

## Anlage 1: Modulkatalog

Module, Prüfungsleistungen, Leistungspunkte und Gewichtungen für die Bachelor-Prüfung gemäß § 6, 7 und 8 Teil A BPO

<b>Pflichtmodule</b>	<b>Sem.</b>	<b>WP</b>	<b>Formen von Prüfungen (§ 8 Teil A)</b>	<b>Arten von Prüfungen (§ 7 Teil A)</b>	<b>Leistungs- punkte</b>	<b>Noten- gewicht</b>
Grundlagen der Ökonomie	1		K2	PLb	<b>5</b>	5
Journalistische Grundlagen 1	1		KA	PLb	<b>5</b>	5
Psychologie	1		K2	PLb	<b>5</b>	5
Einführung in die Informatik	1		K2	PLb	<b>5</b>	5
Gestaltung: Grundlagen/Technik	1		KA	PLb	<b>5</b>	5
Wissenschaftliches Arbeiten 1	1		AM	SLb	<b>1</b>	
Mathematik	1		K2	SLb	<b>4</b>	
Rechnungswesen und Controlling	2		K2	PLb	<b>5</b>	5
Journalistische Grundlagen 2	2		KA	PLb	<b>5</b>	5
Soziologie	2		K2	PLb	<b>5</b>	5
Internettechnologien 1	2		K2	PLb	<b>5</b>	5
Typographie/Layout	2		KA	PLb	<b>5</b>	5
English for the Media	2		K2	PLb	<b>5</b>	5
Medienwirtschaft und Marketing	3		KA	PLb	<b>5</b>	5
Spezieller Journalismus	3	WP	KA	PLb	<b>5</b>	5
Medien und Kommunikation 1	3		K2 o. KA	PLb	<b>5</b>	5
Internettechnologien 2	3		KA	PLb	<b>5</b>	5
Visuelle Kommunikation 1	3				<b>6</b>	6
Visuelle Kommunikation 1	3		KA	PLb		
Projektmanagement 1	3		KA	SLu		
Statistik	3		K2	PLb	<b>4</b>	4
Praxissemester	4				<b>30</b>	5
Wissenschaftliche Analyse	4		HA	PLb		
Praxisbericht	4		PB	SLu		
Investition und Finanzierung	5		K2	PLb	<b>5</b>	5
Medien und Kommunikation 2	5		KA o. K2	PLb	<b>5</b>	5
Medientechnik	5		K2	PLb	<b>5</b>	5
Visuelle Kommunikation 2	5		KA	PLb	<b>5</b>	5
Recht	5		K2	PLb	<b>5</b>	5
Medienprojekt 1	5				<b>5</b>	5
Medienprojekt 1	5	WP	KA	PLb		
Projektmanagement 2	5		KA	SLu		

<b>Pflichtmodule</b>	<b>Sem.</b>	<b>WP</b>	<b>Formen von Prüfungen (§ 8 Teil A)</b>	<b>Arten von Prüfungen (§ 7 Teil A)</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>Notengewicht</b>
Organisation und Führung	6		K2	PLb	<b>5</b>	5
Schwerpunkt 1	6	WP	KA	PLb	<b>5</b>	5
PR und Unternehmenskommunikation	6		KA	PLb	<b>5</b>	5
Multimedia	6		KA	PLb	<b>5</b>	5
Seminar Medienforschung	6	WP	KA	PLb	<b>5</b>	5
Medienprojekt 2	6				<b>5</b>	5
Medienprojekt 2	6	WP	KA	PLb		
Projektmanagement 3	6		KA	SLu		
Strategisches Medienmanagement	7		KA	PLb	<b>5</b>	5
Schwerpunkt 2	7	WP	KA	PLb	<b>5</b>	5
Medienrecht	7		KA	PLb	<b>5</b>	5
Studienabschlussvorbereitung	7				<b>3</b>	
Wissenschaftliches Arbeiten 2	7		KA	SLu		
Coaching	7		KA	SLu		
Studiensonderpunkt	-		KA	SLu		
Bachelor-Arbeit	7		BA		<b>12</b>	12
<b>Summe</b>					<b>210</b>	177

### **Erläuterungen:**

Kn	Klausur (n = Bearbeitungszeit in Stunden)
KA	Kursarbeit
AM	Arbeitsmappe
HA	Hausarbeit
PB	Praxisbericht
PLb	Prüfungsleistung, benotet
SLb	Studienleistung, benotet
SLu	Studienleistung, unbenotet
BA	Bachelor-Arbeit
WP	Wahlpflichtmodul

## **Anlage 2: Modulbeschreibung (Kurzform)**

Näheres zu Zielen und Inhalten der Module ist in dem jeweils gültigen Modulhandbuch für den Studiengang Medienwirtschaft und Journalismus dargelegt.

### **Grundlagen der Ökonomie (Fundamentals of Economics and Business Management)**

Das Modul vermittelt wirtschaftliche Grundbegriffe, Grundlagen zu Märkten, zum Marktmechanismus und zur Rolle des Staates in einer Marktwirtschaft. Darüber hinaus lernen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Zielgrößen betriebswirtschaftlicher Entscheidungsprozesse kennen. Zudem werden Kenntnisse über Entscheidungen zur Rechtsformwahl und zum Aufbau von Unternehmungen sowie Grundkenntnisse der verschiedenen Funktionsbereiche von Unternehmungen vermittelt.

### **Journalistische Grundlagen 1 (Fundamentals of Journalism 1)**

Die Studierenden lernen Regeln und Qualitätskriterien der journalistischen Arbeit (Informationsbeschaffung, Verarbeitung, Vermittlung) kennen und können journalistische Berufsrollen identifizieren und reflektieren. Sie lernen, ethische Berufsstandards sowie den Aufbau und die Struktur von kurzen journalistischen Texten auf wissenschaftlicher Grundlage zu analysieren. Diese Kenntnisse wenden die Studierenden in Übungen an und leisten einen Transfer, indem sie Nachrichten für verschiedene Medien produzieren.

### **Psychologie (Psychology)**

Einführung in die Medienpsychologie sowie Grundkenntnisse der Kommunikations-, Kognitions- und Werbepsychologie.

### **Wissenschaftliches Arbeiten 1 (Academic Research and Writing 1)**

Einführung in Literaturrecherche und Literaturverarbeitung sowie wissenschaftliches Schreiben, Zitierweisen und wissenschaftliche Sprache üben, verschiedene Typen von wissenschaftlichen Arbeiten und deren jeweiligen Aufbau kennen lernen. Übungsaufgaben selbstständig digital bearbeiten.

### **Einführung in die Informatik (Introduction into Informatics)**

Behandelt werden neben der Bedeutung der Informatik für die Medienproduktion und -darstellung die Grundlagen der Informatik. Behandelt werden Zahlensysteme und insbesondere die Arithmetik im binären Zahlensystem, Grundlagen der Kodierung, der Aussagenlogik, der Booleschen Algebra, Komponenten des Computers und deren Aufgaben, Prozesse und deren Bearbeitung, Algorithmen und deren Darstellung sowie die Grundlagen der Geschäftsprozessmodellierung.

### **Gestaltung: Grundlagen/Technik (Design: Basics and Techniques)**

Grundzüge des Abstrahierens und Gestaltens mittels formaler ästhetischer Prinzipien sowie Qualitätskriterien der gestalterischen Arbeit kennen lernen. Erlernen der Gestaltungsgrundlagen und des gestalterischen Grundvokabulars anhand eigenständig erarbeiteter Kompositionen sowie der Diskussion verschiedenster gestalteter Produkte. Einführung in digitale Eingabe-, Bearbeitungs- und Ausgabetechniken.

### **Mathematik (Mathematics)**

Behandelt werden Grundlagen der Aussagenlogik, der Mengenlehre, der Relationen und der Kombinatorik sowie Gleichungen/Ungleichungen, Systeme von Gleichungen/Ungleichungen, Vektorrechnung, Eigenschaften und Konstruktion von Funktionen. In die Differential- und Integralrechnung und ihre Bedeutung wird ein Einblick gegeben.

### **Rechnungswesen und Controlling (Financial and Management Accounting)**

Grundlagen des Rechnungswesens; Technik, laufende Buchungen und Abschluss der Buchführung; Grundlagen der Kostenrechnung; Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung; Grundlagen des Controllings; ausgewählte Instrumente des Controllings wie z.B. Deckungsbeitrags- oder Prozesskostenrechnung.

### **Journalistische Grundlagen 2 (Fundamentals of Journalism 2)**

Die Studierenden analysieren verschiedene journalistische Darstellungsformen (Feature, Reportage, meinungsbetonende Genres u.a.) auf wissenschaftlicher Grundlage und wenden diese Erkenntnisse an, indem sie eigenständig Texte produzieren. Sie erarbeiten auf wissenschaftlicher Grundlage Recherche- und Interviewtechniken, den Umgang mit Quellen, Grundlagen redaktioneller Abläufe und der Redaktionsorganisation und wenden diese Erkenntnisse in Übungen an.

### **Soziologie (Sociology)**

Grundkenntnisse über soziologische Theorien der Gesellschaft und der Medien erlangen, Vermittlung bedeutsamer Entwicklungen in der Sozialstruktur der Bundesrepublik Deutschland im europäischen und internationalen Vergleich.

### **Internettechnologien 1 (Internet Technologies 1)**

Behandelt werden die technischen Grundlagen des Internets wie Adressen im Netzwerk (z.B. IP-Adressen, Domains und Ports), sowie wichtige Protokolle (IP, TCP). Es werden Grundlagen zur Erstellung von Webseiten gelegt. Insbesondere werden HTML, CSS und ECMA-Skript behandelt. Die Veranstaltung wird mit vielen integrierten Übungsanteilen angereichert, sodass die theoretisch erlernten Inhalte auch praktisch angewendet werden können.

### **Typographie/Layout (Typography/Layout)**

Grundregeln der Gestaltung mittels Typografie und Layout erlernen und anwenden, exemplarische Gestaltung und Umsetzung eigenständig konzipierter Print-Produkte, Analyse von aktuellen

Erscheinungsbildern professioneller Printmedien, effizienter Umgang mit einschlägigen analogen und digitalen Werkzeugen.

### **English for the Media**

English for soft- and social skills, intercultural awareness in business; spoken and written English for typical business situations specific to the media branch, including forms of media (old and new), newspapers and magazines, advertising, marketing.

### **Medienwirtschaft und Marketing (Media Management and Marketing)**

Vermittlung grundlegender Begriffe und Konzepte der Medienwirtschaft und des Medienmarketings sowie der Besonderheiten der Medienteilbranchen (Print, Musik, Film, Radio, TV, Spiele, Internet/Mobile, Multimedia). Betrachtung der Produkte und Dienstleistungen sowie der zugehörigen Wertschöpfungsprozesse in Medienunternehmen. Einführung der Elemente des Marketing-Mix mit Bezug zur Medienbranche und Durchführung einer Marktanalyse für eine Medienteilbranche.

### **Spezieller Journalismus (Special Journalism)**

Vertiefung der journalistischen Arbeit und Reflexion des Journalismus im Hinblick auf ein bestimmtes Medium, medienpraktische Übungen und journalistische Produktion. Wahlpflichtfach.

### **Medien und Kommunikation 1 (Media and Communications 1)**

Überblick über das Fach Kommunikationswissenschaft, kommunikationswissenschaftliche Theorien, u.a. zu Medienwirkungen, Mediensystem Deutschland inkl. historischer Entwicklung, Medien und Gender, Einblick in empirische Studien.

### **Internettechnologien 2 (Internet Technologies 2)**

Es werden client- und serverseitige Technologien vorgestellt. Kenntnisse in ausgesuchten Technologien und Sprachen (z.B. php, SQL) werden vertieft vermittelt. Datenbanken und deren Einbindung in Webauftritte werden theoretisch behandelt und praktisch eingeübt. Die Veranstaltung wird in einen theoretischen und einen Übungsblock unterteilt, sodass das Erlernete auch praktisch angewendet und eingeübt werden kann.

### **Visuelle Kommunikation 1 (Visual Communication 1)**

- Prinzipien der Bildgestaltung und Bildsprache kennen und anwenden, Erweiterung der Ausdrucksmöglichkeiten durch Bildserien und Bild-Text-Kombinationen, Grundkenntnisse der Technik und der ästhetischen Möglichkeiten der Fotografie sowie der Bildbearbeitung und -manipulation erwerben, Bilder in den Medien (Ästhetik, Inhalte, Ethik);
- Einführung in das Projektmanagement (Projektmanagement 1) in einer gesonderten Lehrveranstaltung.

### **Statistik (Statistics)**

Kenntnisse in deskriptiver Statistik. Kompetenzen zum Aufstellen und Auswerten von Häufigkeitsverteilungen, in der Berechnung von Kennzahlen der Marktkonzentration und Kennzahlen für die Messung von Zusammenhängen zweier Merkmale. Kompetenzen im Umgang mit Programmsystemen zur Statistik und in der Erstellung und Beurteilung statistischer Grafiken.

### **Praxissemester (Internship Semester)**

Studieninhalte in der Berufspraxis anwenden, vertiefen und reflektieren können, begleitende Lehrveranstaltungen, Berufspraxis auf wissenschaftlicher Grundlage analysieren und reflektieren

- Berufspraktikum (20 Wochen) in einem Medienbetrieb oder medienbezogenen Abteilung
- Praxisbericht, darin enthalten:
  - Praxissemestervorbereitung: berufliche Orientierung und Bewerbung
  - Zwischenbericht: Reflexion der Arbeitssituation zu Beginn des Berufspraktikums
  - Abschlussbericht: Reflexion der beruflichen Erfahrung im Praktikum
  - Praxissemesternachbereitung: Reflexion der berufspraktischen Erfahrung
- Hausarbeit: Reflexion der beruflichen Erfahrung in einer wissenschaftlichen Hausarbeit.

### **Medien und Kommunikation 2 (Media and Communications 2)**

Kenntnisse und Anwendung grundlegender Methoden in der empirischen Kommunikations- und Medienforschung, u.a. qualitative und quantitative Befragung, Inhaltsanalyse, ggfs. Beobachtung und Experiment.

### **Investition und Finanzierung (Investment and Corporate Finance)**

Grundlagen der Investitions- und Finanzplanung, verschiedene Verfahren der Investitionsrechnung sowie Finanzierungsformen kennen lernen und anwenden (Statische und dynamische Verfahren der Investitionsrechnung, Vorteilhaftigkeitsentscheidungen bei mehreren Zielgrößen: Nutzwertanalyse, Nutzungsdauer- und Ersatzzeitpunktentscheidungen, Investitionsrechnung bei unsicheren Erwartungen, Finanzplanung, Bestimmung des optimalen Finanzvolumens, Außenfinanzierung, Innenfinanzierung).

### **Medientechnik (Media Technology)**

Technische Hintergründe, die für die Produktion von analogen Produkten wie Printerzeugnissen und digitalen Medien und deren Komponenten relevant sind, werden vorgestellt. Hierzu gehören insbesondere Grundlagen der Audio- und Videotechnik, verschiedene Grafik-, Video-, und Audiodateiformate, unterschiedliche Datenkompressionsverfahren sowie die Funktion von Speicher- und Übertragungsmedien. Die technischen Grundlagen zur Medienproduktion werden diskutiert und auf die Möglichkeiten der Einsetzbarkeit überprüft.

### **Visuelle Kommunikation 2 (Visual Communication 2)**

Übergreifende Anwendung des erworbenen Wissens aus den vorhergehenden Veranstaltungen in Konzeption, Gestaltung und Produktion für verschiedene Medien. Visuelle und ethische Kompetenz erweitern. Vektorbasiertes Arbeiten erlernen, fortgeschrittene Techniken der Erzeugung und Bearbeitung von Fotos und Grafiken anwenden.

### **Recht (Commercial Law)**

Grundlagen des deutschen Rechtssystems auf wissenschaftlicher Grundlage, Einführung in das Wirtschaftsrecht, Grundkenntnisse des Bürgerlichen Rechts (BGB), z.B. Verträge, Rechts- und Geschäftsfähigkeit, und des Handelsrecht (HGB), z.B. Schadenersatz und Schuldrecht.

### **Medienprojekt 1 (Media Project 1)**

Medienwirtschaftliche, journalistische, kommunikationswissenschaftliche, gestalterische und/oder technische Kenntnisse in fächerübergreifenden Projekten anwenden; Medienkonzepte im Team entwickeln, planen und nachhalten; Umsetzungen auf wissenschaftlicher Grundlage analysieren und reflektieren;

Projektmanagement 2: Systematisches Projektmanagement als Methode. Wahlpflichtfach.

### **PR und Unternehmenskommunikation (Public Relations)**

Vermittlung grundlegender Kenntnisse im Arbeitsfeld der PR und Öffentlichkeitsarbeit, Instrumente der PR in der Vermittlerrolle zwischen Unternehmen und Öffentlichkeit sowie theoretische Perspektiven der PR-Vermittlung grundlegender Kenntnisse im Arbeitsfeld der PR und Öffentlichkeitsarbeit. Dazu gehören zum einen die Instrumente der PR in der Vermittlerrolle zwischen der Öffentlichkeit und den Unternehmen, Organisationen bzw. Institutionen der Gesellschaft, zum anderen die theoretischen Perspektiven aus Kommunikations- und Wirtschaftswissenschaften sowie der Soziologie.

### **Organisation und Führung (Organisation and Leadership)**

Die Themenbereiche Unternehmensorganisation, Mitarbeiterführung und Unternehmenskultur kennen lernen, ihre Verbindungen erfassen und zugehörige Methoden anwenden (Organisationseinheiten, Leitungsorganisation eines Unternehmens, Prozessorganisation, Unternehmenskultur, Organisatorischer Wandel, Unternehmensverfassung und Corporate Governance, Grundlagen der Personalführung).

### **Schwerpunkt 1 (Specialisation 1)**

Medienwirtschaftliche oder journalistische Inhalte exemplarisch auf wissenschaftlicher Basis vertiefen, reflektieren und anwenden (Wahlpflichtfach, je mindestens ein Angebot aus Medienwirtschaft bzw. Journalismus), Schwerpunkt Medienwirtschaft zum Themenbereich Marketing, Schwerpunkt Journalismus zu aktuellen und übergreifenden Themen des Journalismus.

### **Multimedia (Multimedia)**

Zusammenführung der Inhalte aus den Säulen Gestaltung und Informatik. Integration verschiedener digitaler Medien und Entwicklung entsprechender Konzepte. Gestalterische und programmiertechnische Methoden und Techniken für die Optimierung der Interaktion des Benutzers mit dem Produkt im Hinblick auf zu unterstützende Geschäftsprozesse erlernen und umsetzen. Multimediale Produkte unter gestalterischen und technischen Gesichtspunkten sowie im Hinblick auf Bedienbarkeit und Nutzertauglichkeit beurteilen und realisieren können.

### **Seminar Medienforschung (Media Research Seminar)**

Vertiefung eines Teilgebietes der Medienforschung oder der Kommunikationswissenschaften, aufbauend auf den in "Medien und Kommunikation" erworbenen Kenntnissen bringt das Modul ein Teilgebiet der Medienforschung in die wissenschaftliche Anwendung, selbstständige Durchführung einer exemplarischen Studie, die ein Teilgebiet der Medienforschung oder der Kommunikationswissenschaften vertieft. Wahlpflichtfach.

### **Medienprojekt 2 (Media Project 2)**

Medienwirtschaftliche, journalistische, kommunikationswissenschaftliche, gestalterische und/oder technische Kenntnisse in fächerübergreifenden Projekten anwenden, Medienkonzepte im Team entwickeln, planen und nachhalten, Umsetzungen auf wissenschaftlicher Grundlage analysieren und reflektieren; Projektmanagement 3: Systematisches, methodisches Projektcontrolling. Wahlpflichtfach.

### **Strategisches Medienmanagement (Strategic Media Management)**

Strategische Aspekte der Steuerung von Medienunternehmen kennen lernen und Methoden der strategischen Planung im Mediumfeld anwenden können, strategisches Management von Medienunternehmen im internationalen Kontext.

### **Schwerpunkt 2 (Specialisation 2)**

Medienwirtschaftliche oder journalistische Inhalte exemplarisch auf wissenschaftlicher Basis vertiefen, reflektieren und anwenden (Wahlpflichtfach, je mindestens ein Angebot aus Medienwirtschaft bzw. Journalismus), Behandlung aktueller und übergreifender Themen der Medienwirtschaft bzw. des Journalismus.

### **Medienrecht (Media Law)**

Rechtliche Rahmenbedingungen der Arbeit im Medienbereich, insbesondere in der Öffentlichkeitsarbeit, im Journalismus und im Medienmanagement, Presserecht, Urheberrecht, Wettbewerbs- und Markenrecht, Online-Recht auf wissenschaftlicher Grundlage erarbeiten und analysieren.



### **Studienabschlussvorbereitung (Training on Academic and Soft Skills)**

Organisieren der Abschlussarbeit und des Übergangs in das Berufsleben.

- Wissenschaftliches Arbeiten 2 (Academic Research and Writing 2)
- Coaching
- Studienonderpunkt (Social Commitment): Förderung studentischer Mitarbeit in der Selbstverwaltung der Hochschule, in der Lehre oder in der Forschung, Stärkung des gesellschaftlichen Engagements; Anerkennung erfolgt über eine/einen prüfungsberechtigt Lehrende/Lehrenden.

### **Bachelor-Arbeit (Bachelor Thesis)**

Die Studierenden zeigen, dass sie eine anspruchsvolle Aufgabe unter fachlicher Anleitung selbstständig lösen können. Dabei kann es sich um eine wissenschaftliche oder eine konzeptionell-praxisbezogene Arbeit handeln. Die wissenschaftliche Arbeit soll systematisch nach anerkannten Methoden erfolgen. Praxisarbeiten müssen einen theoretisch-analytischen Teil enthalten, in dem das Projekt/Konzept/Werk auf wissenschaftlicher Grundlage entwickelt, analysiert und reflektiert wird.