

Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig

Studienordnung

Masterstudiengang Medienmanagement

- StudO- MMM -

Fassung vom 17. Januar 2017 auf der Grundlage von §§ 13 Abs. 4, 36 SächsHSFG

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

§ 1

Geltungsbereich

(1) Diese Studienordnung legt auf der Grundlage der zugehörigen Prüfungsordnung das Studienziel, die Zulassungsvoraussetzungen, den Aufbau und den Inhalt des Masterstudiengangs Medienmanagement an der Fakultät Medien der HTWK Leipzig fest.

(2) Der Verlauf des Studiums ist im Integrierten Studienablauf- und Prüfungsplan (vgl. Anlage zur Prüfungsordnung) ausgewiesen. Er hat insoweit empfehlenden Charakter, als bei seiner Beachtung der Mastergrad innerhalb der Regelstudienzeit von 3 (drei) Semestern erreicht werden kann. Der Integrierte Studienablauf- und Prüfungsplan wird durch die Modulbeschreibungen (vgl. Anlage) konkretisiert.

§ 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 Medi-

enunternehmen 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 Auswahlordnung der HTWK Leipzig.

(2) Zugangsvoraussetzung zum Masterstudiengang Medienmanagement ist ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss der Bachelorstudiengänge Buch- und Medienproduktion oder Medientechnik oder der Diplomstudiengänge Medientechnik und Verlagsherstellung an der HTWK Leipzig, alternativ auch ein erster berufsqualifizierender affiner Studiengang an einer anderen Hochschule. Insgesamt müssen 210 Leistungspunkte 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 Inhaltsentwicklung/-bearbeitung (z.B. Drehbucherstellung, journalistische Grundlagen, Redaktions- und Lektoratsarbeit) erworben haben. Die Summe dieser erworbenen Leistungspunkte muss mindestens 30 betragen.

§ 4

Aufbau und Inhalt des Studiums

(1) Das Studium wird zum Sommersemester aufgenommen.

(2) Die Studieninhalte werden in Modulen vermittelt (modularer Aufbau). Module bezeichnen einen Verbund zeitlich begrenzter, in sich geschlossener, inhaltlich oder methodisch ausgerichteter Lehrveranstaltungen. Jedes Modul wird mit einer Modulprüfung abgeschlossen, die nach Maßgabe des Integrierten Studienablauf- und Prüfungsplans aus einer oder

mehreren Prüfungen bestehen kann. Für erfolgreich absolvierte Module werden entsprechend ihrem hierzu erforderlichen Zeitaufwand für

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

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

(3) Vermittlungsformen in Lehrveranstaltungen können insbesondere Vorlesungen, Übungen, Seminare und Praktika sein. Nach Maßgabe der Modulbeschreibungen können Lehrveranstaltungen auch in einer Fremdsprache abgehalten werden.

(4) Der erfolgreiche Abschluss des Studiums erfordert den Erwerb von 90 Leistungspunkten. Nach Maßgabe des Integrierten Studienablauf- und Prüfungsplans sind dabei aus den Pflichtmodulen 50, aus den Wahlpflichtmodulen mindestens 10 und aus dem Mastermodul 30 Leistungspunkte zu erbringen.

(5) 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.

(6) Die Zulassung zu Wahlpflichtmodulen hat der Student spätestens zwei Wochen nach Lehrveranstaltungsbeginn des entsprechenden Semesters zu beantragen. Über die Zulassung entscheidet das Prüfungsamt unter Berücksichtigung kapazitätsbedingter Engpässe. Im Falle der Wahlmodulbelegung nach Absatz 5c.) ergeht die Entscheidung im Einvernehmen mit der anbietenden Fakultät. Stellt der Student keinen Antrag, kann ihn das Prüfungsamt von Amts wegen zulassen. Die Zulassung ist unanfechtbar.

(7) Anzahl und Inhalt der angebotenen Wahlpflichtmodule können verändert werden, wenn die Berücksichtigung des aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnisstandes oder eine Verlagerung der Lehr- und Forschungsschwerpunkte dies erfordern. Werden für ein Wahlpflichtmodul nicht mindestens zehn Studenten zugelassen, kann das Wahlpflichtmodul vom Modulangebot gestrichen werden. Auf Antrag kann der Prüfungsausschuss im Wahlpflichtbereich die Wahl von Modulen aus anderen Studiengängen der Fakultät Medien oder einer anderen Fakultät genehmigen. Über den Antrag entscheidet der Prüfungsausschuss. Ein Anspruch darauf, dass der Student zu einem bestimmten Wahlpflichtmodul zugelassen oder ihm ein bestimmtes Wahlpflichtmodul angeboten wird, besteht nicht.

§ 5 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.

(2) Die studienbegleitende fachliche und organisatorische Beratung wird in Verantwortung der Fakultät durchgeführt. Sie umfasst insbesondere Fragen zu Modulinhalten und zum Studienablauf.

(3) In prüfungsrechtlichen Angelegenheiten, insbesondere zum Vorgehen gegen belastende Entscheidungen der HTWK Leipzig, berät der Justitiar.

(4) Wer nicht spätestens in der Prüfungsperiode des zweiten Semesters wenigstens einen Prüfungserstversuch unternommen hat, muss sich einer Beratung nach Absatz 2 Satz 1 unterziehen.

§ 6 Akademischer Grad

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

§ 7

Schlussbestimmungen

(1) Die Studienordnung des Masterstudiengangs Medienmanagement wurde am 6. Juli 2016 vom Fakultätsrat der Fakultät Medien beschlossen. Sie tritt am Tage nach der Genehmigung durch das Rektorat ¹ in Kraft. Sie gilt für alle Studierenden, die ihr Studium ab dem Sommersemester 2017 aufnehmen.

(2) Die Studienordnung wird im Internetportal der HTWK Leipzig unter www.htwk-leipzig.de veröffentlicht.

genehmigt durch Beschluss vom 17. Januar 2017

Anlage

Modulbeschreibungen

Fakultät Medien Pflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 1100	
Management I: Personalmanagement und Führung			
Dozententeam verantwortlich	<u>Prof. Dr. Peter M. Wald</u>		
Moduldauer	1 Semester		
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester (jährlich)
Leistungspunkte		5	5
Unterrichtssprache	Deutsch		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Lernziele/ Kompetenzen	<p>Die Studenten verfügen über</p> <ul style="list-style-type: none"> • anwendungsorientierte Kenntnisse zu den strategischen Wirkungen und zur Organisation des Personalmanagements in modernen Unternehmen • Wissen zur Anwendung und zu den Wirkungen moderner Instrumente der Mitarbeiterführung bzw. des Personalmanagements • Fähigkeiten zur Bearbeitung von Aufgaben mit Bezug zum Personalmanagement • Führungswissen, das ihnen bei der späteren Übernahme von Führungsaufgaben hilft <p>Die Studenten sind fähig</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sachverhalte des Personalmanagements und ausgewählte Führungsfragen zu interpretieren und zu bewerten • ihr Wissen zur Führung von Mitarbeitern und zu den Wirkungen eines modernen Personalmanagements im jeweiligen Kontext praxisorientiert und argumentativ darzustellen • die Umsetzung von Vorgaben in Personalmanagement-Systeme kritisch zu begleiten • erste Führungsaufgaben (z. B. im Rahmen von Projekten) zu übernehmen 		
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Personalmanagement und Unternehmenserfolg - eine Verbindung mit Perspektive? (Rollen und Funktionen des Personalmanagements und der Mitarbeiterführung) • Die Verknüpfung zwischen Unternehmens- und Personalstrategie am Beispiel ausgewählter Kernprozesse des Personalmanagements (v. a. Personalmarketing, Personalentwicklung, Personalbindung) • Personalmanagement und Führung von Mitarbeitern und Teams - aktuelle Führungsmodelle und ihre praktische Anwendung • Organisationsfragen des Personalmanagements (Rolle des direkten Vorgesetzten, Shared Service Center, Center of Expertise, Einbeziehung von Personaldienstleistern) • Personalmanager als Change Agents - Grundlagen und Anforderungen des Change Managements sowie der Einfluss des Personalmanagements auf die Unternehmenskultur 		

	<ul style="list-style-type: none"> Aktuelle Managementsysteme/-konzepte und ihre Einbettung in das moderne Personalmanagement (Performance Management, Diversity Management) <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>						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen	keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
		2.0	2.0			Klausurarbeit (90 min, Wichtung 3/4) Präsentation (10 min, Wichtung 1/4) Keine Kompensation möglich. Alle Einzelleistungen müssen bestanden werden.	5.0
Literaturempfehlungen	Jeweils aktuelle Auflage von: <ul style="list-style-type: none"> Kolb, M.: Personalmanagement, Wiesbaden Neuberger, O.: Führen und Führen lassen, Stuttgart Northhouse, P. G.: Leadership. Theory and Practice, Thousand Oaks Schreyögg, G./Koch, J.: Grundlagen des Managements, Wiesbaden Staehle, W. H.: Management, München Wald, P. M., (Hg.): Neue Herausforderungen im Personalmanagement, Wiesbaden Jeweils in aktueller Auflage: <ul style="list-style-type: none"> Zeitschriften: Harvard Business Manager, Human Resource Management, Personalwirtschaft, Personalführung, Personalmagazin (in der Bibliothek verfügbar) 						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> Masterstudiengang Medienmanagement 						

Fakultät Medien Pflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 1200	
Management II: Controlling und Strategisches Management			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	Prof. Dr. Thomas K. Amling Prof. Dr. oec. habil. Sibylle Seyffert		
Moduldauer	1 Semester		
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester (jährlich)
Leistungspunkte		5	5
Unterrichtssprache	Deutsch/Englisch		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Lernziele/ Kompetenzen	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.		
Lehrinhalte	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). Einige ausgewählte Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> • Konzeptionelle Grundlagen des Controllings und des Strategischen Managements • Erscheinungsformen und Organisation des Controllings • Neuere Ansätze des Controllings (Balanced Scorecard, Wertorientierte Unternehmensführung) • Risikomanagement • Formalisierung des strategischen Planungsprozesses • Klassische Instrumente der Strategischen Planung • Entwurf eines Planungshandbuchs für die Strategische Planung • Strategisches Management - Grundlagen und Implementierung • Neuere Ansätze des Strategischen Managements, z. B. hybride Wettbewerbsstrategien • Integration von operativem Controlling und Strategischer Planung 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.).		
Arbeitslast	150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast		
Prüfungsvorleistungen	Keine		

Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungspunkte
		V	S	P	Ü		
		2.0			2.0	Klausurarbeit (2/3, 90 min), Präsentation (1/3, 30 min) Alle Einzelleistungen müssen bestanden werden.	5.0
Literaturempfehlungen	<p>Den Studierenden steht ein Folienskript und/oder ein stofflich parallel laufendes Lehrbuch zur Verfügung. Jeweils aktuelle Auflage von:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Götze, Uwe / Mikus, Barbara: Strategisches Management, Chemnitz • Müller-Stewens, Günter/ Lechner, Christoph: Strategisches Management - Wie strategische Initiativen zum Wandel führen, Stuttgart • Peemöller, Volker H.: Controlling, Herne / Berlin • Schreyögg, Georg: Organisation - Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, Wiesbaden • Steinmann, Horst / Schreyögg, Georg: Management - Grundlagen der Unternehmensführung, Wiesbaden • Thompson, Arthur A. / Strickland, A.J./ Gamble, John E.: Crafting and Executing Strategy: Concepts and Cases, Homewood (II.) <p>Weiterführende Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.</p>						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Masterstudiengang Medienmanagement 						

Fakultät Medien Pflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 1300	
Management III: Marketing			
Dozententeam verantwortlich	<u>Prof. Dr. Holger Müller</u>		
Moduldauer	1 Semester		
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester (jährlich)
Leistungspunkte		5	5
Unterrichtssprache	Deutsch		
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine		
Lernziele/ Kompetenzen	Fachkompetenz: <ul style="list-style-type: none"> Die Studierenden sollen erkennen, dass die Marketingstrategie den zentralen Erfolgsfaktor der modernen Unternehmensstrategie darstellt und diese in entscheidendem Umfang beeinflusst. 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. Die Teilnehmer sollen also dazu befähigt werden, die notwendigen Entscheidungen zum Marketingmanagement im betrieblichen Kontext planen und deren sachgerechte Durchführung überwachen und sachgerecht kontrollieren zu können. Methodenkompetenz: <ul style="list-style-type: none"> Die Anwendung der Analyse-/Planungs- und Kontrollinstrumente in den beschriebenen Bereichen des strategischen Marketingmanagements wird durch laufende Aufgabenstellungen und eigene Internetrecherchen der Studierenden ergänzt. Sozialkompetenz: <ul style="list-style-type: none"> 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. 		
Lehrinhalte	Die Studierenden lernen, wie ein Unternehmen durch strategische und operative Marketingplanung komparative Konkurrenzvorteile entwickeln und erfolgreich wachsen kann. Hierbei folgt die Orientierung des Curriculums dem Prozess der strategischen und operativen Planung: <ul style="list-style-type: none"> Situationsanalyse Marketingziele 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Marketingstrategien • Marketingmix • Marketingorganisation • Überwachung und Kontrolle 																		
Arbeitslast	150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast																		
Prüfungsvorleistungen	PVP (Fallweise Anfertigung und Präsentation eigener (Internet-)Recherchen zu vorgegebenen Fragestellungen (Einzel-/Gruppenarbeiten))																		
Lehrformen und Prüfungen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lehreinheiten</th> <th colspan="4">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungsleistungen</th> <th rowspan="2">Leistungspunkte</th> </tr> <tr> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>Ü</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>2.0</td> <td>2.0</td> <td></td> <td></td> <td>PF (Erstellung eines Marketingplans, vorlesungsbegleitend, 14 Wochen), PP (45 min)</td> <td>5.0</td> </tr> </tbody> </table>	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungspunkte	V	S	P	Ü		2.0	2.0			PF (Erstellung eines Marketingplans, vorlesungsbegleitend, 14 Wochen), PP (45 min)	5.0
Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungspunkte													
	V	S	P	Ü															
	2.0	2.0			PF (Erstellung eines Marketingplans, vorlesungsbegleitend, 14 Wochen), PP (45 min)	5.0													
Literaturempfehlungen	<p>Jeweils die aktuellen Auflagen von:</p> <p>Allgemeines Marketing:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kotler Ph. ; Keller K.L.; Marketing Management (amerik. Ausgabe) • Kotler, Ph.; Bliemel,F. ; Marketing-Management. Analyse, Planung und Verwirklichung • Meffert, H.; Marketing • Brassington, F.; Pettitt; S. : Principles of Marketing, Harlow , England • Ansoff, H. Igor, Mc Donnell, Edward, J.; Implanting Strategic Management • Becker, J. Marketingkonzeption <p>Weitere (aktuelle) Quellen werden während der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>																		
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Masterstudiengang Medienmanagement 																		

Fakultät Medien Pflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 1400					
Crossmediales Publizieren							
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	<u>Prof. Dr. Alexander Grossmann</u> Prof. Dr.-Ing. Michael Reiche						
Moduldauer	1 Semester						
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester		1. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte		5		5			
Unterrichtssprache	Deutsch						
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine						
Lernziele/ Kompetenzen	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-Managementsystemen, 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.						
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.						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen	Keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
		2.0		1.0		Beleg (6 Wochen), Präsentation (90 Min)	5.0

			$PG=2/3*PB+1/3*PP$	
Literaturempfehlungen	Die Literatur wird zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.			
Verwendbarkeit	• Masterstudiengang Medienmanagement			

Fakultät Medien Pflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 1500	
Masterprojekt I			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	Studiendekan Professoren der Fakultät Medien		
Moduldauer	1 Semester		
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester (jährlich)
Leistungspunkte		5	5
Unterrichtssprache	Deutsch		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Lernziele/ Kompetenzen	<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. Die Studenten haben nach Abschluss des Moduls erweiterte Fähigkeiten und Fertigkeiten auf den Gebieten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Management von Projekten in der Medienindustrie • Personalführung • Projektkalkulation • Krisenmanagement und Problemlösungskompetenz • Dokumentation von Projekten <p>erworben. Sie sind in der Lage, wissenschaftliche Methoden auf konkrete Zielstellungen anzuwenden und diese als Teamleiter in Arbeitsgruppen zu lösen.</p>		
Lehrinhalte	<p>Das Masterprojekt ist in der Regel unmittelbar an einem Lehrgebiet der Hochschule oder aber im Rahmen eines Forschungsprojektes an einem Forschungsinstitut einer Hochschuleinrichtung oder in der Medienindustrie durchzuführen. 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. Weitere Lehrinhalte:</p> <ul style="list-style-type: none"> • theoretische Vorbereitung der Managementaufgaben • Organisation von Projektmeetings • Personalplanung und -führung • Kalkulation • Projektkontrolle • Krisenmanagement • Dokumentation von Projekten • Präsentation der Projektergebnisse • Nachbereitung der Projekte, Nachkalkulation 		
Arbeitslast	150 Stunden, davon 14 Std. Präsenzzeit, 136 Std. Selbststudium und Prüfungslast		

Prüfungsvorleistungen	Keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
			1.0			Präsentation (1/2, 30 min), Hausarbeit (1/2, 4 Wochen)	5.0
Literaturempfehlungen	Die Literatur wird zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> Masterstudiengang Medienmanagement 						

Fakultät Medien Pflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 2100					
Management IV: Wirtschaftsrecht							
Dozententeam verantwortlich	<u>Cornelia, Prof. Dr. LL.M. Manger-Nestler</u>						
Moduldauer	1 Semester						
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester		2. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte	5			5			
Unterrichtssprache	Deutsch						
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine						
Lernziele/ Kompetenzen	Nach erfolgreicher Teilnahme an diesem Modul sind die Studierenden in der Lage, rechtliche Anforderungen an unternehmerisches Handeln sowie die Unternehmensführung zu beurteilen. Die Studierenden verfügen über Kenntnisse des Wirtschaftsprivatrechts einschließlich Handels- und Gesellschaftsrecht sowie des öffentlichen Wirtschaftsrechts und können dieses Wissen fallbezogen anwenden.						
Lehrinhalte	I. Grundlagen des öffentlichen und zivilen Wirtschaftsrechts II. Öffentliches Wirtschaftsrecht <ul style="list-style-type: none"> • 1. Wirtschaftsverfassungsrecht • 2. Allgemeines und Besonderes Wirtschaftsverwaltungsrecht mit Rechtsschutz III. Wirtschaftsprivatrecht <ul style="list-style-type: none"> • 1. Bürgerliches Recht (BGB Allgemeiner Teil, Allgemeines und Besonderes Schuldrecht, Sachenrecht) • 2. Grundzüge des Handels- und Gesellschaftsrechts 						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen	Keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
		2.0	2.0			Klausurarbeit (90 min)	5.0
Literaturempfehlungen	Gesetzestexte <ul style="list-style-type: none"> • Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) sowie Handelsgesetzbuch (HGB), Beck-Texte dtv • Wichtige Wirtschaftsverwaltungs- und GewerbeGesetze, NWB-Verlag Lehrbücher						

- Mehrings, J.: Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechts
- Meyer, J.: Wirtschaftsprivatrecht
- Müssig, P.: Wirtschaftsprivatrecht (UTB 2226)
- Wörlen, R.; Anleitung zur Lösung von Zivilrechtsfällen
- Detterbeck, S.: Öffentliches Recht für Wirtschaftswissenschaftler
- Gramlich, L.: Öffentliches Wirtschaftsrecht - schnell erfasst
- Ruthig, J./Storr, S.: Öffentliches Wirtschaftsrecht
- Schmidt, R./Vollmöller, T.: Kompendium Öffentliches Wirtschaftsrecht

Jeweils in der aktuellen Auflage. Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.

- | | |
|----------------|--|
| Verwendbarkeit | <ul style="list-style-type: none">• Masterstudiengang Medienmanagement |
|----------------|--|

Fakultät Medien Pflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 2200	
Designmanagement			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	<u>Prof. Dr. rer. pol. Ulrich Nikolaus</u> Prof. Dr.-Ing. Michael Reiche		
Moduldauer	1 Semester		
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	2. Semester (jährlich)
Leistungspunkte	5		5
Unterrichtssprache	Deutsch		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Lernziele/ Kompetenzen	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.		
Lehrinhalte	I Grundlagen Designmanagement <ul style="list-style-type: none"> • Historische Entwicklung • Designmanagement und Marketing • Operatives, taktisches und strategisches Designmanagement • Designmanagement in der Praxis II Praktische Anwendung - Kommunikationsdesign <ul style="list-style-type: none"> • 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 <ul style="list-style-type: none"> • 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) 		
Arbeitslast	150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast		
Prüfungsvorleistungen	Keine		

Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungspunkte
		V	S	P	Ü		
		3.0				Präsentation (15 min) Hausarbeit (14 Wochen)	5.0
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Bruce, M.; Cooper, R.: Marketing and Design Management, Thomson Business Press, Boston 1997 • Bruce, M.; Bessant, J.: Design in Business - Strategic Innovation through Design. Pearson Education, Essex (Großbritannien) 2002 • Koppelman, U.; Spies, H.: Integriertes Design Management. Fördergesellschaft Produktmarketing, Köln 1993 • Mayhew, D. J. 1999: The Usability Engineering Lifecycle. San Francisco: Morgan Kaufmann 2005 • Meyer, D.: Design Management in mittelständischen Unternehmen, Hrsg. Deutsches Design Management Institut, Hagen und Rat für Formgebung, Frankfurt a.M. 1994 • Mozota, B.: Design management: using design to build brand value and corporate innovation. Allworth Press, New York 2003 • Wolf, B. (Hrsg.): Design Management in der Industrie. Anabas Verlag, Frankfurt 1993 						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Masterstudiengang Medienmanagement 						

Fakultät Medien Pflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 2300					
IT-Konzepte und IT-Strategien							
Dozententeam <u>verantwortlich</u>		Prof. Dr.-Ing. Jörg Bleymehl Prof. Dr.-Ing. Ulrich Schmedes					
Moduldauer		1 Semester					
Regelsemester		Wintersemester	Sommersemester		2. Semester (jährlich)		
Leistungspunkte		5			5		
Unterrichtssprache		Deutsch					
Voraussetzungen für die Teilnahme		Keine					
Lernziele/ Kompetenzen		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.					
Lehrinhalte		IT-Konzepte für die unternehmensübergreifende Systemintegration (B2B-Konzepte und -Werkzeuge) Teil 1: Technologien zur Umsetzung v. Medienproduktions- und -distributionssystemen <ul style="list-style-type: none"> • aktuelle Technologien für die Medienproduktion • aktuelle Technologien für die Mediendistribution • Analyse von IT-Trends, Approximation und Entscheidungsfindung Teil 2: Intensivere Auseinandersetzung mit exemplarisch analysierten IT-Konzepten im Medien-Workflow, z.B. Workflow-Management-Systemen, Groupware, CRM-Systemen, Medien-Management-Systemen, Metadaten systemen, Sendeplanungs- und -abwicklungssystemen					
Arbeitslast		150 Stunden, davon 28 Std. Präsenzzeit, 122 Std. Selbststudium und Prüfungslast					
Prüfungsvorleistungen		Keine					
Lehrformen und Prüfungen		Lehreinheiten	SWS		Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte	
		V	S	P	Ü		
			2.0			Präsentation (1/2, 20 min), Hausarbeit (1/2, 10 Wochen)	5.0
Literaturempfehlungen		Die Literatur wird zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.					

Verwendbarkeit	• Masterstudiengang Medienmanagement
----------------	--------------------------------------

Fakultät Medien Pflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 2400					
Innovative Medientechnologien							
<u>Dozententeam verantwortlich</u>		Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch Prof. Dr.-Ing. Ulrich Schmedes					
Moduldauer		1 Semester					
Regelsemester		Wintersemester	Sommersemester		2.Semester (jährlich)		
Leistungspunkte		5			5		
Unterrichtssprache		Deutsch					
Voraussetzungen für die Teilnahme		Keine					
Lernziele/ Kompetenzen		Die Studenten kennen aktuelle Entwicklungen der verschiedenen Medien und können diese vor dem Hintergrund der fortschreitenden Medienkonvergenz (Broadcast/TV/Movie, Print and 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.					
Lehrinhalte		Vorstellung und Bewertung aktueller Entwicklungen in der Medienindustrie, speziell im Hinblick auf medienübergreifende Verwertung von Inhalten unter Einbeziehung von Referenten der Medienindustrie.					
Arbeitslast		150 Stunden, davon 28 Std. Präsenzzeit, 122 Std. Selbststudium und Prüfungslast					
Prüfungsvorleistungen		Keine					
Lehrformen und Prüfungen		Lehreinheiten				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		SWS					
		V	S	P	Ü	Präsentation (1/2, 20 min), Hausarbeit (1/2, 10 Wochen)	5.0
			2.0				
Literaturempfehlungen		Die Literatur wird zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.					
Verwendbarkeit		<ul style="list-style-type: none"> Masterstudiengang Medienmanagement 					

Fakultät Medien Pflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 2500					
Masterprojekt II							
Dozententeam verantwortlich	Studiendekan Professoren der Fakultät Medien						
Moduldauer	1 Semester						
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester		2. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte	5			5			
Unterrichtssprache	Deutsch						
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine						
Lernziele/ Kompetenzen	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).						
Lehrinhalte	Die Lehrinhalte entsprechen denen des Moduls Masterprojekt I (1500).						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 14 Std. Präsenzzeit, 136 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen	Keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
			1.0			Präsentation (1/2, 30 min), Hausarbeit (1/2, 4 Wochen)	5.0
Literaturempfehlungen	Die Literatur wird zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> Masterstudiengang Medienmanagement 						

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4101					
Innovative Rechnerarchitekturen							
Dozententeam verantwortlich	<u>Prof. Dr. rer. nat. Klaus Hering</u>						
Moduldauer	1 Semester						
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester		1. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte		5		5			
Unterrichtssprache	Deutsch						
Voraussetzungen für die Teilnahme	grundlegende Kenntnisse der Rechnerarchitektur und der Graphentheorie						
Lernziele/ Kompetenzen	<p>Ziel: 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>Fach- und methodische Kompetenzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verständnis des Potenzials neuer Entwicklungen auf dem Gebiet der Rechnerarchitektur • Algorithmisches Denken über abstrakten Strukturen • Kompetenz in wissenschaftlicher Recherche, Diskussion und Präsentation 						
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung: Rechnerarchitekturbegriff, Klassifikationen, evolutionäre Aspekte • VLSI-Design: Design-Prozess, Entwurfsstile, Deep Submicron Processes, Verifikation/ Test • Mikroarchitektur: Entwicklungstendenzen, Aspekte der Pipelinegestaltung • Parallelrechner: Organisationsprinzipien, Beispiele aus der "TOP 500"- Supercomputerliste • Grid Computing: Grid-Architektur, ausgewählte Projekte • Cellular Computing: Zelluläre Modelle, Beispielszenarien • DNA-Computing: Hintergrund, biomolekularer Elementarcomputer 						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen	Präsentation						
Lehrformen und Prüfungen	Lehrinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		

		2.0		2.0		Mündliche Prüfung (15 min)	5.0
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> Märting, Ch.: "Rechnerarchitekturen - CPUs, Systeme, Software-Schnittstellen", Fachbuchverlag Leipzig (im Carl Hanser Verlag), 2001. Foster, I.; Kesselman, C.; Tuecke, S.: "The Anatomy of the Grid - Enabling Scalable Virtual Organizations", International Journal of Supercomputing Applications, 15(3), 2001. Benenson, Y. et al.: "Programmable and Autonomous Computing Machine Made of Biomolecules", Nature Vol. 414, pp. 430-434, 2001. 						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> Masterstudiengang Medienmanagement 						

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4102					
Kalkulation in Buchverlagen							
Dozententeam verantwortlich	<u>Prof. Dr. Randolph Dieckmann</u>						
Moduldauer	1 Semester						
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester		1. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte		5		5			
Unterrichtssprache	Deutsch						
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine						
Lernziele/ Kompetenzen	Die Studenten <ul style="list-style-type: none"> • kennen und akzeptieren verschiedene Kalkulationssystematiken in einem Verlag für Printprodukte und können die Unterschiede zu den üblichen industriellen Kalkulationsschemata beurteilen • können das Erlernte auf verschiedene Fragestellungen übertragen und anwenden • können anhand der Deckungsbeitragsrechnung eine komplette Programmplanung vornehmen und als Grundlage für das Controlling akzeptieren • können das Erlernte auf die Kalkulation von Hörbüchern, Multimediaprodukten anwenden 						
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Rechnungswesen im Buch- und Zeitschriftenverlag • Buchkalkulation auf Vollkostenbasis • Buchkalkulation auf Teilkostenbasis • Kalkulation crossmedial produzierter Inhalte 						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 28 Std. Präsenzzeit, 122 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen	Keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
		1.0			1.0	Klausurarbeit (90 Minuten)	5.0
Literaturempfehlungen	Die Literatur wird zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Masterstudiengang Medienmanagement 						

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4103							
Data Warehousing									
Dozententeam verantwortlich		<u>Prof. Dr.-Ing. Thomas Kudraß</u>							
Moduldauer		1 Semester							
Regelsemester		Wintersemester	Sommersemester		1. Semester (jährlich)				
Leistungspunkte		5		5					
Unterrichtssprache		Deutsch							
Voraussetzungen für die Teilnahme		Der Student beherrscht den Entwurf einer Datenbank und kann dazu Datenbankanwendungen auf der Basis von SQL programmieren.							
Lernziele/ Kompetenzen		<ul style="list-style-type: none"> • Architektur eines Data-Warehouse-Systems • Phasen des Data Warehousing (ETL) • Modellierung und Entwurf eines Data Warehouse (Multidimensionale Datenmodelle, Umsetzung) • Optimierung (Schwerpunkt Indexstrukturen) • Management von Metadaten • Data-Warehouse-Projekt (Nutzung von Werkzeugen) • Einordnung in das betriebliche Informationsmanagement / Praxisbeispiele 							
Lehrinhalte		Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls hat der Student umfangreiche Erfahrungen im Bereich des Data Warehousing. Er ist in der Lage, die technische Architektur eines Data-Warehouse-Systems zu bewerten bzw. selbst zu entwerfen. Der Student ist befähigt, die Entwicklung eines Data Warehouse in allen Phasen von Anforderungsanalyse, Modellierung und Umsetzung durchführen. Er berücksichtigt Ansätze zur Optimierung und zum Performance Tuning eines bestehenden Data Warehouse sowie semantische Aspekte, die bei der Verwaltung von Metadaten berücksichtigt werden. Er kann Zusammenhänge zwischen Data Warehousing und betrieblichem Informationsmanagement herstellen. Der Student bearbeitet ein spezifisches Data-Warehouse-Projekt unter Nutzung von Werkzeugen auf Basis eines relationalen Datenbanksystems und dokumentiert seine Vorgehensweise als Nachweis der erworbenen Fähigkeiten.							
Arbeitslast		150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast							
Prüfungsvorleistungen		Beleg (PVB)							
Lehrformen und Prüfungen		Lehreinheiten		SWS		Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte		
				V	S			P	Ü
		2055		2.0				Klausur (PK) 90 min	3.0

	2055		2.0			Projekt (PJ) 60 Stunden	2.0
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Köppen, V.; Saake, G.; Sattler, K.-U.: Data Warehouse Technologien: Technische Grundlagen, mitp Professional, 2012. • Bauer, O.; Günzel, H.: Data-Warehouse-Systeme, dpunkt-Verlag, in der aktuellen Auflage. • Jordan, C. u.a.: Data Warehousing mit Oracle, Carl Hanser Verlag, 2011. <p>Weitere aktuelle Literaturhinweise unter www.kudrass.de</p>						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Masterstudiengang Medienmanagement • Pflichtmodul: INM, Wahlpflichtmodul: MIM (dort im Kompetenzbaustein Intell. Systeme) 						

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4104					
Audioproduktion							
Dozententeam verantwortlich		<u>Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch</u>					
Moduldauer		1 Semester					
Regelsemester		Wintersemester	Sommersemester		1. Semester (jährlich)		
Leistungspunkte		5		5			
Unterrichtssprache		Deutsch					
Voraussetzungen für die Teilnahme		Keine					
Lernziele/ Kompetenzen		Die Studenten haben Kenntnisse im Umgang mit Studioteknik im Audibereich sowie mit computerbasierten Audiosystemen und -programmen erworben. Sie haben ein Verständnis für die Abläufe und Strukturen in Audioproduktionsumgebungen entwickelt. Sie haben Kenntnisse zur Planung, Vorbereitung und Durchführung komplexer Audioproduktionen. Die Studenten haben einen sicheren Umgang mit Werkzeugen im gewählten Schwerpunktbereich erlernt.					
Lehrinhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Wiederholung audiotechnischer Grundlagen • Theoretische und praktische Studioteknik • Einweisung in computerbasierte Audioproduktionssysteme • medienadäquate Inhaltsaufbereitung • Gruppenweise Seminare zu 3 speziellen Schwerpunkten: <ul style="list-style-type: none"> • Musikproduktion • Radioproduktion • Surroundproduktion • Kleinere, betreute Beispielprojekte zur Anwendung der Vorlesungs- und Seminarinhalte • Eigenverantwortliche Durchführung eines größeren Projekts aus einem der 3 Schwerpunktbereiche in kleineren Gruppen 					
Arbeitslast		150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast					
Prüfungsvorleistungen		Keine					
Lehrformen und Prüfungen		Lehreinheiten		SWS		Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
				V	S		
		2.0	2.0			Projektarbeit (10 Wochen)	5.0
Literaturempfehlungen		<ul style="list-style-type: none"> • Webers, Johannes: Handbuch der Tonstudioteknik. Franzis, ISBN: 3772355285 					

	<ul style="list-style-type: none">• Dickreiter, Michael: Handbuch der Tonstudioteknik - 2 Bände. KG Saur, ISBN: 359811320X• Dickreiter, Michael: Mikrofon Aufnahmetechnik. Hirzel, ISBN: 3777611999• Ederhof, Andreas: Das Mikrofonbuch. GC Carstensen, ISBN: 3910098282• Friesecke, Andreas: Metering. PPV Medien, ISBN: 3932275527• Birkner, Christian: Surround Sound. Sanctuary, ISBN: 1844920593• Hapke, Tom: Studiobibel. Bosworth Music, ISBN: 3865432476• Fachzeitschriften:<ul style="list-style-type: none">• Studio Magazin• Sound und Recording• Recording Magazin• Mix• Online:<ul style="list-style-type: none">• www.tonmeister.de• www.harmony-central.com• www.proaudio.de• www.digido.com
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none">• Bachelorstudiengang Medientechnik• Masterstudiengang Medienmanagement

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4105	
Interfacedesign I			
Dozententeam verantwortlich	<u>Prof. Dr. rer. pol. Ulrich Nikolaus</u>		
Moduldauer	1 Semester		
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester (jährlich)
Leistungspunkte		5	5
Unterrichtssprache	Deutsch		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Lernziele/ Kompetenzen	<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). Sie sind in der Lage, diese an einer konkreten Problemstellung praktisch anzuwenden.</p> <p>Behandelt wird weiterhin die barrierefreie Gestaltung von Interfaces. In Kooperation mit der Deutschen Zentralbibliothek für Blinde zu Leipzig (DZB) haben die Studenten Probleme barrierefreier Webgestaltung behandelt und durch Exkursionen, Gespräche mit Betroffenen und Praxisprojekte anwendungsnah vertieft.</p>		
Lehrinhalte	Interfacedesign <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Begriffe (GUI, HCI, Software-Ergonomie, Usability) • Geschichte, Aufbau und Design grafischer User Interfaces • Gestaltungsregeln und -prinzipien für die Entwicklung von Interfaces Entwicklung von Interfaces <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von Interfaces (User Centered Design, Usability Engineering) • Evaluation von Interfaces (Usability Testing) • Entwicklung barrierefreier Angebote mit HTML und CSS und PDF Accessibility und Barrierefreiheit <ul style="list-style-type: none"> • Barrieren und Barrierefreiheit • Grundlagen barrierefreier Informationstechnik • Gesetze, Normen und Richtlinien zur Barrierefreiheit (BGG, BITV u. a.) 		
Arbeitslast	150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast		

Prüfungsvorleistungen	Keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
		3.0		1.0		Beleg (10 Wochen)	5.0
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Barrierefreie Informationstechnik-Verordnung - BITV 2.0: online verfügbar unter: https://www.gesetze-im-internet.de/bitv_2_0/BJNR184300011.html • DIN EN ISO 9241: Ergonomische Anforderungen für Bürotätigkeiten mit Bildschirmgeräten, Auszüge online abrufbar unter http://www.ergo-online.de • Dumas, Joseph S.; Redish, Janice C.: A Practical Guide to Usability Testing, Norwood, NJ, Ablex Publishing Corporation 1993 • Hellbusch, Jan Eric: Barrierefreies Webdesign. Praxishandbuch für Webgestaltung und grafische Programmoberflächen. Heidelberg: dpunkt.verlag 2005 • Herczeg, Michael; Software-Ergonomie: Grundlagen der Mensch-Computer-Kommunikation, Addison-Wesley 1994 • Manhartsberger, Martina; Musil, Sabine: Web Usability. Das Prinzip des Vertrauens, Bonn: Galileo Press 2001 • Nielsen, Jakob; Usability Engineering; Academic Press 1993 • Raskin, Jef: Das intelligente Interface: neue Ansätze für die Entwicklung interaktiver Benutzerschnittstellen. München, Boston (u.a.): Addison-Wesley 2001 • Sears, Andrew; Heuristic Walkthroughs: Finding the Problems Without the Noise; in: International Journal of Human-Computer Interaction; 9(3); S 213 - 234; 1997 • Shneiderman, Ben; User Interface Design; Bonn, mitp-Verlag; 2002 • Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0. online verfügbar unter: https://www.w3.org/Translations/WCAG20-de/ 						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Bachelorstudiengang Medientechnik • Masterstudiengang Medienmanagement 						

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4106					
Content Management Systeme							
Dozententeam verantwortlich	<u>Prof. Dr.-Ing. Robert Müller</u>						
Moduldauer	1 Semester						
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester		1. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte		5		5			
Unterrichtssprache	Deutsch						
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine						
Lernziele/ Kompetenzen	<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>						
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Web-Architekturen von Content Management-Systemen und Multimedia-Datenbanken • Management von Text-Content (Indizierung, Language Engineering, linguistische Suche) • Management von Bild-Content (Indizierung, Bildsuche, Bildvergleich, maschinelles Bildverstehen) • Management von Audio/Video-Content (Indizierung, strukturierte Audio- und Videoformate) 						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen	Keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
			2.0		2.0	Präsentation (1/3) (30 Minuten), Projektarbeit (2/3) (10 Wochen)	5.0

Literaturempfehlungen	Werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none">• Bachelorstudiengang Medientechnik• Masterstudiengang Medienmanagement

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4107	
AV-Distribution			
Dozententeam verantwortlich	<u>Prof. Dr.-Ing. Ulrich Schmedes</u>		
Moduldauer	1 Semester		
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester (jährlich)
Leistungspunkte		5	5
Unterrichtssprache	Deutsch		
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine		
Lernziele/ Kompetenzen	<p>Die Studenten kennen gängige Kompressions- und Modulationsverfahren und sind sensibilisiert für Datenverlust bei Konvertierungs- und Kompressionsvorgängen. 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 auseinandergesetzt und sind sensibilisiert für die damit verbundenen Anforderungen an Signale und Netzwerke. Die Studenten kennen die Möglichkeiten der Distribution mit Hilfe optischer Datenträger und sind mit der Funktionsweise von Authoring-Werkzeugen vertraut.</p>		
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Algorithmen der verlustlosen und verlustbehafteten Kompression • Konvertierungs- und Generationenverluste • Audio- und Videokompression • MPEG, Transportströme • Modulationsverfahren für die AV-Übertragung • DVB-Systeme • AV-Streaming in Computernetzwerken • IPTV • Distribution durch optische Datenträger • Untertitel • Radiübertragung • Praxis: <ul style="list-style-type: none"> • TV-Übertragungstechnik • Streamingsysteme • Kompressionswerkzeuge • Authoring von optischen Datenträgern • Projektarbeit: Realisierung eines Projekts aus einem der Teilgebiete 		
Arbeitslast	150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast		
Prüfungsvorleistungen	keine		

Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungspunkte
		V	S	P	Ü		
		2.0	2.0			Klausur (1/2, 60 Minuten) Projektarbeit (1/2, 10 Wochen)	5.0
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Schmidt, Ulrich: Professionelle Videotechnik. Springer, ISBN 3-540-24206-6 • Dankmeier, Wilfried: Grundkurs Codierung. Vieweg, ISBN 3 528 25399 1 • Ohm, Jens-Rainer : Digitale Bildcodierung. Springer, ISBN 3 540 58579 6 • Watkinson, John: The MPEG Handbook. Focal Press, ISBN 0-240-80578-X • Reimers, Ulrich (Hrsg.): Digitale Fernsehtechnik. Springer, ISBN 3-540-58993-7 • Fischer, Walter: Digitale Fernsehtechnik in Theorie und Praxis. Springer, ISBN 3-540-29203-9 • Fachzeitschriften: FKT (offizielles Organ der Fernseh- und Kinotechnischen Gesellschaft) 						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Bachelorstudiengang Medientechnik • Masterstudiengang Medienmanagement 						

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4108					
Studioproduktion I							
Dozententeam <u>verantwortlich</u>		Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch Prof. Dr. Gabriele Hooffacker					
Moduldauer		1 Semester					
Regelsemester		Wintersemester	Sommersemester		1. Semester (jährlich)		
Leistungspunkte			5		5		
Unterrichtssprache		Deutsch					
Voraussetzungen für die Teilnahme		Keine					
Lernziele/ Kompetenzen		<p>Die Studenten haben ein Verständnis für fernsehadaquate 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 bereiten in kleinen Teams jeweils eine 25-minütige Sendung vor und setzen diese sowohl technisch als auch inhaltlich um.</p>					
Lehrinhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Dramaturgie und Formatentwicklung im TV • journalistische Darstellungsformen und -formate • Umgang mit der Studioteknik • beleuchtung im Studio • Mikrofonierung • Präsentation und Moderation • Casting und Umgang mit Studiogästen 					
Arbeitslast		150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast					
Prüfungsvorleistungen		Keine					
Lehrformen und Prüfungen		Lehreinheiten	SWS		Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte	
		V	S	P	Ü		
			2.0	2.0		Projektarbeit (10 Wochen)	5.0
Literaturempfehlungen		<ul style="list-style-type: none"> • Schmidt, Ulrich (neueste Auflage): Professionelle Videotechnik. Grundlagen, Filmtechnik, Fernsehtechnik, Geräte- und Studioteknik in SD, HD, DI, 3D. Berlin, Heidelberg 					

	<ul style="list-style-type: none">• Schult, Gerhard; Buchholz, Axel (2006): Fernseh-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. Berlin: Econ.
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none">• Bachelorstudiengang Medientechnik• Masterstudiengang Medienmanagement

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4109					
TV-Produktionstechnik							
Dozententeam <u>verantwortlich</u>		<u>Prof. Dr.-Ing. Ulrich Schmedes</u> Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch					
Moduldauer		1 Semester					
Regelsemester		Wintersemester		Sommersemester			
Leistungspunkte		5		5			
Unterrichtssprache		Deutsch					
Voraussetzungen für die Teilnahme		Keine					
Lernziele/ Kompetenzen		Die Studenten haben fundierte Kenntnisse in AV-Studioteknik und Postproduktionssystemen und beherrschen den sicheren Umgang mit Studioteknik. Sie haben sich in Postproduktionswerkzeuge eingearbeitet. Die Studenten kennen die Grundlagen virtueller TV-Technologien.					
Lehrinhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Wiederholung der Grundlagen aus AV-Technik I + II • Anforderungen an Studioteknik sowie deren technische Realisierung • Aufbau von TV-Studios • Analyse der Arbeitsabläufe bei TV-Produktionen • Virtuelles TV-Studio • Virtuelle Technologien im Bereich der Datenvisualisierung und Videoanalyse • Arbeitsprozesse der Postproduktion • verbreitete Werkzeuge der Postproduktion sowie deren Einsatz • begleitend: praktische Arbeit im Studio, Planung von TV-Produktionen • Praxis: Realisierung eines Projekts aus einem der Teilgebiete 					
Arbeitslast		150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast					
Prüfungsvorleistungen		Keine					
Lehrformen und Prüfungen		Lehreinheiten		SWS		Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
				V	S		
				3.0	1.0	Klausurarbeit (1/2) (45 Minuten), Projektarbeit (1/2) (10 Wochen)	5.0
Literaturempfehlungen		<ul style="list-style-type: none"> • Schmidt, Ulrich: Professionelle Videotechnik. Springer, ISBN 3 540 24206 6 • Warstat, Michael: Studioteknik. Elektor, ISBN 3 928051 85 7 					

	<ul style="list-style-type: none">• DIN Deutsches Institut für Normung e.V. (Hrsg.): Veranstaltungstechnik. Beuth, ISBN 3 410 15110 9• Schmidt, Ulrich: Digitale Film- und Videotechnik. Fachbuchverl. Leipzig, ISBN 3 446 21827 0• Mücher, Michael: Fachwörterbuch der Fernsehstudio- und Videotechnik. Mücher, ISBN 3 929831 06 6• Burder, John: Postproduction für Film u. Video. Videoverlag Reil, ISBN 3 932972 75 9• Reimers, Ulrich (Hrsg.): Digitale Fernsehtechnik. Springer, ISBN 3 540 58993 7• Fischer, Walter: Digitale Fernsehtechnik in Theorie und Praxis. Springer, ISBN 3 540 29203 9• Fachzeitschriften: Production PartnerFKT (offizielles Organ der Fernseh- und Kinotechnischen Gesellschaft)
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none">• Bachelorstudiengang Medientechnik• Masterstudiengang Medienmanagement

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4110						
Veranstaltungstechnik								
Dozententeam verantwortlich		<u>Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch</u>						
Moduldauer		1 Semester						
Regelsemester		Wintersemester	Sommersemester		1. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte		5		5				
Unterrichtssprache		Deutsch						
Voraussetzungen für die Teilnahme		Keine						
Lernziele/ Kompetenzen		<p>Die Studenten kennen rechtliche und technische Anforderungen an Versammlungsstätten und Veranstaltungsorte sowie an die handelnden Personen.</p> <p>Sie haben theoretische und praktische Kenntnisse von Betriebstechnik und Veranstaltungstechnik erworben.</p> <p>Die Studenten beherrschen einen sicheren Umgang mit Betriebstechnik/Veranstaltungstechnik.</p> <p>Sie haben Kenntnisse zur technischen Planung, Vorbereitung und Durchführung einer Veranstaltung.</p>						
Lehrinhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Wiederholung mathematischer und naturwissenschaftlicher Grundlagen • Grundlagen Versammlungsstättenverordnung • Spezifika verschiedener Versammlungsstätten (Bühne/Studio/Halle) • Technische, organisatorische und personelle Anforderungen • Allgemeine und spezielle Betriebstechnik/Veranstaltungstechnik • Fliegende Bauten • Technikplanung 						
Arbeitslast		150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen		Keine						
Lehrformen und Prüfungen		Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte	
			V	S	P	Ü		
				2.0	2.0		Präsentation (30 Minuten)	5.0
Literaturempfehlungen		Werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt						

Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="395 129 906 163">• Bachelorstudiengang Medientechnik<li data-bbox="395 163 946 197">• Masterstudiengang Medienmanagement
----------------	--

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4111						
Zeitungswirtschaft								
Dozententeam <u>verantwortlich</u>		Prof. Dr. Gunter Janssen Prof. Dr. Alexander Grossmann						
Moduldauer		1 Semester						
Regelsemester		Wintersemester	Sommersemester		1. Semester			
Leistungspunkte		5		5				
Unterrichtssprache		Deutsch						
Voraussetzungen für die Teilnahme		keine						
Lernziele/ Kompetenzen		Mit diesem Modul werden den Studierenden grundlegende Kenntnisse über die Stellung und Situation der Presse in Gesellschaft, Politik, Wirtschaft und auf dem Medienmarkt vermittelt. Darüber hinaus werden sie durch das erworbene Wissen befähigt, Presse- und Zeitungsverlage hinsichtlich ihres Profils sowie auf der Grundlage wichtiger Maßstäbe wie Produktportfolio, Umsatz- und Mitarbeiterzahlen, In- und Auslandsaktivitäten sowie aktuelle Neuentwicklungen und Innovationen hinsichtlich ihrer Zukunftsfähigkeit analysieren und bewerten zu können.						
Lehrinhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Begrifflichkeiten, Strukturen und Systeme der Presse- und Zeitungswirtschaft • Historie, Bedeutung und aktuelle Entwicklungen der Presse- und Zeitungswirtschaft • Methoden einer marktorientierten Unternehmensführung in der Presse- und Zeitungswirtschaft • Managementinstrumente für Planung, Organisation und Controlling • Analysen und Bewertungen von Geschäftsmodellen und Medienhandel • Innovation und Zukunftsperspektiven der Zeitungswirtschaft 						
Arbeitslast		150 Stunden, davon 28 Std. Präsenzzeit, 122 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen		keine						
Lehrformen und Prüfungen		Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte	
			V	S	P	Ü		
		Grundlagen der Pressewirtschaft	1.0				Hausarbeit (12 Wochen)	5.0
		Spezielle Zeitungswirtschaft		1.0			Referat (20 Minuten)	0.0
Literaturempfehlungen		werden aktuell zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben						
Verwendbarkeit		<ul style="list-style-type: none"> • Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion 						

- Masterstudiengang Medienmanagement

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4112					
Entwicklung mobiler Anwendungen							
Dozententeam verantwortlich		<u>Prof. Dr.-Ing. Jörg Bleymehl</u>					
Moduldauer		1 Semester					
Regelsemester		Wintersemester	Sommersemester		1. Semester (jährlich)		
Leistungspunkte		5		5			
Unterrichtssprache		Deutsch					
Voraussetzungen für die Teilnahme		Keine					
Lernziele/ Kompetenzen		Die Studenten vertiefen ihre Kenntnisse in der Entwicklung mobiler Anwendungen. Sie sind selbstständig in der Lage, nach Problemlösungen zu suchen und diese in Abstimmung mit Anderen umzusetzen.					
Lehrinhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung der Fähigkeiten und Kenntnisse der Entwicklung mobiler Anwendungen für die Betriebssysteme iOS und Android • Konzeptionierung einer App • Realisierung der App in der Gruppe • Selbstständiges Einarbeiten in Teilaufgaben • Diskussion und Lösungsfindung in Werkstattgesprächen sowie in einem Online-Forum 					
Arbeitslast		150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast					
Prüfungsvorleistungen		Keine					
Lehrformen und Prüfungen		Lehreinheiten	SWS			Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
			3.0			Beleg (8 Wochen)	5.0
Literaturempfehlungen		Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung gegeben.					
Verwendbarkeit		<ul style="list-style-type: none"> • Bachelorstudiengang Medientechnik • Masterstudiengang Medienmanagement 					

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4113					
Computeranimation							
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	<u>Prof. Dr.-Ing. Ulrich Schmedes</u> Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch						
Moduldauer	1 Semester						
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester		1. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte		5		5			
Unterrichtssprache	Deutsch						
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine						
Lernziele/ Kompetenzen	Die Studenten kennen die grundlegenden Disziplinen zur Erstellung von 3D-Grafiken und -Animationen und haben diese angewendet.						
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> - Orientierung und Transformation im 3D-Raum - Modellieren, Modifizieren - Rigging, Animieren - Texturieren, Materialtypen - Constraints, Expressions - Renderer, Rendern - Physik-, Fluid-, Smoke-Simulationen - Praxis: <ul style="list-style-type: none"> • Übungen zu einzelnen Teilgebieten • Realisierung eines Animations-Projekts 						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen	keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
			2.0	2.0		Projektarbeit (12 Wochen)	5.0
Literaturempfehlungen	werden zu Semesterbeginn bekanntgegeben						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Bachelorstudiengang Medientechnik • Masterstudiengang Medienmanagement 						

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4114					
Mediennutzung und Medienwirkung							
Dozententeam verantwortlich	<u>Prof. Dr. Marc Liesching</u>						
Moduldauer	1 Semester						
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester		1. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte		5		5			
Unterrichtssprache	Deutsch						
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine						
Lernziele/ Kompetenzen	<p>Die Studierenden haben ihr medientheoretisches Wissen erweitert und vertieft.</p> <p>Sie kennen die relevanten Begriffe und Konzepte und haben beispielhaft Medienerzeugnisse analysiert im Hinblick auf nutzungsoptimierte Ausrichtung und Wirkpotential.</p> <p>Die Studierenden können fundierte Aussagen zur Diversität medialer Formen machen und haben ihre Kompetenz in der methodenreflektierten Argumentation verbessert.</p> <p>Die Studierenden können die fachlichen Inhalte des Moduls in den Kontext des Medienmanagements einordnen.</p>						
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Überblick über einschlägige Theorien und Thesen der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung sowie punktuelle Vertiefung. • Erarbeitung und Überprüfung einzelner Thesen der Medienwirkungsforschung anhand von Fallstudien (z.B. Agenda Setting, Framing). • Wirkung der Online-Medien auf öffentliche Meinungsbildung (z.B. Anwendung des Modells der Schweigespirale). • Kommunikationsstrategischer Einsatz von Medien: Geeignetheit von Medien, Genres und Formaten für die Darstellung spezifischer Themen. • Intra- und intermediale Vergleiche am Beispiel. • Analysemethoden. 						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen	Keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
		1.0	2.0			Klausur (120 Minuten)	5.0

Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none">• Schweizer, Wolfgang: Theorien der Mediennutzung - Eine Einführung, 1. Aufl. 2007;• Bonfadelli/Friemel: Medienwirkungsforschung, 4. Aufl. 2011;• Jandura/Fahr/Brosius (Hrsg.): Theorieanpassungen in der digitalen Medienwelt, 1. Aufl. 2013;• Maurer, Marcus: Agenda-Setting, 1. Aufl. 2010;• Schwarzer/Spitzer (Hrsg.): Zeitungsverlage im digitalen Wandel, 1. Aufl. 2013• Weitere Literaturangaben werden in der Vorlesung bekannt gegeben.
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none">• Bachelorstudiengang Medientechnik• Masterstudiengang Medienmanagement

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4115	
Qualitätsmanagement			
Dozententeam verantwortlich	<u>Prof. Dr. rer. nat. Frank Roch</u>		
Moduldauer	1 Semester		
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	1. Semester
Leistungspunkte	5		5
Unterrichtssprache	Deutsch		
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine		
Lernziele/ Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Ziel ist das tiefgreifende Verständnis der Qualitätslehre zum Zweck der Anwendung auf das Qualitätsmanagement von Unternehmen mit beherrschten Prozessen. • Der Student erlernt die Fachterminologie sowie Prinzipien, Strukturen, Methoden und Werkzeuge des Qualitätsmanagements; er verfügt über Spezialkenntnisse zur Messbarkeit von Qualitätsmerkmalen und Managementmaßnahmen. • Er vermag, mathematisch-statistische Verfahren in der Qualitätslenkung zur permanenten und vorausschauenden Qualitätssicherung anzuwenden. • Der Student erkennt den Nutzen von Qualitätsmanagement und ist zu dessen Umsetzung in der betrieblichen Praxis mit dem Ziel einer qualitätsgerechten und effektiven Produktion befähigt. Bei Abschluss des Lernprozesses wird der erfolgreiche Student in der Lage sein, als Qualitätsmanagementbeauftragter (QMB) in mittelständischen Betrieben bzw. als Assistent des QMB in globalen Unternehmen fach- und sozialkompetent tätig zu werden. 		
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung: Gegenstand und Ziel, Geschichte, Begriffe, Qualitätspolitik und -ziele, traditionelle Denkmodelle der Qualitätspolitik, Prozessmodell und PDCA-Kreis, Qualitätsmanagement-Prinzipien, Motivation • Qualitätsmanagement nach DIN EN ISO 9000 ff: allgemeine Anforderungen, Verantwortung der Leitung, Management von Ressourcen, Produktrealisierung, Messung, Analyse und Verbesserung, Dokumentation des Qualitätsmanagements • Grundsätze: Führungsaufgaben und -instrumente, prozess- und systemorientierter Ansatz, Supply-Chain-Management, Qualität von Dienstleistungen, Qualität und Wirtschaftlichkeit, • Dokumentationsmanagement • Qualitätsplanung: QFD, FMEA, Six Sigma, HACCP • Kunden- und Mitarbeiter-Orientierung: Customer-Relations-Management, • Kundenzufriedenheitsanalyse, Beschwerdemanagement, Mitarbeiterqualifizierung, Mitarbeiterbefragung und -gespräch • Qualitätssicherungs- und -managementwerkzeuge 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Messtechnik zur Qualitätssicherung: Bildanalyse, Initiatoren, Schwingungsanalyse (nur für DTB und VTB) • Qualitätssicherung in der Buch- und Medienproduktion (nur BMB) • Qualitätslenkung: Prüfplanung, statistische Qualitätsregelung, Stichprobenpläne, Qualitätsregelkarten • Kontinuierlicher Verbesserungsprozess: betriebliches Vorschlagswesen und Qualitätszirkel • Überwachung und Bewertung von Managementsystemen: Selbstprüfung, Qualitätskennzahlen, Qualitätsaudits, Qualitätsmessung und Managementbewertung, EFQM-Modell, integrierte Managementsysteme, Zertifizierung von Managementsystemen 						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 70 Std. Präsenzzeit, 80 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen	Referat (PVR), Praktika (PVX), Beleg "Exzerpt zu wissenschaftlichen Kolloquien" (PVB)						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
		3.0	1.0	1.0		Klausurarbeit (PK) 120 Minuten	5.0
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Masing, W. (Begr.); Pfeifer T. (Hrsg.): Handbuch Qualitätsmanagement, Hanser, München 2007 • Schmitt, R.; Pfeifer, T.: Qualitätsmanagement, Hanser, München 2010 • Herrmann, J.; Fritz, H.: Qualitätsmanagement, Hanser, München 2011 • Kamiske, G.; Brauer, J.-P.: Qualitätsmanagement von A bis Z, Hanser, München 2011 • Brunner, F.; Wagner, K.: Taschenbuch Qualitätsmanagement, Hanser, München 2011 • Linß, G.: Qualitätsmanagement für Ingenieure, Fachbuchverlag, München 2011 • Linß, G.: Training Qualitätsmanagement, Fachbuchverlag, München 2011 • Linß, G.: Statistiktraining im Qualitätsmanagement, Fachbuchverlag, München 2011 • Tietjen, T.; Decker, A.; Müller, D.: FMEA-Praxis, Hanser, München 2011 • Benes, G.; Groh, P.: Grundlagen des Qualitätsmanagements, Fachbuchverlag, München 2012 • Timischl, W.: Qualitätssicherung - Statistische Methoden, Hanser, München 2012 • Kamiske, G.: Handbuch QM-Methoden, Hanser, München 2013 • Wagner, K.; Käfer, R.: PQM - Prozessorientiertes Qualitätsmanagement, Hanser, München 2013 • Kamiske, G.; Brauer, J.-P.: ABC des Qualitätsmanagements, Hanser, München eBook • Wappis, J.; Jung, B.: Null-Fehler-Management, Hanser, München, eBook 						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion • Bachelorstudiengang Drucktechnik • Bachelorstudiengang Verpackungstechnik • Masterstudiengang Medienmanagement 						

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4116					
Elektronische Berichterstattung, Reportage, Dokumentation							
Dozententeam verantwortlich	<u>Prof. Dr. Gabriele Hooffacker</u>						
Moduldauer	1 Semester						
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester		1. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte		5		5			
Unterrichtssprache	Deutsch						
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine						
Lernziele/ Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Wissen über Inhalt, Gestaltung und Technik "langer Formen" im AV-Bereich • Fähigkeit zur interessengeleiteten Umsetzung eigener Produktionen im Bereich Elektronische Berichterstattung, Reportage und Dokumentation • Vertiefung von Kenntnissen in den Bereichen Team- und Anspruchsgruppenmanagement 						
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Konzeption, Produktion und Distribution von AV-Medien • Darstellungsformen und ihre spezifischen Stilmittel • Spezifika "langer Formen" wie Reportage und Dokumentation • Interviewführung • Beleuchtung • Schnitt und Montage 						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen	Keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
			2.0		2.0	Beleg (10 Wochen)	5.0
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Buchholz Axel (neueste Auflage): Fernseh-Journalismus. Wiesbaden 						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Bachelorstudiengang Medientechnik • Masterstudiengang Medienmanagement 						

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4201					
Produktions- und Logistikmanagement							
Dozententeam verantwortlich	<u>Prof. Dr. Barbara Mikus</u>						
Moduldauer	1 Semester						
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester		2. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte	5			5			
Unterrichtssprache	Deutsch						
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine						
Lernziele/ Kompetenzen	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 Logistikentscheidungen fundiert vorzubereiten.						
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Produktions- und Logistikmanagement • Grundlagen der Produktions- und Kostentheorie • Problemstellungen und Lösungsansätze der Produktionsprogrammplanung • Problemstellungen und Lösungsansätze für die Beschaffungs-, Produktions- und Distributionslogistik • Funktionen und Instrumente des Produktions- und Logistikcontrollings 						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen	Präsentation einer bearbeiteten Fallstudie						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
		2.0	2.0			Klausurarbeit (90 Minuten)	5.0
Literaturempfehlungen	Jeweils aktuelle Auflage von: <ul style="list-style-type: none"> • Arndt, H.: Supply Chain Management - Optimierung logistischer Prozesse, Wiesbaden • Baumgarten, H.; Wiendahl, H.-P.; Zentes, J. (Hrsg.): Logistik-Management: Strategien - Konzepte - Praxisbeispiele, Berlin, Heidelberg, New York • Bloech, J. u. a.: Einführung in die Produktion, Berlin u.a. • Buscher, U. u. a.: Produktion und Logistik - Einführung mit Fallbeispielen, Chemnitz 						

- Corsten, H.: Produktionswirtschaft, München, Wien
- Dyckhoff, H.: Grundzüge der Produktionswirtschaft: Einführung in die Theorie betrieblicher Wertschöpfung, Berlin u.a.
- Hoitsch, H.-J.: Produktionswirtschaft, München, Wien
- Käschel, J./Teich, T.: Produktionswirtschaft, Band 1: Grundlagen, Produktionsplanung und -steuerung, Lehr- und Übungsbuch, Chemnitz
- Pfohl, H.-C.: Logistikmanagement. Konzeption und Funktionen, Berlin u.a.
- Pfohl, H.-C.: Logistiksysteme, Berlin u.a.
- Schulte, C.: Logistik: Wege zur Optimierung der Supply Chain, München
- Thonemann, U.: Operations Management: Konzepte, Methoden und Anwendungen, München
- Weber, J.: Logistik- und Supply Chain Controlling, Stuttgart

Weitere Literaturhinweise zu spezifischen Themen werden in der Lehrveranstaltung gegeben.

Verwendbarkeit

- Masterstudiengang Medienmanagement

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4202					
Veranstaltungsmanagement							
Dozententeam verantwortlich	<u>Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch</u>						
Moduldauer	1 Semester						
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester		2. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte	5			5			
Unterrichtssprache	Deutsch						
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul Veranstaltungstechnik im Bachelor Medientechnik oder vergleichbare Grundkenntnisse über Veranstaltungstechnik						
Lernziele/ Kompetenzen	Die Studenten haben Kenntnisse und Fertigkeiten bzgl. der Planung, Vorbereitung und Durchführung von Veranstaltungen als verantwortlich handelnde Person und wenden diese in einem vernstaltungsbegleitenden Projekt an.						
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Wiederholung der Grundlagen zu Veranstaltungstechnik • Grundlagen zu Konzeption/Inszenierung/Produktion • Grundlagen sicherheitstechn. Einrichtungen • Planung technischer Abläufe • Technische Kommunikation • Arbeits- und Personalplanung • Material- und Kostenplanung • Aspekte des Einhaltens der gesetzl. Bestimmungen und Verordnungen • Bewertung der Arbeitssicherheit, Brand- und Gesundheitsschutz, einschließlich Gefahrenanalyse und Berechnungen • Übernahme des Verantwortungsbereichs als handelnde Person 						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen	Keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
			2.0	2.0		Projektarbeit (technische u. organisatorische Gesamtplanung einer Veranstaltung aus Sicht der verantwortlichen Person) 7 Wochen	5.0

Literaturempfehlungen	Die Literatur wird zum Beginn des Semesters bekannt gegeben.
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none">• Masterstudiengang Medienmanagement

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4203	
Digitale Spiele			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	Prof. Dr.-Ing. Jörg Bleymehl Prof. Dr.-Ing. Robert Müller		
Moduldauer	1 Semester		
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	2. Semester (jährlich)
Leistungspunkte	5		5
Unterrichtssprache	Deutsch		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Lernziele/ Kompetenzen	<p>Die Studenten haben allgemeine Kenntnisse zu theoretischen Ansätzen bei Spielen. Sie kennen die geschichtliche Entwicklung der Computer- und Videospiele und deren Industrie.</p> <p>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.</p> <p>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>		
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Grundlagen zu Spielen • Geschichtliche Entwicklung der Computer- und Videospiele • Spielegenre, Spielertypen • Branchen- und Marktübersicht, Wertschöpfungskette • Arbeitsmarkt • Game Design Document • Game Engines • Entwicklung einer Idee für ein digitales Spiel • Erstellung eines Game Design Documents • Umsetzung eines digitalen Spiels • Einführung in die Programmierung von digitalen Spielen mittels einer aktuellen Hochsprache (z.B. C# oder C++) sowie verfügbarer Funktionsbibliotheken 		
Arbeitslast	150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast		
Prüfungsvorleistungen	Keine		

Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
		2.0	1.0		1.0	Präsentation (1/2) (15 Minuten), Beleg (1/2) (10 Wochen)	5.0
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Fullerton, Tracy; Swain, Christopher; Hoffman, Steven: Game Design Workshop. CMP Books; ISBN 1-57820-222-1 • Bates, Bob: Games Design. Sybex Verlag; ISBN 3815504333 • Fachzeitschrift: Making Games • Weitere Literaturempfehlungen werden zu Beginn der Lehrveranstaltung gegeben. 						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Bachelorstudiengang Medientechnik • Masterstudiengang Medienmanagement 						

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4205					
Interfacedesign II							
Dozententeam verantwortlich	<u>Prof. Dr. rer. pol. Ulrich Nikolaus</u>						
Moduldauer	1 Semester						
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester		2. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte	5			5			
Unterrichtssprache	Deutsch						
Voraussetzungen für die Teilnahme	Modul Interfacedesign I						
Lernziele/ Kompetenzen	<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>						
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Praxis des Usability Testing <ul style="list-style-type: none"> • Vorbereitung von Usability Tests • Durchführung von Usability Tests • Auswertung von Usability Tests • Seminar zu aktuellen Themen des Interface Designs 						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen	Keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
			2.0	2.0		Beleg (10 Wochen, 1/2), Präsentation (15 Min, 1/2)	5.0
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • DIN EN ISO 9241: Ergonomische Anforderungen für Bürotätigkeiten mit Bildschirmgeräten Auszüge online abrufbar unter http://www.ergo-online.de 						

	<ul style="list-style-type: none">• Dumas, Joseph S.; Redish, Janice C.: A Practical Guide to Usability Testing. Norwood, NJ, Ablex Publishing Corporation 1993• Manhartsberger, Martina; Musil, Sabine: Web Usability. Das Prinzip des Vertrauens, Bonn: Galileo Press 2001• Nielsen, Jakob; Usability Engineering; Academic Press 1993• Sears, Andrew; Heuristic Walkthroughs: Finding the Problems Without the Noise; in: International Journal of Human-Computer Interaction; 9(3); S 213 - 234; 1997
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none">• Bachelorstudiengang Medientechnik• Masterstudiengang Medienmanagement

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4206					
Compositing							
Dozententeam <u>verantwortlich</u>		Prof. Dr.-Ing. Ulrich Schmedes Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch					
Moduldauer		1 Semester					
Regelsemester		Wintersemester	Sommersemester		2. Semester (jährlich)		
Leistungspunkte		5			5		
Unterrichtssprache		Deutsch					
Voraussetzungen für die Teilnahme		Grundkenntnisse in 3D-Animation, z.B. durch Teilnahme am Modul AV-Distribution					
Lernziele/ Kompetenzen		Die Studenten kennen die Möglichkeiten und Werkzeuge im Motion Graphics-/Compositing-Bereich. Sie verstehen Keying-Technologien und die Subsampling-Problematik.					
Lehrinhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Keying-Technologien, Voraussetzungen an AV-Material • Paint/Retusche • Keyframe-Animationen, Expressions • Farbkorrektur • Tracking von Kamera- und Objektdaten (Online und Offline) • Motion Graphics • Praxis: <ul style="list-style-type: none"> • Übungen zu einzelnen Teilgebieten • Realisierung eines Compositing- oder Motion Graphics-Projekts 					
Arbeitslast		150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast					
Prüfungsvorleistungen		Keine					
Lehrformen und Prüfungen		Lehreinheiten		SWS		Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
			2.0	2.0		Projektarbeit (12 Wochen)	5.0
Literaturempfehlungen		<ul style="list-style-type: none"> • Dummler, Juliane (2010): Das montierte Bild. Digitales Compositing für Film und Fernsehen. UVK, ISBN 978-3-86764-206-4 • 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 • Wright, Steve (2008): Compositing Visual Effects. Essentials for the Aspiring Artist. Elsevier/Focal Press, ISBN 978-0-240-80963-2 					

	<ul style="list-style-type: none">• Wright, Steve (2010): Digital Compositing for Film and Video. Third Edition. Elsevier/Focal Press, ISBN 978-0240813097• Zöchbauer, Thomas et al. (2004): Farbkorrektur in Film und Compositing. Galileo Press, ISBN 3-89842-467-7• Fontaine, Philippe (2010): Adobe After Effects CS5. Das Praxisbuch zum Lernen und Nachschlagen. Galileo Press, ISBN 978-3-8362-1593-0• Christiansen, Mark (2008): Adobe After Effects CS4. Visual Effects and Compositing. Studio Techniques, Adobe Press, ISBN 978-0321592019• Jackman, John (2007): Bluescreen Compositing: A Practical Guide for Video and Moviemaking. Elsevier/Focal Press, ISBN 978-1578202836
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none">• Bachelorstudiengang Medientechnik• Masterstudiengang Medienmanagement

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4207	
Sounddesign			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	Prof. Dr.-Ing. Uwe Kulisch Prof. Dr.-Ing. Ulrich Schmedes		
Moduldauer	1 Semester		
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	2. Semester (jährlich)
Leistungspunkte	5		5
Unterrichtssprache	Deutsch		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Erfolgreiche Teilnahme am Modul Audioproduktion		
Lernziele/ Kompetenzen	<p>Die Studenten kennen die Wirkung von Musik und Audioelementen. Sie haben Wissen zu verschiedenen Aspekten des Sounddesigns im Hinblick auf spezifische Anwendungen erworben.</p> <p>Die Studenten sind sensibilisiert für Aspekte des Zusammenspiels zwischen Bild und Ton sowie zwischen Tonelementen untereinander.</p> <p>Sie haben grundlegende Kenntnisse der Musiktheorie und haben ihre Fähigkeiten im Umgang mit Audioproduktionstechnik vertieft.</p> <p>Die Studenten haben die Zusammenarbeit mehrerer Gruppen bei der Durchführung von Audioproduktionen trainiert.</p>		
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Sounddesigns, Begriffsklärung • Vermittlung der Wirkung von Musik, Geräuschen und Soundelementen • Analyse vorhandener Produktionen bzgl. eingesetzter Soundelemente und deren Wirkung • Anforderungen an Sounddesign für unterschiedliche Anwendungen, Unterstützung visueller Fragestellungen • Projektweites, durchgängiges Sounddesign • Konzepte und Einsatz virtueller Instrumente • Seminare zu verschiedenen Aspekten des Sounddesigns: <ul style="list-style-type: none"> • Sound für Multimedia-Produktionen (interaktive Anwendungen, Web, Benutzerführungen auf Film-Distributionsmedien wie DVD o.ä.) • Filmnachvertonung, Dialogaufnahmen, Geräusche, Umgang mit Audiodatenbanken • gestaltende Musikproduktion, Filmmusik • Filmmischung • musiktheoretische Grundlagen (Ton- und Taktarten, Wirkungen von Tonarten, Einsatz von Harmonien) • alternativ zur Musiktheorie: Location Recording bei Film- und TV-Produktionen • Kleinere, betreute Beispielprojekte zur Anwendung der Vorlesungs- und Seminarinhalte 		

	<ul style="list-style-type: none"> • 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. • das Abschlussprojekt soll eigenverantwortlich durchgeführt werden, wobei die verschiedenen Gruppen eng zusammenarbeiten müssen 						
Arbeitslast	150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen	Keine						
Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungspunkte
		V	S	P	Ü		
		2.0	2.0			Projektarbeit (10 Wochen)	5.0
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Flückiger, Barbara: Sound Design - Die Virtuelle Klangwelt des Films. Schüren Presseverlag, ISBN: 3894725060 • Lensing, Jörg: Sound-Design - Sound-Montage, Mediabook Verlag, ISBN: 978-3-937708-05-8 • Raffaseder, Hannes: Audiodesign, Fachbuchverlag Leipzig im Carl-Hanser-Verlag, ISBN 3-446-21828-9 • Purcell, John: Dialogue Editing for Motion Pictures: A Guide to the Invisible Art. Focal Press, ISBN: 978-0240809182 • Cancerallo, Joseph: Exploring Sound Design for Interactive Media (Design Exploration Series). Thomson Delmar Learning, ISBN: 978-1401881023 • Fachzeitschriften: <ul style="list-style-type: none"> • Sound and Recording • Studio Magazin • Production Partner • Online: <ul style="list-style-type: none"> • http://www.filmsound.org/ • http://www.raffaseder.com/sounddesign/index.html 						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Bachelorstudiengang Medientechnik • Masterstudiengang Medienmanagement 						

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4209					
Webtechnologien							
<u>Dozententeam verantwortlich</u>		Prof. Dr.-Ing. Jörg Bleymehl Prof. Dr.-Ing. Robert Müller					
Moduldauer		1 Semester					
Regelsemester		Wintersemester	Sommersemester		2. Semester (jährlich)		
Leistungspunkte		5			5		
Unterrichtssprache		Deutsch					
Voraussetzungen für die Teilnahme		Keine					
Lernziele/ Kompetenzen		Die Studenten kennen die aktuellsten Entwicklungen im Bereich der Webtechnologien und können beurteilen, inwieweit diese bei Problemlösungen dienlich sind. 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.					
Lehrinhalte		Aktuelle Technologien des Internet hinsichtlich: <ul style="list-style-type: none"> • Gestaltung • Fortgeschrittene Programmierung • Sicherheit/Robustheit • Datenspeicherung • Netzwerke/Web-Architekturen 					
Arbeitslast		150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast					
Prüfungsvorleistungen		Keine					
Lehrformen und Prüfungen		Lehreinheiten		SWS		Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
				V	S		
				3.0		Hausarbeit (1/2, 10 Wochen), Präsentation (1/2, 15 min)	5.0
Literaturempfehlungen		Werden zu Beginn der Lehrveranstaltung zur Verfügung gestellt					
Verwendbarkeit		<ul style="list-style-type: none"> • Bachelorstudiengang Medientechnik • Masterstudiengang Medienmanagement 					

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4210	
Arbeits- und Umweltschutz			
Dozententeam verantwortlich	<u>Prof. Dr. rer. nat. Lutz Engisch</u>		
Moduldauer	1 Semester		
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	2. Semester (jährlich)
Leistungspunkte	5		5
Unterrichtssprache	Deutsch		
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine		
Lernziele/ Kompetenzen	Der Student besitzt Kenntnisse zu Fragen der Arbeitssicherheit und des Arbeitsschutzes. Er kennt die wichtigsten Rechtsgrundlagen und wichtige Institutionen. Die Funktionen einer Fachkraft für Arbeitssicherheit im Unternehmen sowie anwendungsspezifische Analysen werden vermittelt. Zum Thema Umweltschutz besitzt er Kenntnisse zur Gesetzgebung und zum Umweltmanagement. Das befähigt ihn zur Entwicklung von umweltgerechten Lösungen in der Produktionsorganisation.		
Lehrinhalte	Arbeitsschutz <ul style="list-style-type: none"> • 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 Körperschutzmitteln, Ausbildung von Sicherheitsbeauftragten) • Sachgebiet Arbeitsschutz (Gefahrstoffe, Arbeitszeitregelungen, Arbeitsschutzorganisation) • Gewerbeaufsicht und Berufsgenossenschaften • Gefährdungen, Gefährdungs- und Belastungsanalysen Umweltschutz <ul style="list-style-type: none"> • 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) 		
Arbeitslast	150 Stunden, davon 56 Std. Präsenzzeit, 94 Std. Selbststudium und Prüfungslast		
Prüfungsvorleistungen	Präsentation		

Lehrformen und Prüfungen	Lehreinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
		V	S	P	Ü		
		3.0	1.0			Klausurarbeit (PK) 90 Minuten	5.0
Literaturempfehlungen	<ul style="list-style-type: none"> • Kern: Einführung in den Arbeitsschutz, Hanser Verlag, 2005 • Lehder: Taschenbuch Arbeitssicherheit, Schmidt Verlag, 2011 						
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Bachelorstudiengang Drucktechnik • Bachelorstudiengang Verpackungstechnik • Masterstudiengang Medienmanagement 						

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4211	
Workflowmanagement			
Dozententeam <u>verantwortlich</u>	<u>Prof. Dr.-Ing. Michael Reiche</u> Prof. Dr.-Ing. Inés Heinze Prof. Dr. Holger Zellmer Prof. Dr.-Ing. Ulrike Herzau-Gerhardt		
Moduldauer	1 Semester		
Regelsemester	Wintersemester	Sommersemester	2. Semester (jährlich)
Leistungspunkte	5		5
Unterrichtssprache	Deutsch		
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine		
Lernziele/ Kompetenzen	Der Student <ul style="list-style-type: none"> • kann die Begriffe Workflow, Workflowmanagement und Prozess definieren und inhaltlich sicher anwenden • kennt Methoden, wie das Black-Box-Modell, für den Workflow-Entwurf • kennt Methoden, wie Petri-Netze, um Zeitverhalten und Nebenläufigkeit von Workflows zu entwerfen • kennt gesamtheitliche Entwurfsmethoden wie erweiterte ereignisgesteuerte Prozessketten und Modellierungstools, wie ARIS • kennt branchentypische Standards für die datentechnische Abbildung von Workflows wie das Job Definition Format und die Workflowelemente der Berliner Werkstatt • ist 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 • kann typische Prozesse aus dem beruflichen Umfeld selbständig analysieren und modellieren 		
Lehrinhalte	Grundlagen des Workflowmanagements <ul style="list-style-type: none"> • 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 <ul style="list-style-type: none"> • Workflowstandards der grafischen Industrie, hauptsächlich JDF 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Workflowunterstützende Standards Werkzeuge <ul style="list-style-type: none"> • Überblick über die marktüblichen Werkzeuge, Einsatzbereiche, Potentiale und Risiken Praktische Entwicklung von Workflows																							
Arbeitslast	150 Stunden, davon 84 Std. Präsenzzeit, 66 Std. Selbststudium und Prüfungslast																							
Prüfungsvorleistungen	erfolgreiche Teilnahme am Praktikum (PVX)																							
Lehrformen und Prüfungen	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Lehrinheiten</th> <th colspan="4">SWS</th> <th rowspan="2">Prüfungsleistungen</th> <th rowspan="2">Leistungs- punkte</th> </tr> <tr> <th>V</th> <th>S</th> <th>P</th> <th>Ü</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Grundlagen</td> <td>5.0</td> <td></td> <td>1.0</td> <td></td> <td rowspan="2">Klausurarbeit (PK) 90 min</td> <td rowspan="2">5.0</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Lehrinheiten	SWS				Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte	V	S	P	Ü	Grundlagen	5.0		1.0		Klausurarbeit (PK) 90 min	5.0					
	Lehrinheiten		SWS						Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte														
V		S	P	Ü																				
Grundlagen	5.0		1.0		Klausurarbeit (PK) 90 min	5.0																		
Literaturempfehlungen	werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben																							
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Bachelorstudiengang Buch- und Medienproduktion • Bachelorstudiengang Drucktechnik • Bachelorstudiengang Verpackungstechnik • Masterstudiengang Medienmanagement 																							

Fakultät Medien Wahlpflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 4212						
Medienethik im Medienrecht								
Dozententeam verantwortlich		<u>Prof. Dr. Marc Liesching</u>						
Moduldauer		1 Semester						
Regelsemester		Wintersemester	Sommersemester		2. Semester (jährlich)			
Leistungspunkte		5			5			
Unterrichtssprache		Deutsch						
Voraussetzungen für die Teilnahme		Keine						
Lernziele/ Kompetenzen		<p>Die Studierenden haben ihr Wissen über medienethische und medienrechtliche Grundfragen im Zusammenhang mit der Medienentwicklung und -verbreitung vertieft. 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>						
Lehrinhalte		<ul style="list-style-type: none"> • Überblick über Entwicklungen medienethischer Normsetzung. • Transfer medienethischer Grundsätze in das Medienrecht (Wettbewerbsrecht, presse- und rundfunkrechtliche Grundsätze, journalistische Sorgfalt, Medienstraf- und -ordnungsrecht, Spezialgesetze). • Identifizierung medienethischer Normen außerhalb der Rechtsordnung. • Intra- und intermediale Vergleiche am Beispiel. 						
Arbeitslast		150 Stunden, davon 42 Std. Präsenzzeit, 108 Std. Selbststudium und Prüfungslast						
Prüfungsvorleistungen		Keine						
Lehrformen und Prüfungen		Lehreinheiten	SWS		Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte		
			V	S	P	Ü		
			1.0	2.0			Klausurarbeit (90 Minuten)	5.0
Literaturempfehlungen		<ul style="list-style-type: none"> • Funiok, Rüdiger: Medienethik - Verantwortung in der Mediengesellschaft, 2. Aufl. 2011. • Debatin/Funiok (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik, 2003. 						

	<ul style="list-style-type: none">• Fechner, Frank: Medienrecht, 14. Aufl. 2013.• Dörr/Schwartmann, Medienrecht - Start ins Rechtsgebiet, 4. Aufl. 2012.• Heimann, Felix: Der Pressekodex im Spannungsfeld zwischen Medienrecht und Medienethik, 2009.
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none">• Bachelorstudiengang Drucktechnik• Bachelorstudiengang Medientechnik• Bachelorstudiengang Verpackungstechnik• Masterstudiengang Medienmanagement

Fakultät Medien Pflichtmodul Masterstudiengang Medienmanagement		Kennzahl 9000					
Mastermodul							
Dozententeam <u>verantwortlich</u>		Studiendekan Professoren der Fakultät Medien					
Moduldauer		1 Semester					
Regelsemester		Wintersemester	Sommersemester		3. Semester (jährlich)		
Leistungspunkte		30		30			
Unterrichtssprache		Deutsch					
Voraussetzungen für die Teilnahme		siehe PrüfO-MMM §18 (5) und (11)					
Lernziele/ Kompetenzen		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. 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 dies-bezügliche Fragen zu beantworten. Dabei soll er auch nachweisen, dass er das Ziel des Studiums nach StudO-MMM § 2 erreicht hat.					
Lehrinhalte		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. Im Masterseminar soll der Student unter Anwesenheit des betreuenden Professors durch eine Präsentation die Fortschritte der zu erstellenden Masterarbeit nachweisen. Die Masterarbeit muss spätestens 20 Wochen 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.					
Arbeitslast		900 Stunden, davon 14 Std. Präsenzzeit, 886 Std. Selbststudium und Prüfungslast					
Prüfungsvorleistungen		Präsentation**)					
Lehrformen und Prüfungen		Lehreinheiten		SWS		Prüfungsleistungen	Leistungs- punkte
				V	S		
				1.0		Hausarbeit (2/3) 20 Wochen, Mündliche Prüfung (Kolloquium, 1/3) 60 Minuten	30.0

Literaturempfehlungen	abhängig von der Masterarbeit
Verwendbarkeit	<ul style="list-style-type: none">• Masterstudiengang Medienmanagement

***) unbenoteter Bestehensnachweis