Kontext planen zu können und deren sachgerechte Durchführung überwachen und sachgerecht kontrollieren zu können.</li> </ul> Methodenkompetenz: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Anwendung der Analyse-/Planungs- und Kontrollinstrumente in den beschriebenen Bereichen des strategischen Marketingmanagements wird durch laufende Aufgabenstellungen und eigene Internetrecherchen der Studierenden ergänzt.</li> </ul> Sozialkompetenz: <ul style="list-style-type: none"> <li>• In gewissen Grenzen kann diese Kompetenz sowohl in der Präsenzveranstaltung, die in seminaristischer Form durchgeführt wird, als auch durch die Präsentation von Arbeitsergebnissen (Referate, Internet-Recherche-Projekte etc.) entwickelt werden.</li> </ul>				
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse in Marketinggrundlagen werden empfohlen				
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 60 Stunden Präsenzzeit</li> <li>• 88,5 Stunden Selbststudium (zur Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltung sowie zur</li> </ul>				

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

	Prüfungsvorbereitung unter Wahrnehmung der in den Kolloquien angebotenen Informations- und Rückfragemöglichkeiten) • 1,5 Stunden Prüfung					
Prüfungsvorleistungen	PVP (Fallweise Anfertigung und Präsentation eigener (Internet-)Recherchen zu vorgegebenen Fragestellungen (Einzel-/Gruppenarbeiten))					
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungspunkte *)
		V	S	P		
		2	2		PF mit PP (Erstellung/Präsentation eines Marketingplans)	5
Literaturempfehlungen	Jeweils die aktuellen Auflagen von: <b>Allgemeines Marketing:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kotler Ph. ; Keller K.L.; Marketing Management (amerik. Ausgabe)</li> <li>- Kotler, Ph.; Bliemel,F. ;Marketing-Management. Analyse, Planung und Verwirklichung</li> <li>- Meffert, H. Marketing,</li> <li>- Brassington, F.; Pettitt; S. : Principles of Marketing, Harlow , England</li> <li>- Ansoff, H. Igor, Mc Donnell, Edward, J.; Implanting Strategic Management</li> <li>- Becker, J. Marketingkonzeption</li> </ul> Weitere (aktuelle) Quellen werden während der Veranstaltung bekannt gegeben					
Verwendbarkeit	Das Modul ist in Masterstudiengängen mit betriebswirtschaftlichen Ausbildungsinhalten verwendbar. u. a.: Masterstudiengang General Management Masterstudiengang Medienmanagement					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4010</b>				
Wahlpflichtmodul: <b>Digitale Bildverarbeitung</b>						
Lehrende(r)		Dozententeam/verantwortlich: <b>Prof. Dr. rer. nat. habil. Karl-Udo Jahn</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte *)		5				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	1. Grundbegriffe Bildabtastung und Digitalisierung, Abtasttheorem, Bilddarstellung, Bildcodierung, Bildverarbeitungssysteme, Farben, Farbmodelle und Pseudofarben, Datenstrukturen für Bilder und Bilddatenformate, Bildkodierung, statistische Merkmale 2. Bildbearbeitung Arithmetische und logische Bildoperationen, Histogramme und Histogrammausgleich, lineare und nichtlineare Filter, Bildrestauration, Operationen im Frequenzbereich, Faltungssatz 3. Bildanalyse Segmentierung, Konturbestimmung, Texturanalyse, Liniendetektion, Analyse von Punktmustern, adaptive Binarisierung, Skelettierung					
Lernziele	Die Studenten sollen in die Lage versetzt werden, in der Praxis auftretende Problemstellungen der Bildverarbeitung zu verstehen, vorhandene Verfahren zu deren Lösung zu beurteilen bzw. selbst geeignete Methoden der Problemlösung zu entwerfen und programmtechnisch umzusetzen. Sie können mit einem professionellen Bildverarbeitungssystem umgehen (in den Übungen wird die Image Processing Toolbox von MATLAB benutzt) und dies zur Problemlösung einsetzen.					
Voraussetzungen für die Teilnahme	Informatik-Grundlagen					
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 60 Stunden für Präsenzstudium (entspricht 4 SWS)</li> <li>• 90 Stunden für Selbststudium, Projektbearbeitung, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</li> </ul>					
Prüfungsvorleistungen	Projektarbeit (erfolgreiche Bearbeitung zweier Projekte)					
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungspunkte *)
		V	S	P		
		2		2	Klausurarbeit	5
Literaturempfehlungen	Burger, W. und M. J. Burge: Digitale Bildverarbeitung, Springer-Verlag 2005 Gonzalez, R. C. und R. E. Woods: Digital Image Processing. Prentice Hall 2002 Nischwitz, A. und P. Haberäcker: Computergrafik und Bildverarbeitung, Vieweg-Verlag 2004 Tönnies, K. D.: Grundlagen der Bildverarbeitung, Pearson Studium 2005 Voss, K. und H. Süsse: Praktische Bildverarbeitung, Carl-Hanser-Verlag 1991					
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4011</b>				
Wahlpflichtmodul: <b>Innovative Rechnerarchitekturen</b>						
Lehrende(r)		Dozententeam/verantwortlich: <b>Prof. Dr. rer. nat. Klaus Hering</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte *)		5				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	1. Einführung: Rechnerarchitekturbegriff, Klassifikationen, evolutionäre Aspekte 2. VLSI-Design: Design-Prozess, Entwurststile, Deep Submicron Processes, Verifikation/Test 3. Mikroarchitektur: Entwicklungstendenzen, Aspekte der Pipelinegestaltung 4. Parallelrechner: Organisationsprinzipien, Beispiele aus der „TOP 500“-Supercomputerliste 5. Grid Computing: Grid-Architektur, ausgewählte Projekte 6. Cellular Computing: Zelluläre Modelle, Beispielszenarien 7. DNA-Computing: Hintergrund, biomolekularer Elementarcomputer					
Lernziele	<p><u>Ziel:</u> Entwicklungslinien auf dem Gebiet der Rechnerarchitektur werden insbesondere unter dem Blickwinkel von Parallelitäts-, Lokalitäts- und Komplexitätsaspekten betrachtet. Unkonventionelles kritisches Denken in Richtung möglicher Entwicklungen soll angeregt werden. Die Studenten setzen sich mit aktuellen Forschungsbeiträgen auseinander und tragen zu einem ausgewählten Gebiet vor. In den Übungen werden auf graphen-theoretischer Grundlage Eigenschaften von Verbindungsstrukturen behandelt.</p> <p><u>Fach- und methodische Kompetenzen:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verständnis des Potenzials neuer Entwicklungen auf dem Gebiet der Rechnerarchitektur</li> <li>• Algorithmisches Denken über abstrakten Strukturen</li> <li>• Kompetenz in wissenschaftlicher Recherche, Diskussion und Präsentation</li> </ul>					
Voraussetzungen für die Teilnahme	grundlegende Kenntnisse der Rechnerarchitektur und der Graphentheorie					
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 60 Stunden für Präsenzstudium (entspricht 4 SWS)</li> <li>• 90 Stunden für Selbststudium , Prüfungsvorbereitung und Prüfung</li> </ul>					
Prüfungsvorleistungen	Präsentation					
Lehrformen und Prüfungen			SWS			Leistungspunkte *)
	Lehreinheiten	V	S	P	Prüfungsleistung(en)	
		2		2		Mündliche Prüfung

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Märtin, Ch.: „Rechnerarchitekturen – CPUs, Systeme, Software-Schnittstellen“, Fachbuchverlag Leipzig (im Carl Hanser Verlag), 2001.</li><li>• Foster, I.; Kesselman, C.; Tuecke, S.: „The Anatomy of the Grid – Enabling Scalable Virtual Organizations“, International Journal of Supercomputing Applications, 15(3), 2001.</li><li>• Benenson, Y. et al.: „Programmable and Autonomous Computing Machine Made of Biomolecules“, Nature Vol. 414, pp. 430-434, 2001.</li></ul>
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4012</b>				
Wahlpflichtmodul: <b>Kalkulation von Medien</b>						
Lehrende(r)		Dozententeam/verantwortlich: <b>Prof. Dr. Randolph Dieckmann</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte *)		5				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechnungswesen im Buch- und Zeitschriftenverlag</li> <li>• Buchkalkulation auf Vollkostenbasis</li> <li>• Buchkalkulation auf Teilkostenbasis</li> <li>• Kalkulation von Presseerzeugnissen (gem. BDVZ-Rahmenschema)</li> <li>• Kalkulation von Hörbüchern</li> <li>• Kalkulation von Multimedia-Produkten</li> </ul>					
Lernziele	Die Studenten <ul style="list-style-type: none"> <li>• kennen und akzeptieren verschiedene Kalkulationssystematiken in einem Verlag für Printprodukte und können die Unterschiede zu den üblichen industriellen Kalkulations-schemata beurteilen.</li> <li>• können das Erlernte auf verschiedene Fragestellungen übertragen und anwenden.</li> <li>• können anhand der Deckungsbeitragsrechnung eine komplette Programmplanung vornehmen und als Grundlage für das Controlling akzeptieren</li> <li>• können das Erlernte auf die Kalkulation von Hörbüchern, Multimediaprodukten anwenden</li> </ul>					
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 30 Stunden (entspricht 2 SWS) Präsenzunterricht</li> <li>• 120 Stunden Selbststudienzeit , Prüfungsvorbereitung und Prüfung</li> </ul>					
Prüfungsvorleistungen	Keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungs-punkte *)
		V	S	P		
		1		1	Klausurarbeit	5
Literaturempfehlungen	Die Literatur wird zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.					
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Verlags- und Handelsmanagement Masterstudiengang Medienmanagement					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4013</b>			
Wahlpflichtmodul: <b>Informationssysteme</b>					
Lehrende(r)		Dozententeam/ <u>verantwortlich</u> : <b>Prof. Dr.-Ing. Thomas Kudraß</b>			
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester (jährlich)		
Leistungspunkte *)		5			
Unterrichtssprache	Deutsch				
Lehrinhalte	1. Grundlagen von Informationssystemen (Motivation, Anforderungen) 2. Modellierung von Informationssystemen (Prozesse, Funktionen, Daten, Rollen) 3. Technische Grundlagen verteilter Informationssysteme <ul style="list-style-type: none"> <li>- Client-Server-Architekturen</li> <li>- Verteilte Objekte: CORBA, RMI</li> <li>- Verteilte Komponenten: Enterprise Java Beans (EJB)</li> <li>- Persistenzkonzepte (für Objekte und XML)</li> <li>- Service-Orientierte Architekturen (SOA) / Web Services</li> <li>- Business Process Management / Workflow Management</li> <li>- Integration heterogener Systeme (föderierte Systeme, EAI)</li> </ul> 4. Typen von Informationssystemen aus Anwendungssicht <ul style="list-style-type: none"> <li>- Betriebliche Informationssysteme (ERP, CRM, SCM, MIS)</li> <li>- Dokumentenmanagement &amp; Content Management / Digitale Archive</li> <li>- Geo-Informationssysteme (GIS)</li> <li>- Mobile Informationssysteme (MobIS)</li> </ul>				
Lernziele	Vermittlung der wichtigsten Prinzipien von Informationssystemen aus Management-Sicht (prozessorientiert) und aus technischer Sicht. Befähigung der Teilnehmer zu Informationssystem-Architekten.				
Voraussetzungen für die Teilnahme	Datenbanken-Grundlagen (GDB)				
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 60 Stunden (entspricht 4 SWS) für Präsenzstudium</li> <li>• 90 Stunden für Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</li> </ul>				
Prüfungsvorleistungen	keine				
Lehrformen und Prüfungen			SWS		Leistungs-punkte *)
	Lehreinheiten	V	S	P	
		3		1	Klausurarbeit
Literaturempfehlungen	Krcmar, H.: Informationsmanagement. Springer-Verlag, 2005. Dostal, W.; Jeckle, M.; Melzer, I.; Zengler, B.: Service-orientierte Architekturen mit Web Services. Elsevier 2005. Conrad, S.; Hasselbring, W.; Koschel, A.; Tritsch, R.: Enterprise Application Integration. Elsevier 2005. Tanenbaum, A.; van Steen, M.: Verteilte Systeme, Pearson 2005. Bengel, G.: Grundkurs Verteilte Systeme. Vieweg 2004. Gadatsch, X.: Grundkurs Geschäftsprozess-Management. Vieweg 2003. Höpfner, H.; Türker, C.; König-Ries, B.: Mobile Datenbanken und Informationssysteme. dpunkt Verlag 2005.				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement				

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4014</b>				
Lehrende ( <u>Verantwortlicher</u> )		Wahlpflichtmodul: <b>Audioproduktion</b>  <b>Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch</b> <b>Prof. Dr. Gabriele Hooffacker</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	6. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte*)		5				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wiederholung audioteknischer Grundlagen</li> <li>• Theoretische und praktische Studioteknik</li> <li>• Einweisung in computerbasierte Audioproduktionssysteme</li> <li>• medienadäquate Inhaltsaufbereitung</li> <li>• Gruppenweise Seminare zu 3 speziellen Schwerpunkten:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Musikproduktion</li> <li>- Radioproduktion</li> <li>- Surroundproduktion</li> </ul> </li> <li>• Kleinere, betreute Beispielprojekte zur Anwendung der Vorlesungs- und Seminarinhalte</li> <li>• Eigenverantwortliche Durchführung eines größeren Projekts aus einem der 3 Schwerpunktbereiche in kleineren Gruppen</li> </ul>					
Lernziele	<p>Die Studenten haben Kenntnisse im Umgang mit Studioteknik im Audibereich sowie mit computerbasierten Audiosystemen und –programmen erworben.</p> <p>Sie haben ein Verständnis für die Abläufe und Strukturen in Audioproduktionsumgebungen entwickelt.</p> <p>Sie haben Kenntnisse zur Planung, Vorbereitung und Durchführung komplexer Audioproduktionen.</p> <p>Die Studenten haben einen sicheren Umgang mit Werkzeugen im gewählten Schwerpunktbereich erlernt.</p> <p>Die Studenten können die fachlichen Inhalte des Moduls in den Kontext des Medienmanagements einordnen.</p>					
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon 60 Std. Präsenzzeit (15 x 4 Std.), 90 Std. Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung					
Prüfungsvorleistungen	Keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehrinheiten	SWS			Prüfungsleistung	Leistungspunkte*)
		V	S	Ü		
		2	2		Projektarbeit	5
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Webers, Johannes: Handbuch der Tonstudioteknik. Franzis, ISBN: 3772355285</li> <li>• Dickreiter, Michael: Handbuch der Tonstudioteknik - 2 Bände. KG Saur, ISBN: 359811320X</li> <li>• Dickreiter, Michael: Mikrofon Aufnahmeteknik. Hirzel, ISBN: 3777611999</li> <li>• Ederhof, Andreas: Das Mikrofonbuch. GC Carstensen, ISBN: 3910098282</li> <li>• Friesecke, Andreas: Metering. PPV Medien, ISBN: 3932275527</li> <li>• Birkner, Christian: Surround Sound. Sanctuary, ISBN: 1844920593</li> <li>• Hapke, Tom: Studiobibel. Bosworth Music, ISBN: 3865432476</li> <li>• Fachzeitschriften:</li> </ul>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Studio Magazin</li><li>- Sound &amp; Recording</li><li>- Recording Magazin</li><li>- Mix</li><li>• Online:</li><li>- <a href="http://www.tonmeister.de">www.tonmeister.de</a></li><li>- <a href="http://www.harmony-central.com">www.harmony-central.com</a></li><li>- <a href="http://www.proaudio.de">www.proaudio.de</a></li><li>- <a href="http://www.digido.com">www.digido.com</a></li></ul>
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"><li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li><li>• Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering)</li></ul>

<b>Fakultät Medien</b>		Kennzahl <b>4016</b>				
Masterstudiengang Medienmanagement		Wahlpflichtmodul: <b>Content Management Systeme</b>				
Lehrender		<b>Prof. Dr.-Ing. Robert Müller</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	6. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte*)		5				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Web-Architekturen von Content Management-Systemen und Multimedia-Datenbanken</li> <li>• Management von Text-Content (Indizierung, Language Engineering, linguistische Suche)</li> <li>• Management von Bild-Content (Indizierung, Bildsuche, Bildvergleich, maschinelles Bildverstehen)</li> <li>• Management von Audio/Video-Content (Indizierung, strukturierte Audio- und Videoformate)</li> </ul>					
Lernziele	<p>Die Studenten kennen die grundlegenden Möglichkeiten moderner (verteilter und webbasierter) Content Management-Systeme und Multimedia-Datenbanksysteme im Hinblick auf ihre Verwendbarkeit für Medienunternehmen.</p> <p>Sie sind in der Lage, eine kritische Einschätzung von Content Management-Systemen und Multimedia-Datenbanksystemen bzgl. ihres Kosten/Nutzen-Verhältnisses in Medienunternehmen zu geben.</p> <p>Sie sind fähig, Anwendungen zu spezifizieren und im Rahmen eines formalen Entwurfs zu notieren, die mit Hilfe von Content Management-Systemen umgesetzt werden sollen.</p> <p>Die Studenten haben exemplarische Programmier- und Toolfähigkeiten erlernt und verstehen damit die grundsätzlichen Technologieaspekte von Content Management-Systemen und Multimedia-Datenbanken.</p> <p>Die Studenten können die fachlichen Inhalte des Moduls in den Kontext des Medienmanagements einordnen.</p>					
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon 60 Std. Präsenzzeit (15 x 4 Std.), 90 Std. Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung					
Prüfungsvorleistungen	Keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung	Leistungspunkte*)
		V	S	Ü		
			2	2	Präsentation (1/3), Projektarbeit (2/3)	5
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt</li> </ul>					
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li> <li>• Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering)</li> </ul>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4017</b>				
Wahlpflichtmodul: <b>Datenformate im Medienbereich, Produktion von AV-Datenträgern</b>						
Lehrender: N.N. (Professur Multimedia-Produktionssysteme und -technologien)						
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	6. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte*)		5				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufbau, Vor- und Nachteile sowie Möglichkeiten verbreiteter Datenformate im Medienbereich</li> <li>• Standard-Datenformate für unterschiedliche Anwendungen</li> <li>• Technologien der verlustlosen und verlustbehafteten Kompression</li> <li>• MPEG-Kompression</li> <li>• Kopier-, Konvertierungs- und Generationenverluste</li> <li>• interner Aufbau der Datenstrukturen auf AV-Distributionsmedien</li> <li>• Möglichkeiten und Unterschiede der Gestaltung von AV-Datenträgern</li> <li>• Authoring-Werkzeuge für AV-Datenträger</li> <li>• medienadäquate Inhaltsaufbereitung</li> <li>• Praxis:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- Arbeit mit Datenformaten und Kompressionswerkzeugen</li> <li>- Realisierung eines AV-Datenträgers mit interaktiver Benutzerschnittstelle</li> </ul> </li> </ul>					
Lernziele	Die Studenten kennen die verschiedenen Datenformate und deren Einsatzgebiete. Sie sind sensibilisiert hinsichtlich Datenverlust bei Konvertierung und Kompression. Die Studenten kennen die Möglichkeiten bei der Gestaltung von AV-Datenträger und haben einen sicheren Umgang mit Authoring-Werkzeugen für AV-Datenträger erlernt. Die Studenten können die fachlichen Inhalte des Moduls in den Kontext des Medienmanagements einordnen.					
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon 60 Std. Präsenzzeit (15 x 4 Std.), 90 Std. Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung					
Prüfungsvorleistungen	Keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehrinheiten	SWS			Prüfungsleistung	Leistungspunkte*)
		V	S	P		
		2	2		Klausur (1/3), Projektarbeit (2/3)	5
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Heyna/Briede/Schmidt: Datenformate im Medienbereich. Fachbuchverlag Leipzig, ISBN 3_446_22542_0</li> <li>• Dankmeier, Wilfried: Grundkurs Codierung. Vieweg, ISBN ISBN 3_528_25399_1</li> <li>• Ohm, Jens-Rainer : Digitale Bildcodierung. Springer, ISBN 3_540_58579_6</li> <li>• Watkinson, John: The MPEG Handbook. Focal Press, ISBN 0-240-80578-X</li> <li>• Taylor, Jim: DVD demystified. McGraw-Hill, ISBN 0_07_135026_8</li> <li>• Lancia, Philip/Ely, Mark: DVD production. edition filmwerkstatt, ISBN 3_9807175_1_8</li> </ul>					
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li> </ul>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering)</li></ul>
--	---

<b>Fakultät Medien</b>		Kennzahl <b>4019</b>				
Masterstudiengang Medienmanagement		Wahlpflichtmodul: <b>Interfacedesign I</b>				
Lehrender		<b>Prof. Dr. rer. pol. Ulrich Nikolaus</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	6. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte*)		5				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interfacedesign                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen und Begriffe (GUI, HCI, Software-Ergonomie, Usability)</li> <li>- Geschichte, Aufbau und Design grafischer User Interfaces</li> <li>- Gestaltungsregeln und -prinzipien für die Entwicklung von Interfaces</li> </ul> </li> <li>• Entwicklung von Interfaces                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Entwicklung von Interfaces (User Centered Design, Usability Engineering)</li> <li>- Evaluation von Interfaces (Usability Testing)</li> <li>- Entwicklung barrierefreier Angebote mit HTML &amp; CSS, Flash, PDF</li> </ul> </li> <li>• Accessibility und Barrierefreiheit                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Barrieren und Barrierefreiheit</li> <li>- Grundlagen barrierefreier Informationstechnik</li> <li>- Gesetze, Normen und Richtlinien zur Barrierefreiheit (BGG, BITV u. a.)</li> </ul> </li> </ul>					
Lernziele	<p>Die Studenten kennen die wesentlichen theoretischen Grundlagen der Mensch-Maschine-Kommunikation (Human Computer Interaction, HCI) und sind mit Geschichte, Aufbau und Design grafischer Benutzerschnittstellen (Graphical User Interfaces, GUI) vertraut.</p> <p>Sie kennen die wesentlichen Faktoren, welche die Qualität von User Interfaces bestimmen (Software-Ergonomie, Usability), die wichtigsten Gestaltungsregeln und Vorgehensweisen beim Interface Design (User Centered Design) sowie Methoden zum Test bzw. zur Evaluierung von Benutzerschnittstellen (Usability Testing).</p> <p>Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der barrierefreien Gestaltung von Interfaces. In Kooperation mit der Deutschen Zentralbücherei für Blinde zu Leipzig (DZB) haben die Studenten Probleme barrierefreier Webgestaltung behandelt und durch Exkursionen, Gespräche mit Betroffenen und Praxisprojekte anwendungsnah vertieft.</p> <p>Die Studenten können die fachlichen Inhalte des Moduls in den Kontext des Medienmanagements einordnen.</p>					
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon 60 Std. Präsenzzeit (15 x 4 Std.), 90 Std. Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung					
Prüfungsvorleistungen	Keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehrinheiten	SWS			Prüfungsleistung	Leistungspunkte*)
		V	S	P		
		2	2		Klausurarbeit	5
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIN EN ISO 9241: Ergonomische Anforderungen für Bürotätigkeiten mit Bildschirmgeräten Auszüge online abrufbar unter <a href="http://www.ergo-online.de">http://www.ergo-online.de</a></li> <li>• Dumas, Joseph S.; Redish, Janice C.: A Practical Guide to Usability Testing Norwood, NJ, Ablex Publishing Corporation 1993</li> <li>• Herczeg, Michael; Software-Ergonomie: Grundlagen der Mensch-Computer-Kommunikation, Addison-Wesley 1994</li> </ul>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manhartsberger, Martina; Musil, Sabine: Web Usability. Das Prinzip des Vertrauens, Bonn: Galileo Press 2001</li> <li>• Nielsen, Jakob; Usability Engineering; Academic Press 1993</li> <li>• Raskin, Jef: Das intelligente Interface: neue Ansätze für die Entwicklung interaktiver Benutzerschnittstellen. München, Boston (u.a.): Addison-Wesley 2001</li> <li>• Sears, Andrew; Heuristic Walkthroughs: Finding the Problems Without the Noise; in: International Journal of Human-Computer Interaction; 9(3); S 213-234; 1997</li> <li>• Shneiderman, Ben; User Interface Design; Bonn, mitp-Verlag; 2002</li> </ul>
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li> <li>• Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering)</li> </ul>

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4021</b>				
Wahlpflichtmodul: <b>TV-Produktionstechnik</b>		Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch <b>N.N. (Professur Multimedia-Produktionssysteme und -technologien)</b>				
Lehrende (Verantwortlicher)						
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	6. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte*)		5				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wiederholung der Grundlagen aus AV-Technik I + II</li> <li>• Anforderungen an Studiotechnik sowie deren technische Realisierung</li> <li>• Aufbau von TV-Studios</li> <li>• Analyse der Arbeitsabläufe bei TV-Produktionen</li> <li>• Virtuelles TV-Studio</li> <li>• Virtuelle Technologien im Bereich der Datenvisualisierung und Videoanalyse</li> <li>• Arbeitsprozesse der Postproduktion</li> <li>• verbreitete Werkzeuge der Postproduktion sowie deren Einsatz</li> <li>• begleitend: praktische Arbeit im Studio, Planung von TV-Produktionen</li> <li>• Praxis: Realisierung eines Projekts aus einem der Teilgebiete</li> </ul>					
Lernziele	Die Studenten haben fundierte Kenntnisse in AV-Studiotechnik und Postproduktionssystemen und beherrschen den sicheren Umgang mit Studiotechnik.  Sie haben sich in Postproduktionswerkzeuge eingearbeitet.  Die Studenten kennen die Grundlagen virtueller TV-Technologien.					
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon 60 Std. Präsenzzeit (15 x 4 Std.), 90 Std. Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung					
Prüfungsvorleistungen	Keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehrinheiten	SWS			Prüfungsleistung	Leistungspunkte*)
		V	S	P		
		3	1		Klausurarbeit (1/2), Projektarbeit (1/2)	5
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schmidt, Ulrich: Professionelle Videotechnik. Springer, ISBN 3_540_24206_6</li> <li>• Warstat, Michael: Studiotechnik. Elektor, ISBN 3_928051_85_7</li> <li>• DIN Deutsches Institut für Normung e.V. (Hrsg.): Veranstaltungstechnik. Beuth, ISBN 3_410_15110_9</li> <li>• Schmidt, Ulrich: Digitale Film- und Videotechnik. Fachbuchverl. Leipzig, ISBN 3_446_21827_0</li> <li>• Mücher, Michael: Fachwörterbuch der Fernsehstudio- und Videotechnik. Mücher, ISBN 3_929831_06_6</li> <li>• Burder, John: Postproduction für Film &amp; Video. Videoverlag Reil, ISBN 3_932972_75_9</li> <li>• Reimers, Ulrich (Hrsg.): Digitale Fernsehtechnik. Springer, ISBN 3_540_58993_7</li> <li>• Fischer, Walter: Digitale Fernsehtechnik in Theorie und Praxis. Springer, ISBN 3_540_29203_9</li> <li>• Fachzeitschriften:</li> </ul>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Production Partner</li><li>- FKT (offizielles Organ der Fernseh- und Kinotechnischen Gesellschaft)</li></ul>
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"><li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li><li>• Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering)</li></ul>

<b>Fakultät Medien</b>		Kennzahl <b>4022</b>				
Masterstudiengang Medienmanagement		Wahlpflichtmodul: <b>Studioproduktion I</b>				
Lehrende (Verantwortlicher)		<b>Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch</b> <b>Prof. Dr. Gabriele Hooffacker</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	6. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte*)		5				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umgang mit der TV-Studioteknik</li> <li>• Beleuchtung im Studio</li> <li>• Mikrofonierung</li> <li>• Konzipierung</li> <li>• fernsehadäquate Inhaltsaufbereitung</li> <li>• journalistische Darstellungsformen</li> <li>• Präsentation</li> <li>• Moderation</li> <li>• Casting</li> <li>• Umgang mit Studiogästen</li> </ul>					
Lernziele	<p>Die Studenten haben ein Verständnis für fernsehadäquate Inhaltsaufbereitung sowie Kenntnisse im Umgang mit Studioteknik im TV-Bereich erworben.</p> <p>Sie verstehen die Abläufe und Strukturen einer Fernsehproduktion und wissen, wie eine Fernsehproduktion geplant, vorbereitet und durchgeführt wird.</p> <p>Die Studenten haben eine 25-minütige Sendung im Team sowohl technisch als auch inhaltlich umgesetzt.</p> <p>Die Studenten können die fachlichen Inhalte des Moduls in den Kontext des Medienmanagements einordnen.</p>					
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon 60 Std. Präsenzzeit (15 x 4 Std.), 90 Std. Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung					
Prüfungsvorleistungen	Keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung	Leistungspunkte*)
		V	S	P		
		2	2	Projektarbeit	5	
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schult, Gerhard; Buchholz, Axel (2006): Fernseh-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. Berlin: Econ.</li> <li>• Schmidt, Ulrich (2005): Professionelle Videotechnik : analoge und digitale Grundlagen, Film-technik, Fernsehtechnik, HDTV, Kameras, Displays, Videorecorder, Produktion und Studio-technik. Berlin: Springer Verlag; ISBN: 3540668543</li> <li>• Johannes Webers: Handbuch der Film- und Videotechnik; Franzis Verlag, Feldkirchen; ISBN 3-7723-7115-9</li> </ul>					
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li> <li>• Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering)</li> </ul>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement Kennzahl <b>4023</b> Wahlpflichtmodul: <b>Veranstaltungstechnik</b>					
Lehrender <b>Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch</b>					
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	6. Semester (jährlich)		
Leistungspunkte*)		5			
Unterrichtssprache	Deutsch				
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wiederholung mathematischer und naturwissenschaftlicher Grundlagen</li> <li>• Grundlagen Versammlungsstättenverordnung</li> <li>• Spezifika verschiedener Versammlungsstätten (Bühne/Studio/Halle)</li> <li>• Technische, organisatorische und personelle Anforderungen</li> <li>• Allgemeine und spezielle Betriebstechnik/Veranstaltungstechnik</li> <li>• Fliegende Bauten</li> <li>• Technikplanung</li> </ul>				
Lernziele	Die Studenten kennen rechtliche und technische Anforderungen an Versammlungsstätten und Veranstaltungsorte sowie an die handelnden Personen.  Sie haben theoretische und praktische Kenntnisse von Betriebstechnik und Veranstaltungstechnik erworben.  Die Studenten beherrschen einen sicheren Umgang mit Betriebstechnik/Veranstaltungstechnik.  Sie haben Kenntnisse zur technischen Planung, Vorbereitung und Durchführung einer Veranstaltung.  Die Studenten können die fachlichen Inhalte des Moduls in den Kontext des Medienmanagements einordnen.				
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine				
Arbeitslast	150 Stunden, davon 60 Std. Präsenzzeit (15 x 4 Std.), 90 Std. Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung				
Prüfungsvorleistungen	Keine				
Lehrformen und Prüfungen	SWS			Prüfungsleistung	Leistungspunkte*)
	Lehrinheiten	V	S		
		2	2	Präsentation	5
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt</li> </ul>				
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li> <li>• Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering)</li> </ul>				

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b>		Kennzahl <b>4024</b>				
Masterstudiengang Medienmanagement						
Wahlpflichtmodul: <b>Zeitungswirtschaft</b>						
Lehrende(r)		Prof. Dr. Gunter Janssen		Prof. Dr. oec. habil. Thomas Heß		
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	4. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte *)		5				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	Schwerpunkte: – Begrifflichkeiten in der Pressewirtschaft – Entwicklung der Zeitungs- und Zeitschriftenwirtschaft – Volkswirtschaftliche Bedeutung – Organisation eines Presseverlages – Management im Presseverlag (Planung, Marketing, Personalwirtschaft)					
Lernziele	Mit diesem Modul werden den Studenten grundlegende Kenntnisse über die Stellung der Presse in Gesellschaft, Politik, Wirtschaft und auf dem Medienmarkt vermittelt.  Darüber hinaus werden sie durch das erworbene Wissen befähigt, Presseverlage hinsichtlich ihres Profils bewerten sowie auf der Grundlage wichtiger Maßstäbe wie Produktportfolio, Umsatz- und Mitarbeiterzahlen, In- und Auslandsaktivitäten sowie aktuelle Neuentwicklungen hinsichtlich ihrer Zukunftsfähigkeit bewerten zu können.					
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon – 30 Stunden Vorlesungen und Seminare – 88 Stunden angeleitetes Selbststudium inkl. Vorbereitung von Pflichtaufgaben für die Seminare – 32 Stunden Prüfungsvorbereitung und Prüfung					
Prüfungsvorleistungen	keine					
Lehrformen und Prüfungen		SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungspunkte *)
	Lehreinheiten	V	S	P		
	4028-1 Grundlagen der Pressewirtschaft	1	0	0	Hausarbeit (1/2)	
4028-2 Spezielle Zeitungswirtschaft	0	1	0	Referat (1/2)		
Literaturempfehlungen	BDZV (Hg.): Zeitungen 2006, Berlin, ZV Zeitungsverlag Service GmbH, 2007 BDZV (Hg.): Planung in Zeitungsverlagen, Berlin, jeweils aktuelle Ausgabe					
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li> <li>• Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion (Bachelor of Engineering)</li> </ul>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b>		Kennzahl <b>4025</b>				
Masterstudiengang Medienmanagement						
Wahlpflichtmodul: <b>Entwicklung mobiler Anwendungen</b>						
Lehrende (Verantwortlicher)		<b>Prof. Dr.-Ing. Jörg Bleymehl</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	6. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte*)		5				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definition mobile Anwendung</li> <li>• Geschichtliche Entwicklung mobiler Endgeräte</li> <li>• Aktuelle Betriebssysteme</li> <li>• Gestalterische Aspekte mobiler Anwendungen</li> <li>• Entwicklungsumgebungen für mobile Anwendungen</li> <li>• Rahmenbedingungen für die Entwicklung mobiler Apps.</li> <li>• Webbasierte mobile Anwendungen</li> </ul>					
Lernziele	<p>Die Studenten haben allgemeine Kenntnisse über mobile Anwendungen.</p> <p>Sie kennen die geschichtliche Entwicklung mobiler Endgeräte und den aktuellen technologischen Stand.</p> <p>Sie kennen die aktuellen Betriebssysteme sowie deren Entwicklungsumgebungen. Sie haben grundlegende Kenntnisse hinsichtlich der Gestaltung und Programmierung von mobilen Applikationen.</p>					
Voraussetzungen für die Teilnahme						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 60 Std. Präsenzzeit (15 x 4 Std.), 90 Std. Selbststudium und Prüfungs- last					
Prüfungsvorleistungen	Keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehrinheiten	SWS			Prüfungsleistung	Leis- tungs- punkte*)
		V	S	Ü		
		2		2	Präsentation (1/2), Beleg (1/2)	5
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung gegeben.</li> </ul>					
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering)</li> <li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li> </ul>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4026</b>				
Wahlpflichtmodul: <b>AV-Übertragungstechnik</b>						
Lehrender (Verantwortlicher)		<b>Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch</b> <b>N.N. (Professur Multimedia-Produktionssysteme und -technologien)</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	6. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte*)		5				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modulationsverfahren für analoge und digitale AV-Datenübertragung im TV-Bereich</li> <li>• MPEG-Kompression, -Transportströme und -Messtechnik</li> <li>• analoge und digitale Fernsehübertragung, DVB-T, weitere digitale TV-Standards</li> <li>• AV-Streaming über Computernetze</li> <li>• IPTV, technische Realisierung sowie Voraussetzungen der Netzwerktechnik</li> <li>• AV-Datenübertragung an mobile Systeme</li> <li>• analoge und digitale Radioübertragungstechnik</li> <li>• begleitend: praktische Arbeit mit TV-Übertragungstechnik und Streamingsystemen</li> <li>• Praxis: Realisierung eines Projekts aus einem der Teilgebiete</li> </ul>					
Lernziele	Die Studenten haben grundlegende Kenntnisse in Modulations- und Kompressionsverfahren.  Sie kennen die Funktionsweise der verschiedenen Broadcast-Übertragungswege und können diese gegeneinander abgrenzen sowie deren variable Parameter beurteilen.  Sie haben sich intensiv mit AV-Streamingtechnologien auseinander gesetzt und sind sensibilisiert für die damit verbundenen Anforderungen an Signale und Netzwerke.					
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon 60 Std. Präsenzzeit (15 x 4 Std.), 90 Std. Selbststudium und Prüfungslast					
Prüfungsvorleistungen	Keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehrinheiten	SWS			Prüfungsleistung	Leistungspunkte*)
		V	S	P		
		2	1	1	Klausurarbeit (1/2), Projektarbeit (1/2)	5
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schmidt, Ulrich: Professionelle Videotechnik. Springer, ISBN 3-540-24206-6</li> <li>• Watkinson, John: The MPEG Handbook. Focal Press, ISBN 0-240-80578-X</li> <li>• Reimers, Ulrich (Hrsg.): Digitale Fernsehtechnik. Springer, ISBN 3-540-58993-7</li> <li>• Fischer, Walter: Digitale Fernsehtechnik in Theorie und Praxis. Springer, ISBN 3-540-29203-9</li> <li>• Fachzeitschriften:                          - FKT (offizielles Organ der Fernseh- und Kinotechnischen Gesellschaft)</li> </ul>					
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering)</li> <li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li> </ul>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b>						
Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4027</b>				
Wahlpflichtmodul: <b>Mediennutzung und Medienwirkung</b>						
Lehrende(r) (verantwortlich)		Prof. Dr. Marc Liesching				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	6. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte		5				
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick über einschlägige Theorien und Thesen der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung sowie punktuelle Vertiefung.</li> <li>• Erarbeitung und Überprüfung einzelner Thesen der Medienwirkungsforschung anhand von Fallstudien (z.B. Agenda Setting, Framing).</li> <li>• Wirkung der Online-Medien auf öffentliche Meinungsbildung (z.B. Anwendung des Modells der Schweigespirale).</li> <li>• Kommunikationsstrategischer Einsatz von Medien: Geeignetheit von Medien, Genres und Formaten für die Darstellung spezifischer Themen.</li> <li>• Intra- und intermediale Vergleiche am Beispiel.</li> <li>• Analysemethoden.</li> </ul>					
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden haben ihr medientheoretisches Wissen erweitert und vertieft.</li> <li>• Sie kennen die relevanten Begriffe und Konzepte und haben beispielhaft Medien-erzeugnisse analysiert im Hinblick auf nutzungsoptimierte Ausrichtung und Wirkpotential.</li> <li>• Die Studierenden können fundierte Aussagen zur Diversität medialer Formen machen und haben ihre Kompetenz in der methodenreflektierten Argumentation verbessert.</li> <li>• Die Studierenden können die fachlichen Inhalte des Moduls in den Kontext des Medienmanagements einordnen.</li> </ul>					
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon 45 Std. Präsenzzeit (15 x 3 Std.), 105 Std. Selbststudium und Prüfungslast					
Prüfungsvorleistungen	keine					
Lehrformen und Prüfungsleistungen	ggf. Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	Ü		
		1	2			
					5	
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schweizer, Wolfgang: Theorien der Mediennutzung - Eine Einführung, 1. Aufl. 2007;</li> <li>• Bonfadelli/Friemel: Medienwirkungsforschung, 4. Aufl. 2011;</li> <li>• Jandura/Fahr/Brosius (Hrsg.): Theorieanpassungen in der digitalen Medienwelt, 1. Aufl. 2013;</li> <li>• Maurer, Marcus: Agenda-Setting, 1. Aufl. 2010;</li> <li>• Schwarzer/Spitzer (Hrsg.): Zeitungsverlage im digitalen Wandel, 1. Aufl. 2013</li> </ul> Weitere Literaturangaben werden in der Vorlesung bekannt gegeben.					
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering) Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion (Bachelor of Engineering) Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4050</b>			
Wahlpflichtmodul: <b>Mustererkennung</b>					
Lehrende(r)		Dozententeam/verantwortlich: <b>Prof. Dr. rer. nat. habil. Siegfried Schönherr</b>			
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	2. Semester (jährlich)		
Leistungspunkte *)	5				
Unterrichtssprache	Deutsch				
Lehrinhalte	1. Zum Begriff Mustererkennung 2. Mustervergleich 3. Numerische Klassifikation 4. Lernen von Klassifikatoren 5. Merkmalsbewertung und Merkmalsauswahl 6. Strukturelle Mustererkennung 7. Texturen 8. Biometrische Identifikation  praktische Übungen mit dem Bildverarbeitungssystem DIAS				
Lernziele	<p><b>Ziel:</b> Vermittlung eines Überblicks über die wichtigsten Grundlagen, Modelle, Methoden und Anwendungen, die z.B. in der Schriftzeichenerkennung, der Qualitätskontrolle und im Computersehen bestehen.</p> <p><b>Fach- und methodische Kompetenzen:</b>                  Aneignung praktischer Fähigkeiten und Fertigkeiten zur Lösung von Erkennungsaufgaben; hierfür dient ein studienbegleitendes Praktikum.</p>				
Voraussetzungen für die Teilnahme	Analysis, Algebra, Wahrscheinlichkeitsrechnung und Statistik				
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 60 Stunden für Präsenzstudium</li> <li>• 90 Stunden für Selbststudium, Projektbearbeitung, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</li> </ul>				
Prüfungsvorleistungen	Beleg (Praktikumsaufgaben)				
Lehrformen und Prüfungen			SWS		Leistungs- punkte *)
	Lehreinheiten	V	S	P	
		2		2	Klausurarbeit 5
Literaturempfehlungen	Behrens, M.; Roth, R. (Hrsg.): Biometrische Identifikation, Vieweg 2001. Haberäcker, P.: Praxis der digitalen Bildverarbeitung und Mustererkennung, Carl Hanser 1995. Schürmann, J.: Pattern Classification, John Wiley & Sons 1996.				
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement				

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4051</b>					
Wahlpflichtmodul: <b>Mathematische Methoden</b>							
Lehrende(r)		Dozententeam/ <u>verantwortlich</u> : <b>Prof. Dr. rer. nat. habil. Hans-Jürgen Dobner</b>					
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	2. Semester (jährlich)				
Leistungspunkte *)	5						
Unterrichtssprache	Deutsch						
Lehrinhalte	1. Der Modellierungsszyklus 2. Dimensionsanalyse 3. Modellieren mit Differenzialgleichungen 4. Simulation 5. Mathematische Modelle in der Wirtschaft.						
Lernziele	<p><u>Ziel:</u> Mathematisches Modellieren umfasst den gesamten Problemlöseprozess von der Realsituation über die mathematische Formulierung bis zur Lösung, Interpretation und Präsentation der Ergebnisse. Ziel ist die Vermittlung grundlegender Modellierungswerkzeuge sowie die Vermittlung Mathematischer Modelle für häufig vorkommende Situationen.</p> <p><u>Fach- und methodische Kompetenzen:</u>                  Mathematische Modellierung realer, i.A. nichtmathematischer Problemstellung sowie Anpassung existierender Modelle an geänderte Situationen. Teamarbeit und Kreativität. Mathematische Methoden werden zunehmend zur Lösung außermathematischer Fragestellungen eingesetzt, dabei kommt der Mathematischen Modellbildung eine Schlüsselrolle zu.</p>						
Voraussetzungen für die Teilnahme	Analysis, Lineare Algebra, Differenzen und Differenzialgleichungen, Wahrscheinlichkeitstheorie, Statistik, Numerische Mathematik, Programmierkenntnisse, Umgang mit Computeralgebrasystemen.						
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 60 Stunden für Präsenzstudium</li> <li>• 90 Stunden für Selbststudium, Projektbearbeitung, Prüfungsvorbereitung und Prüfung</li> </ul>						
Prüfungsvorleistungen	keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten		SWS			Leistungs- punkte *)	
			V	S	P		Prüfungsleistung(en)
			2		2	Mündliche Prüfung	5
Literaturempfehlungen	T. Sonar: Angewandte Mathematik, Modellbildung und Informatik. F. Giordano, M. Weir: A first Course in mathematical Modelling. D. Burghes, P. Galbraith, N. Price, A. Sherlock: Mathematical Modelling. N. Fowkes, J. Mahony: An Introduction to Mathematical Modelling.						
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement						

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4052</b>				
Wahlpflichtmodul: <b>Veranstaltungsmanagement</b>						
Lehrende(r)		Dozententeam/ <u>verantwortlich</u> : <b>Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	2. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte *)	5					
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wiederholung der Grundlagen zu Veranstaltungstechnik</li> <li>• Grundlagen zu Konzeption/Inszenierung/Produktion</li> <li>• Grundlagen sicherheitstechn. Einrichtungen</li> <li>• Planung technischer Abläufe</li> <li>• Technische Kommunikation</li> <li>• Arbeits- und Personalplanung</li> <li>• Material- und Kostenplanung</li> <li>• Aspekte des Einhaltens der gesetzl. Bestimmungen und Verordnungen</li> <li>• Bewertung der Arbeitssicherheit, Brand- und Gesundheitsschutz, einschließlich Gefahrenanalyse und Berechnungen</li> <li>• Übernahme des Verantwortungsbereichs als handelnde Person</li> </ul>					
Lernziele	Die Studenten haben Kenntnisse und Fertigkeiten bzgl. der Planung, Vorbereitung und Durchführung von Veranstaltungen als verantwortlich handelnde Person und wenden diese in einem veranstaltungsbegleitenden Projekt an.					
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul Veranstaltungstechnik im Bachelor Medientechnik oder vergleichbare Grundkenntnisse über Veranstaltungstechnik					
Arbeitslast	150 Stunden, davon <ul style="list-style-type: none"> <li>• 60 Stunden (4 SWS) Präsenzzeit (15 Wochen x 4 SWS)</li> <li>• 90 Stunden Selbstlernzeit und Projektarbeit</li> </ul>					
Prüfungsvorleistungen	keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungspunkte *)
		V	S	P		
			2	2	Projektarbeit (technische u. organisatorische Gesamtplanung einer Veranstaltung aus Sicht der verantwortlichen Person)	5
Literaturempfehlungen	Die Literatur wird zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.					
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b>		Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4053</b>		
		Wahlpflichtmodul: <b>Digitale Spiele</b>				
Lehrende (Verantwortlicher)	<b>Prof. Dr.-Ing. Jörg Bleymehl</b> <b>Prof. Dr.-Ing. Robert Müller</b>					
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	7. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte*)	5					
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Allgemeine Grundlagen zu Spielen</li> <li>• Geschichtliche Entwicklung der Computer- und Videospiele</li> <li>• Spielegenre, Spielertypen</li> <li>• Branchen- und Marktübersicht, Wertschöpfungskette</li> <li>• Arbeitsmarkt</li> <li>• Game Design Document</li> <li>• Game Engines</li> <li>• Entwicklung einer Idee für ein digitales Spiel</li> <li>• Erstellung eines Game Design Documents</li> <li>• Umsetzung eines digitalen Spiels</li> <li>• Einführung in die Programmierung von digitalen Spielen mittels einer aktuellen Hochsprache (z.B. C# oder C++) sowie verfügbarer Funktionsbibliotheken</li> </ul>					
Lernziele	<p>Die Studenten haben allgemeine Kenntnisse zu theoretischen Ansätzen bei Spielen.</p> <p>Sie kennen die geschichtliche Entwicklung der Computer- und Videospiele und deren Industrie. Sie kennen die unterschiedlichen Spielegenre und Spielertypen.</p> <p>Die Studenten haben einen Überblick über die Computer- und Videospielebranche sowie den Markt für digitale Spiele. Sie wissen, welche Arbeitsgebiete es in diesem Bereich gibt.</p> <p>Sie kennen die Bedeutung und den Aufbau eines Game Design Documents.</p> <p>Die Studenten kennen grundlegende Techniken in Game Engines.</p> <p>Sie haben eine Idee für ein digitales Spiel entwickelt und dazu ein Game Design Document erstellt.</p> <p>Die Studenten haben grundlegende Kenntnisse in der Nutzung einer aktuellen Hochsprache zur Programmierung digitaler Spiele.</p>					
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon 60 Std. Präsenzzeit (15 x 4 Std.), 90 Std. Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung					
Prüfungsvorleistungen	Keine					
Lehrformen und Prüfungen				SWS		Leistungs- punkte*)
	Lehreinheiten	V	S	Ü	Prüfungsleistung	
		2	1	1	Präsentation (1/2), Beleg (1/2)	5
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fullerton, Tracy; Swain, Christopher; Hoffman, Steven: Game Design Workshop. CMP Books; ISBN 1-57820-222-1</li> <li>• Bates, Bob: Games Design. Sybex Verlag; ISBN 3815504333</li> </ul>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fachzeitschrift:<ul style="list-style-type: none"><li>- Making Games</li></ul></li><li>• Weitere Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung gegeben.</li></ul>
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"><li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li><li>• Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering)</li></ul>

<b>Fakultät Medien</b>						
Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4054</b>				
Wahlpflichtmodul: <b>Interaktive TV-Anwendungen und -Dienste</b>						
Lehrende ( <u>Verantwortlicher</u> )	<b>Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch</b> <b>Prof. Dr. Gabriele Hooffacker</b> N.N. (Professur Multimedia-Produktionssysteme und -technologien)					
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	7. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte*)	5					
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betrachtung der Interaktionsbegriffs im TV-Kontext</li> <li>• Möglichkeiten der Realisierung interaktiver TV-Dienste über TV-Übertragungswege</li> <li>• Spezifikationen, Einsatz und Einschränkungen von MHP</li> <li>• Arbeit mit Rückkanalanwendungen</li> <li>• AV-Streaming und Interaktivität in Webanwendungen</li> <li>• Web 2.0, aktuelle Trends der AV-Datenverbreitung in interaktiven Medien</li> <li>• Betrachtung der Nutzeranforderungen an interaktive TV-Dienste</li> <li>• medienadäquate Inhaltsaufbereitung</li> <li>• Praxis: eigenständige Realisierung einer interaktiven TV-Anwendung</li> </ul>					
Lernziele	<p>Die Studenten haben Verständnis für Möglichkeiten und Perspektiven interaktiver TV-Anwendungen und kennen die funktionalen und gestalterischen Einschränkungen.</p> <p>Sie verstehen die unterschiedlichen Herangehensweisen (Interaktion in TV-Programmen gegenüber AV-Streaming in interaktiven Medien) und können mit Werkzeugen zur Entwicklung von TV-Interaktionsdiensten umgehen.</p>					
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon 60 Std. Präsenzzeit (15 x 4 Std.), 90 Std. Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung					
Prüfungsvorleistungen	Keine					
Lehrformen und Prüfungen		SWS			Prüfungsleistung	Leistungspunkte*)
	Lehrinheiten	V	S	Ü		
		2	2		Projektarbeit 15 Wochen	5
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt</li> </ul>					
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li> <li>• Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering)</li> </ul>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b>							
Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4055</b>					
		Wahlpflichtmodul: <b>Interfacedesign II</b>					
Lehrender		<b>Prof. Dr. rer. pol. Ulrich Nikolaus</b>					
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	7. Semester (jährlich)				
Leistungspunkte*)	5						
Unterrichtssprache	Deutsch						
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Praxis des Usability Testing                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vorbereitung von Usability Tests</li> <li>- Durchführung von Usability Tests</li> <li>- Auswertung von Usability Tests</li> </ul> </li> <li>• Seminar zu aktuellen Themen des Interface Designs</li> </ul>						
Lernziele	<p>Die Studenten haben praktische Fähigkeiten und Fertigkeiten im Bereich Interfacedesign erworben.</p> <p>Sie haben in Vorbereitung und ggf. auch in Kombination mit der Bachelorarbeit praktische Erfahrungen beim Test von User Interfaces (Usability Testing) gesammelt.</p> <p>Die Studenten haben durch eigene Analyse realer Interfaces und anschließende gemeinsame Diskussion der Testergebnisse ein vertieftes Verständnis für die bei der Entwicklung von Interfaces auftretenden Probleme.</p> <p>Im Seminarteil des Moduls haben sich die Studenten intensiver mit Fachliteratur und aktuellen Problemstellungen des Interfacedesigns beschäftigt. Eine unmittelbare Nutzung der hier erworbenen Kenntnisse und Erfahrungen im Rahmen der Bachelor-Arbeit ist erwünscht und wird entsprechend gefördert.</p>						
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul Interfacedesign I						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 60 Std. Präsenzzeit (15 x 4 Std.), 90 Std. Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung						
Prüfungsvorleistungen	Keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehrinheiten	SWS			Prüfungsleistung	Leistungs-punkte*)	
		V	S	P			
			2	2	Beleg (1/2), Präsentation (1/2)	5	
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIN EN ISO 9241: Ergonomische Anforderungen für Bürotätigkeiten mit Bildschirmgeräten Auszüge online abrufbar unter <a href="http://www.ergo-online.de">http://www.ergo-online.de</a></li> <li>• Dumas, Joseph S.; Redish, Janice C.: A Practical Guide to Usability Testing</li> <li>• Norwood, NJ, Ablex Publishing Corporation 1993</li> <li>• Hellbusch, Jan Eric: Barrierefreies Webdesign. Praxishandbuch für Webgestaltung und grafische Programmoberflächen. Heidelberg:dpunkt.verlag 2005</li> <li>• Manhartsberger, Martina; Musil, Sabine: Web Usability. Das Prinzip des Vertrauens, Bonn: Galileo Press 2001</li> <li>• Nielsen, Jakob; Usability Engineering; Academic Press 1993</li> <li>• Sears, Andrew; Heuristic Walkthroughs: Finding the Problems Without the Noise; in: International Journal of Human-Computer Interaction; 9(3); S 213–234; 1997</li> </ul>						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li> <li>• Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering)</li> </ul>						

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b>						
Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4057</b>				
Wahlpflichtmodul: <b>Compositing</b>						
Lehrende ( <u>Verantwortlicher</u> )		<b>Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch</b> <b><u>N.N. (Professur Multimedia-Produktionssysteme und -technologien)</u></b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	7. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte*)	5					
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keying-Technologien, Voraussetzungen an AV-Material</li> <li>• Paint/Retusche</li> <li>• Keyframe-Animationen, Expressions</li> <li>• Farbkorrektur</li> <li>• Tracking von Kamera- und Objektdaten (Online und Offline)</li> <li>• Motion Graphics</li> <li>• Grundlagen 3D-Grafik (3D-Räume und -Transformationen, 3D-Objekte, Shader, Texturen, Animationsgrundlagen, Rendering/Raytracing)</li> <li>• Praxis:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Übungen zu einzelnen Teilgebieten</li> <li>• Realisierung eines Compositing- oder Motion Graphics-Projekts</li> </ul> </li> </ul>					
Lernziele	<p>Die Studenten kennen die Möglichkeiten und Werkzeuge im Motion Graphics-/Compositing-Bereich.</p> <p>Sie verstehen Keying-Technologien und die Subsampling-Problematik.</p> <p>Die Studenten haben sich mit den Grundlagen von 3D-Grafiken und -Animationen vertraut gemacht und diese angewendet.</p>					
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon 60 Std. Präsenzzeit (15 x 4 Std.), 90 Std. Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung					
Prüfungsvorleistungen	keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehrinheiten		SWS			Leistungs-punkte*)
			V	S	P	
	1	1	2	Projektarbeit	5	
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dummler, Juliane (2010): Das montierte Bild. Digitales Compositing für Film und Fernsehen. UVK, ISBN 978-3-86764-206-4</li> <li>• Brinkmann, Ron (2008): The Art and Science of Digital Compositing. Techniques for Visual Effects, Animation and Motion Graphics. Second Edition. Elsevier/Morgan Kaufmann, ISBN 978-0-12-370638-6</li> <li>• Wright, Steve (2008): Compositing Visual Effects. Essentials for the Aspiring Artist. Elsevier/Focal Press, ISBN 978-0-240-80963-2</li> <li>• Wright, Steve (2010): Digital Compositing for Film and Video. Third Edition. Elsevier/Focal Press, ISBN 978-0240813097</li> <li>• Zöchbauer, Thomas et al. (2004): Farbkorrektur in Film und Compositing. Galileo Press, ISBN 3-89842-467-7</li> <li>• Fontaine, Philippe (2010): Adobe After Effects CS5. Das Praxisbuch zum Lernen und Nachschlagen. Galileo Press, ISBN 978-3-8362-1593-0</li> </ul>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Christiansen, Mark (2008): Adobe After Effects CS4. Visual Effects and Compositing. Studio Techniques, Adobe Press, ISBN 978-0321592019</li><li>• Jackman, John (2007): Bluescreen Compositing: A Practical Guide for Video &amp; Movie-making. Elsevier/Focal Press, ISBN 978-1578202836</li><li>• Zeitschriften:<ul style="list-style-type: none"><li>• Digital Production (<a href="http://www.digitalproduction.com">www.digitalproduction.com</a>)</li></ul></li></ul>
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"><li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li><li>• Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering)</li></ul>

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement Kennzahl <b>4059</b>			
Wahlpflichtmodul: <b>Sounddesign</b>			
Lehrende ( <u>Verantwortlicher</u> )		<b>Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch</b> <b>N.N. (Professur Multimedia-Produktionssysteme und -technologien)</b>	
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	7. Semester (jährlich)
Leistungspunkte*)	5		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Sounddesigns, Begriffsklärung</li> <li>• Vermittlung der Wirkung von Musik, Geräuschen und Soundelementen</li> <li>• Analyse vorhandener Produktionen bzgl. eingesetzter Soundelemente und deren Wirkung</li> <li>• Anforderungen an Sounddesign für unterschiedliche Anwendungen, Unterstützung visueller Fragestellungen</li> <li>• Projektweites, durchgängiges Sounddesign</li> <li>• Konzepte und Einsatz virtueller Instrumente</li> <li>• Seminare zu verschiedenen Aspekten des Sounddesigns:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sound für Multimedia-Produktionen (interaktive Anwendungen, Web, Benutzerführungen auf Film-Distributionsmedien wie DVD o.ä.)</li> <li>- Filmnachvertonung, Dialogaufnahmen, Geräusche, Umgang mit Audiodatenbanken</li> <li>- gestaltende Musikproduktion, Filmmusik</li> <li>- Filmmischung</li> <li>- musiktheoretische Grundlagen (Ton- und Taktarten, Wirkungen von Tonarten, Einsatz von Harmonien)</li> <li>- alternativ zur Musiktheorie: Location Recording bei Film- und TV-Produktionen</li> </ul> </li> <li>• Kleinere, betreute Beispielprojekte zur Anwendung der Vorlesungs- und Seminarinhalte</li> <li>• Abschlussprojekt: komplette Neuvertonung eines vorhandenen Films in Gruppen mit Dialogen, Geräuschen, Musik und Mischung, zusätzlich Entwicklung des Sounddesigns für eine Distribution auf DVD o.ä.</li> <li>• das Abschlussprojekt soll eigenverantwortlich durchgeführt werden, wobei die verschiedenen Gruppen eng zusammenarbeiten müssen</li> </ul>		
Lernziele	Die Studenten kennen die Wirkung von Musik und Audioelementen.  Sie haben Wissen zu verschiedenen Aspekten des Sounddesigns im Hinblick auf spezifische Anwendungen erworben.  Die Studenten sind sensibilisiert für Aspekte des Zusammenspiels zwischen Bild und Ton sowie zwischen Tonelementen untereinander.  Sie haben grundlegende Kenntnisse der Musiktheorie und haben ihre Fähigkeiten im Umgang mit Audioproduktionstechnik vertieft.  Die Studenten haben die Zusammenarbeit mehrerer Gruppen bei der Durchführung von Audioproduktionen trainiert.		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Arbeitslast	150 Stunden, davon 60 Std. Präsenzzeit (15 x 4 Std.), 90 Std. Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung		
Prüfungsvorleistungen	Keine		

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung	Leistungs- punkte*)
		V	S	P		
		2	2		Projektarbeit	5
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flückiger, Barbara: Sound Design – Die Virtuelle Klangwelt des Films. Schüren Presseverlag, ISBN: 3894725060</li> <li>• Lensing, Jörg: Sound-Design - Sound-Montage, Mediabook Verlag, ISBN: 978-3-937708-05-8</li> <li>• Raffaseder, Hannes: Audiodesign, Fachbuchverlag Leipzig im Carl-Hanser-Verlag, ISBN 3-446-21828-9</li> <li>• Purcell, John: Dialogue Editing for Motion Pictures: A Guide to the Invisible Art. Focal Press, ISBN: 978-0240809182</li> <li>• Cancerallo, Joseph: Exploring Sound Design for Interactive Media (Design Exploration Series). Thomson Delmar Learning, ISBN: 978-1401881023</li> <li>• Fachzeitschriften: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sound &amp; Recording</li> <li>- Studio Magazin</li> <li>- Production Partner</li> </ul> </li> <li>• Online: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <a href="http://www.filmsound.org/">http://www.filmsound.org/</a></li> <li>- <a href="http://www.raffaseder.com/sounddesign/index.html">http://www.raffaseder.com/sounddesign/index.html</a></li> </ul> </li> </ul>					
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li> <li>• Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering)</li> </ul>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b>		Kennzahl <b>4060</b>				
Masterstudiengang Medienmanagement		Wahlpflichtmodul: <b>Studioproduktion II</b>				
Lehrende ( <u>Verantwortlicher</u> )		<b>Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch</b> <b>Prof. Dr. Gabriele Hooffacker</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	7. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte*)	5					
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umgang mit portabler TV-Produktions-/Sendetechnik</li> <li>• eigenverantwortliche Technikplanung</li> <li>• kreative Ideenentwicklung</li> <li>• Dramaturgie im TV</li> <li>• Formatentwicklung im Fernsehen</li> <li>• journalistische und technische Herausforderungen multimedialer Distributionswege</li> <li>• Einbindung interaktiver Elemente in die Sendungsplanung (Publikum und Zuschauer)</li> <li>• Crossmediale Verwertungskette</li> </ul>					
Lernziele	<p>Die Studenten haben ein Verständnis für crossmediale Inhaltsaufbereitung und kennen Vor- und Nachteile unterschiedlicher Distributionswege.</p> <p>Sie verstehen Abläufe und Strukturen einer crossmedialen Fernsehproduktion und wissen, wie eine crossmediale Fernsehproduktion geplant, vorbereitet und durchgeführt wird.</p> <p>Die Studenten haben ein crossmediales Fernsehformat sowohl technisch als auch inhaltlich umgesetzt.</p>					
Voraussetzungen für die Teilnahme	Studioproduktion I					
Arbeitslast	150 Stunden, davon 60 Std. Präsenzzeit (15 x 4 Std.), 90 Std. Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung					
Prüfungsvorleistungen	Keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistung	Leistungspunkte*)
		V	S	P		
		2	2	Projektarbeit	5	
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Koch-Gombert, Dominik (2005): Fernsehformate und Formatfernsehen : TV-Angebotsentwicklung in Deutschland zwischen Programmgeschichte und Marketingstrategie. München: M-Press</li> <li>• Kracke, Bernd [Hrsg.] (2001): Crossmedia-Strategien: Dialog über alle Medien. Wiesbaden: Gabler.</li> <li>• Schmidt, Ulrich: Professionelle Videotechnik. Springer Verlag; ISBN: 3540668543</li> <li>• Johannes Webers: Handbuch der Film- und Videotechnik; Franzis Verlag, Feldkirchen; ISBN 3-7723-7115-9</li> </ul>					
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li> <li>• Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering)</li> </ul>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b>		Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4061</b>		
		Wahlpflichtmodul: <b>Webtechnologien</b>				
Lehrende ( <u>Verantwortlicher</u> )		<b>Prof. Dr.-Ing. Jörg Bleymehl</b> <b>Prof. Dr.-Ing. Robert Müller</b>				
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	7. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte*)	5					
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktuelle Technologien des Internet hinsichtlich:</li> <li>- Gestaltung</li> <li>- Fortgeschrittene Programmierung</li> <li>- Sicherheit/Robustheit</li> <li>- Datenspeicherung</li> <li>- Netzwerke/Web-Architekturen</li> </ul>					
Lernziele	<p>Die Studenten kennen die aktuellsten Entwicklungen im Bereich der Webtechnologien und können beurteilen, inwieweit diese bei Problemlösungen dienlich sind.</p> <p>Die Studenten sind in der Lage, für eine (verteilte) Web-Anwendung den Funktionsumfang sowie die Rahmenbedingungen bzgl. Anwenderfreundlichkeit, Skalierbarkeit, Performance, Sicherheit/Robustheit und Administrationsaufwand präzise zu spezifizieren und die Eignung aktueller Webtechnologien für eine solche Web-Anwendung unter dem Kosten/Nutzen-Aspekt zu bewerten.</p>					
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon 45 Std. Präsenzzeit (15 x 3 Std.), 105 Std. Selbststudium, Prüfungsvorbereitung und Prüfung					
Prüfungsvorleistungen	Keine					
Lehrformen und Prüfungen	Lehrinheiten	SWS			Prüfungsleistung	Leistungs- punkte*)
		V	S	Ü		
			3		Hausarbeit (1/2) Präsentation (1/2)	5
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt</li> </ul>					
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)</li> <li>• Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering)</li> </ul>					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

<b>Fakultät Medien</b> Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl <b>4062</b>					
Wahlpflichtmodul: <b>Arbeitsschutz-/Umweltmanagement</b>							
Lehrende(r)		N.N.					
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester		5. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte *)	5						
Unterrichtssprache	Deutsch						
Lehrinhalte	Teil Arbeitsschutzmanagement – Rechtsgrundlage Arbeitssicherheit (Pflichten des Arbeitgebers) – Aufgaben der Fachkraft für Arbeitssicherheit (Sicherheitsgerechte Planung, Ausführung und Unterhaltung von Gebäuden und Betriebsanlagen, Beratung bei Beschaffung von Arbeitsmitteln, Auswahl und Erprobung von Körperschuttmitteln, Ausbildung von Sicherheitsbeauftragten) – Sachgebiet Arbeitsschutz (Gefahrstoffe, Arbeitszeitregelungen, Arbeitsschutzorganisation) – Gewerbeaufsicht und Berufsgenossenschaften – Gefährdungen, Gefährdungs- und Belastungsanalysen  Teil Umweltschutzmanagement – Sachgebiet Abluft (Bundesimmissionsschutzgesetz, TA Luft, TA Lärm, Genehmigungsverfahren) – Sachgebiet Abwasser (Wasserhaushaltsgesetz, Abwasservorschriften) – Sachgebiet Abfall (Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetz, Abfallwirtschaftskonzepte) – Sachgebiet Gefahrgut (Gefahrgutverordnung, Gefahrgutbeauftragte, Chemikalienrecht) – Sachgebiet Umwelthaftung – Umweltmanagement (Umweltmarketing, Umweltinformation, Öko-Audit)						
Lernziele	Die Studenten besitzen Kenntnisse zu Fragen der Arbeitssicherheit und sind in der Lage, Funktionen einer Fachkraft für Arbeitssicherheit im Unternehmen ausfüllen zu können. Die Studenten verfügen über grundlegende Kenntnisse zur Gesetzgebung im Umweltschutz und sind befähigt, umweltgerechte Lösungen in der Produktionsorganisation zu entwickeln.						
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 60 Stunden Präsenzzeit (15 Wochen mal 4 Stunden = 4 SWS) 80 Stunden Selbstlernzeit 10 Prüfungsvorbereitung und Prüfung						
Prüfungsvorleistungen	keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten		SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungspunkte *)
			V	S	P		
		4	0	0	Klausurarbeit	5	

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

Literatur-empfehlungen	gemäß aktueller Vorgabe
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering) Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion (Bachelor of Engineering) Bachelorstudiengang Drucktechnik (Bachelor of Engineering) Bachelorstudiengang Verpackungstechnik (Bachelor of Engineering)

<b>Fakultät Medien</b>			
<i>Masterstudiengang Medienmanagement</i>		Kennzahl <b>4063</b>	
Wahlpflichtmodul: <b>Workflowmanagement</b>			
Lehrende(r)	<b>Prof. Dr.-Ing. Michael Reiche</b> <b>Prof. Dr.-Ing. Inés Heinze</b>		<b>Prof. Dr. Holger Zellmer</b> <b>Prof. Dr.-Ing. Ulrike Herzau-Gerhardt</b>
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	5. Semester (jährlich)
Leistungspunkte *)	5		
Unterrichtssprache	Deutsch		
Lehrinhalte	Grundlagen des Workflowmanagements – Prozessstufen der grafischen Industrie – Erarbeitung der Begrifflichkeiten – Analyse des Prozessbegriffs und der Prozesse der grafischen Industrie – Workflowmodellierung – Anwendungen in der grafischen Industrie – Workflows in der Mediovorstufe und der Druckformherstellung – Workflows im Druck und in der Weiterverarbeitung  Standardisierung und Automatisierung – Workflowstandards der grafischen Industrie, hauptsächlich JDF – Workflowunterstützende Standards  Werkzeuge – Überblick über die marktüblichen Werkzeuge, Einsatzbereiche, Potentiale und Risiken  Praktische Entwicklung von Workflows		
Lernziele	Die grafische Industrie ist durch eine große Varianz an Ausstattungsvarianten der Druckprodukte geprägt. Diese führt zwangsläufig zu einer Vielzahl verschiedener Produktionsworkflows in den Unternehmen. Die Beherrschung der Workflows ist die Grundlage für die Automatisierung und damit eine höhere Effizienz der Produktion. Ein wichtiges Ziel einer ingenieurtechnischen Ausbildung ist daher die Vermittlung von Kenntnissen zu Planung und Management von Arbeitsvorgangsketten. Moderne Produktionsbetriebe sind heutzutage ohne workflowunterstützende Technologien nicht mehr denkbar. Zur Beschreibung der verschiedenen Arbeitsabläufe werden zunehmend Branchenstandards wie JDF oder IfraTrack verwendet. Neben den theoretischen Grundlagen des Workflowmanagements werden praktische Kenntnisse zum Entwurf von Workflows der grafischen Industrie mit Hilfe moderner Werkzeuge vermittelt. Da im Feld der workflowunterstützenden Technologien eine permanente und sehr schnelle Weiterentwicklung zu beobachten ist, wird das Hauptaugenmerk auf den Erwerb von Methodenwissen und Lösungskompetenz, weitestgehend unabhängig von konkreten Workflowsystemen, gelegt. Die Studenten sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls mit den Möglichkeiten der Vernetzung der Produktion und der Anwendung dieser Standards für die Beschreibung integrierter Abläufe über die Prozessstufen Mediovorstufe, Druckformenherstellung, Druck und industrielle Weiterverarbeitung vertraut und können diese zielgerichtet anwenden.		

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

Voraussetzungen für die Teilnahme	keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon – 90 Stunden Präsenzzeit – 48 Stunden angeleitetes Selbststudium – 12 Stunden Prüfungsvorbereitung und Prüfung					
Prüfungsvorleistungen	keine					
Lehrformen und Prüfungen		SWS			Prüfungsleistung(en)	Leistungspunkte *)
	Lehreinheiten	V	S	P		
	Grundlagen	3,5	0	0	Klausurarbeit	5
Anwendung	2	0	0,5			
Literaturempfehlungen	Literaturempfehlungen werden aktuell zum Studienbeginn bekannt gegeben.					
Verwendbarkeit	Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering) Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion (Bachelor of Engineering) Bachelorstudiengang Drucktechnik (Bachelor of Engineering)					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden

**Fakultät Medien**

Masterstudiengang Medienmanagement

Kennzahl  
4064



Wahlpflichtmodul: **Medienethik im Medienrecht**

Lehrende(r)  
(verantwortlich)

Prof. Dr. Marc Liesching

Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	7. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte	5					
Unterrichtssprache	Deutsch					
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick über Entwicklungen medienethischer Normsetzung.</li> <li>• Transfer medienethischer Grundsätze in das Medienrecht (Wettbewerbsrecht, presse- und rundfunkrechtliche Grundsätze, journalistische Sorgfalt, Medienstraf- und -ordnungsrecht, Spezialgesetze).</li> <li>• Identifizierung medienethischer Normen außerhalb der Rechtsordnung.</li> <li>• Intra- und intermediale Vergleiche am Beispiel.</li> </ul>					
Lernziele	<p>Die Studierenden haben ihr Wissen über medienethische und medienrechtliche Grundfragen im Zusammenhang mit der Medienentwicklung und -verbreitung vertieft.</p> <p>Sie kennen die relevanten Regulierungsfelder und sind in der täglichen Medienarbeit für rechtliche Problemstellungen sensibilisiert.</p> <p>Die Studierenden erkennen auch jenseits der Rechtsordnung de lege lata medienethische Fragestellungen.</p> <p>Die Studierenden sind sich des Spannungsfeldes unterschiedlicher, gegeneinandergerichteter Interessen und Rechtsgüter bei der Medienarbeit (z.B. Berichterstattungsfreiheit vs. Menschenwürdeaspekte) bewusst.</p> <p>Sie sind in der Lage, im Rahmen von Interessen- und Güterabwägungen medienethischen und medienrechtlichen Spannungsfeldern in der täglichen Medienarbeit gerecht zu werden.</p>					
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine					
Arbeitslast	150 Stunden, davon 45 Std. Präsenzzeit (15 x 3 Std.), 105 Std. Selbststudium und Prüfungslast					
Prüfungsvorleistungen	keine					
Lehrformen und Prüfungsleistungen	ggf. Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistungen	Leistungspunkte
		V	S	Ü		
		1	2		Klausur	5
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Funiok, Rüdiger: Medienethik - Verantwortung in der Mediengesellschaft, 2. Aufl. 2011.</li> <li>• Debatin/Funiok (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik, 2003.</li> <li>• Fechner, Frank: Medienrecht, 14. Aufl. 2013.</li> <li>• Dörr/Schwartmann, Medienrecht - Start ins Rechtsgebiet, 4. Aufl. 2012.</li> <li>• Heimann, Felix: Der Pressekodex im Spannungsfeld zwischen Medienrecht und Medienethik, 2009.</li> </ul>					
Verwendbarkeit	Bachelorstudiengang Medientechnik (Bachelor of Engineering) Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion (Bachelor of Engineering) Masterstudiengang Medienmanagement (Master of Engineering)					

\*) 1 Leistungspunkt = 30 Aufwandsstunden