

Department Information

# Modulhandbuch des Bachelor-Studiengangs Medien und Kommunikation (Media and Communi- cation)

Stand: 02.06.2020

## Modulübersicht:

Modul 1:	Digitale Öffentlichkeiten.....	2
Modul 2:	Digitale Medienkonzeption und -produktion.....	4
Modul 3:	Medienökonomie und -management .....	6
Modul 4:	Datenanalyse für digitale Medien.....	8
Modul 5:	Informations- und Kommunikationstechnik.....	10
Modul 6:	Datenvisualisierung.....	12
Modul 7:	Wahlpflichtmodul I.....	14
Modul 8:	Wahlpflichtmodul II .....	16
Modul 9:	Wahlpflichtmodul III .....	18
Modul 10:	Wahlprojekt .....	20
Modul 11:	Forschungsdesign.....	22
Modul 12:	Bachelorarbeit.....	24

## Anmerkung:

Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Modul <b>Modul 1: Digitale Öffentlichkeiten</b>	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	1. und 2. Fachsemester / 2 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Wolfgang Swoboda, Prof. Dr. Christian Stöcker
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	8 LP 4 SWS (im Wintersemester) und 4 SWS (im Sommersemester)
Arbeitsaufwand (Workload)	240 Std. davon 144 Std. Präsenz- und 96 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	-
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p><b>Die Studierenden können sich als professionelle Akteurinnen und Akteure im Medien- und Kommunikationssystem verorten, indem sie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unterschiedliche Formen digitaler Medien und Funktionen digitaler Kommunikation analysieren, differenzieren und kategorisieren können;</li> <li>• die historische Entwicklung digitaler Öffentlichkeiten und ihre ethischen und rechtlichen Implikationen mit Bezug zu Gesellschaft, Politik, Kultur und Wirtschaft problematisieren können,</li> </ul> <p>um ein verantwortungsbewusstes Kommunikationsverhalten in digitalen Öffentlichkeiten zu entwickeln.</p>
Inhalte des Moduls	<p><b>LV1.1: Digitale Medien und Kommunikation</b></p> <p>Die Studierenden können die normativen, strukturellen, funktionalen und rollenspezifischen Grundlagen der Digitalisierung von Medien und Kommunikation kritisch bewerten und gestalten, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Veränderungen im Mediensystem an der Schnittstelle von Informationsproduktion, -rezeption und -distribution aus Längs- und Querschnittsperspektive problematisieren,</li> </ul> <p>um unterschiedliche Formen digitaler Medien und Funktionen digitaler Kommunikation analysieren, differenzieren und kategorisieren zu können.</p> <p><b>LV1.2: Ethik und Recht digitaler Öffentlichkeiten</b></p> <p>Die Studierenden können mit kommunikationswissenschaftlicher Systematik eine Verbindung zwischen Problemen medialer Kommunikation und der vernetzten Gesellschaft herstellen, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Grundlagen und Definitionen der Digitalisierung von Öffentlichkeiten, ihre Herausforderungen, Chancen und Gefahren aus Sicht der Ethik, Maschinenethik und anderer Ethikbereiche in Abgrenzung zum Recht analysieren,</li> </ul> <p>um die historische Entwicklung digitaler Öffentlichkeiten und ihre ethischen und rechtlichen Implikationen mit Bezug zu Gesellschaft, Politik, Kultur und Wirtschaft problematisieren zu können.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul erwerben die Studierenden grundlegende Kompetenzen zur Spezialisierung in den Schwerpunktmustern zu digitalen Öffentlichkeiten.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Studienleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Hausarbeit. Bei mehr als einer möglichen Prü-

	fungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"><li>• LV1.1: Digitale Medien und Kommunikation (4 SWS)</li><li>• LV1.2: Ethik und Recht digitaler Öffentlichkeiten (4 SWS)</li></ul>
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Vorlesung: Zusammenhängende Darstellung und Vermittlung von wissenschaftlichen Grundkenntnissen sowie Methoden durch die Lehrenden; während des Vortrags haben die Studierenden Gelegenheit, Verständnisfragen zu stellen; Expertenvorträge
Literatur	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fechner, Frank: Medienrecht. Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia. Stuttgart: utb, 2019</li><li>• Hooffacker, Gabriele/Kenntemich, Wolfgang/Kulisch, Uwe (Hrsg.): Die neue Öffentlichkeit. Wie Bots, Bürger und Big Data den Journalismus verändern. Wiesbaden: Springer VS, 2018</li><li>• Hahn, Oliver/ Hohlfeld, Ralf/Knieper, Thomas (Hrsg.): Digitale Öffentlichkeit(en). Köln: Halem, 2017</li><li>• Schicha, Christian: Medienethik. Grundlagen, Anwendungen, Ressourcen. Stuttgart: utb, 2019</li><li>• Stöcker, Christian: Nerd Attack! Eine Geschichte der digitalen Welt vom C64 bis zu Twitter und Facebook. München: Deutsche Verlags-Anstalt, 2011</li></ul> <p>Weitere Basisliteratur wird zu Beginn des Semesters im EMIL-Raum bekannt gegeben.</p>

Modul 2: Digitale Medienkonzeption und -produktion	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	1. und 2. Fachsemester / 2 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hanna Klimpe
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	15 LP 8 SWS (im Wintersemester) und 8 SWS (im Sommersemester)
Arbeitsaufwand (Workload)	450 Std. davon 288 Std. Präsenz- und 162 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	-
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p><b>Die Studierenden können digitale Medienformate konzipieren und produzieren, indem sie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• vernetzte Konzepte für digitale Medien als Multi-Screen-Arrangements sowie für soziale Medien und Kommunikation in Kombination mit Virtual Reality und Livestreaming mit fundiertem technischem, psychologischem und inhaltlichem Verständnis entwickeln, planen und realisieren,</li> <li>• Innovationen im Bereich der vernetzten, audiovisuellen Medien identifizieren, analysieren und in Formate überführen können, um den digitalen Wandel als professionelle Kommunikatorinnen und Kommunikatoren zu gestalten.</li> </ul>
Inhalte des Moduls	<p><b>LV2.1: Digitale Medienkonzeption I</b></p> <p>Die Studierenden können einfache konzeptionelle Grundlagen digitaler Medienproduktion kritisch bewerten und gestalten, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• einfache digitale Kommunikationsszenarien (wie z. B. Social-Media-Blogs, News Storytelling) auf Basis von medialen Kommunikations-, Unterhaltungs- und Informationsbedürfnissen planen, begründen, steuern, umsetzen, kommunizieren und evaluieren,</li> </ul> <p>um Konzepte für digitale ‚neue Medien‘ als Multi-Screen-Arrangements sowie für die ‚neuesten Medien‘ (wie Virtual Reality und 360°-Video) mit fundiertem technischem, psychologischem und inhaltlichem Verständnis zu entwickeln, planen und realisieren.</p> <p><b>LV2.2: Digitale Medienkonzeption II</b></p> <p>Die Studierenden können vor dem Hintergrund komplexe konzeptionelle Grundlagen digitaler Medienproduktion kritisch bewerten und gestalten, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• komplexe digitale Kommunikationsszenarien (wie z. B. Social-Media-Kampagnen, Livestreaming) auf Basis von medialen Kommunikations-, Unterhaltungs- und Informationsbedürfnissen planen, begründen, steuern, umsetzen, kommunizieren und evaluieren,</li> </ul> <p>um vernetzte Konzepte für digitale Medien wie soziale Medien als nutzerfreundliche Crossmedia-Arrangements mit fundiertem technischem, psychologischem und inhaltlichem Verständnis zu entwickeln, planen und realisieren.</p> <p><b>LV2.3: Digitale Medienproduktion I</b></p> <p>Die Studierenden können einfache digitale Medienkonzepte mit professionellen Darstellungsformen inhaltlich füllen, indem sie</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• die Planung, Steuerung, Koordination und Kontrolle für die Produktion digitaler Kommunikationsmittel und -kampagnen (wie Affiliate-, Influencer-, Content- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online-Werbung) umsetzen, um Innovationen im Bereich der vernetzten, audiovisuellen Medien identifizieren, analysieren und in einfache Formate überführen zu können.</li> </ul> <p><b>LV2.4: Digitale Medienproduktion II</b></p> <p>Die Studierenden können komplexe digitale Medienkonzepte mit professionellen Darstellungsformen inhaltlich füllen, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Planung, Steuerung, Koordination und Kontrolle für die Produktion digitaler Kommunikationsmittel und -kampagnen (wie Affiliate-, Influencer-, Content- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online-Facebook-Werbung) umsetzen, um Innovationen im Bereich der vernetzten, audiovisuellen Medien identifizieren, analysieren und in komplexe Formate überführen zu können.</li> </ul>
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul erwerben die Studierenden grundlegende Kompetenzen zur Spezialisierung in den Schwerpunktmodulen zur digitalen Medienkonzeption und -produktion.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Projektleistung oder Hausarbeit. Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LV2.1: Digitale Medienkonzeption I (4 SWS)</li> <li>• LV2.2: Digitale Medienkonzeption II (4 SWS)</li> <li>• LV2.3: Digitale Medienproduktion I (4 SWS)</li> <li>• LV2.4: Digitale Medienproduktion II (4 SWS)</li> </ul>
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Seminar: Selbststudium von Fachliteratur (Inverted Classroom), Übungen mit digitalen Anwendungen (Tool-Training, Peer Learning), Expertenvorträge, Fallstudien
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kellermann, Ron: Das Storytelling-Handbuch. St. Gallen, Zürich, Berlin: Midas Management Verlag, 2018</li> <li>• Lammenett, Erwin: Praxiswissen Online-Marketing. Wiesbaden: Springer Gabler, 2019</li> <li>• Oswald, Bernd: Digitaler Journalismus. Ein Handbuch für Recherche, Produktion und Vermarktung. Zürich: Midas, 2019</li> <li>• Schach, Annika: Storytelling: Geschichten in Text, Bild und Film. Wiesbaden: Springer Gabler, 2017.</li> <li>• Von Godulla, Alexander: Digitale Langformen im Journalismus und Corporate Publishing. Scrollytelling – Webdokumentationen – Multi-mediastorys. Wiesbaden: Springer VS, 2017</li> </ul> <p>Weitere Literatur wird zu Beginn des Semesters im EMIL-Raum bekannt gegeben.</p>

Modul <b>Modul 3: Medienökonomie und -management</b>	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	1. und 2. Fachsemester / 2 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hardy Gundlach
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	10 LP 4 SWS (im Wintersemester) und 4 SWS (im Sommersemester)
Arbeitsaufwand (Workload)	300 Std. davon 144 Std. Präsenz- und 156 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	-
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p><b>Die Studierenden analysieren mit wirtschaftstheoretischer Fundierung die komplexen Zusammenhänge der Medienwirtschaft, indem sie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die grundlegenden betriebswirtschaftlichen und makroökonomischen Konzepte der Wirtschaftswissenschaften auf ihre praktische Relevanz für Medienunternehmen untersuchen und</li> <li>• Entscheidungen des Managements und Geschäftsmodelle im Anwendungsfeld der Medien und Kommunikation bewerten,</li> </ul> <p>um in den Arbeits- und Aufgabenfeldern der Medien- und Kommunikationswirtschaft wirtschaftlich planen, begründen, implementieren, steuern und evaluieren zu können.</p>
Inhalte des Moduls	<p><b>LV3.1: Medienökonomie und -management I</b></p> <p>Die Studierenden können ökonomisches Wissen bei der Lösung praktischer Entscheidungsprobleme des Managements von Medien- und Kommunikationsprozessen anwenden, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die grundlegenden betriebswirtschaftlichen und makroökonomischen Konzepte der Wirtschaftswissenschaften auf ihre praktische Relevanz für Medienunternehmen untersuchen,</li> </ul> <p>um die Prozesse in Medienorganisationen effektiv und marktorientiert zu gestalten, die relevanten Informationen zur Identifizierung von Erfolgsfaktoren und Schwachstellen der Mediengeschäftsmodelle zu identifizieren, zur Strukturierung und Vorbereitung von Managemententscheidungen aufzubereiten und zur Entwicklung von Unternehmensstrategien zu nutzen.</p> <p><b>LV3.2: Medienökonomie und -management II</b></p> <p>Die Studierenden können ökonomisches Wissen bei der Lösung komplexer Entscheidungsprobleme des Managements von Medien- und Kommunikationsprozessen anwenden, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Entscheidungen des Managements und Geschäftsmodelle im Anwendungsfeld der Medien und Kommunikation bewerten,</li> </ul> <p>um die Prozesse in Medienorganisationen effektiv und marktorientiert zu gestalten, die relevanten Informationen zur Identifizierung von Erfolgsfaktoren und Schwachstellen der Mediengeschäftsmodelle zu identifizieren, zur Strukturierung und Vorbereitung von Managemententscheidungen aufzubereiten und zur Unterstützung von Unternehmensstrategien zu nutzen.</p>

Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul erwerben die Studierenden grundlegende Kompetenzen zur Spezialisierung in den Schwerpunktmodulen zur Medienökonomie und zum Medienmanagement
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Hausarbeit, Klausur und Referat. Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LV3.1: Medienökonomie und -management I</li> <li>• LV3.2: Medienökonomie und -management II</li> </ul>
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Seminar: Selbststudium von Fachliteratur (Inverted Classroom), Übungen mit digitalen Anwendungen (Tool-Training, Peer Learning), Expertenvorträge, Fallstudien
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Albarran, Alan B./Mierzejewska, Bozena I./Jung, Jaemin (Hrsg.): Handbook of media management and economics (2nd ed.). New York et al.: Routledge/Taylor &amp; Francis, 2018</li> <li>• Bartling, Hartwig/Luzius, Franz: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre: Einführung in die Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik (18. Aufl.). München: Vahlen, 2019</li> <li>• Cunningham, Stuart/Flew, Terry/Swift, Adam: Media Economics. London: Palgrave, 2015</li> <li>• Gläser, Martin: Medienmanagement (3. Aufl.). München: Vahlen, 2014</li> <li>• Schumann, Matthias/Hess, Thomas/Hagenhoff, Svenja: Grundfragen der Medienwirtschaft. Eine betriebswirtschaftliche Einführung (5. Aufl.). Berlin: Springer, 2019</li> <li>• Wöhe, Günter/Döring, Ulrich/ Brösel, Gerrit: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (26. Aufl.). München: Vahlen, 2016</li> </ul>

Modul <b>Modul 4: Datenanalyse für digitale Medien</b>	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	1. und 2. Fachsemester / 2 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	N.N.
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	10 LP 4 SWS (im Wintersemester) und 4 SWS (im Sommersemester)
Arbeitsaufwand (Workload)	300 Std. davon 144 Std. Präsenz- und 156 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	-
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p><b>Die Studierenden können Daten für digitale Medien mittels Statistiksoftware für den Bereich kommunikations- und medienwissenschaftlicher empirischer Forschung analysieren und managen, indem sie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verfahren der deskriptiven und analytischen Statistik anhand konkreter Fragestellungen und spezifischer Datensätze anwenden,</li> <li>• und durch Kenntnisse des Data Mining zielgerichtet datenbasierte Informationen mit Relevanz für digitale Medien und Kommunikation finden, identifizieren, erschließen, analysieren und evaluieren können,</li> </ul> <p>um selbständig statistische Analyse- und Auswertungsverfahren anzuwenden sowie mit statistischen Daten umgehen und diese bewerten zu können.</p>
Inhalte des Moduls	<p><b>LV4.1: Datenanalyse</b></p> <p>Die Studierenden können Daten verarbeiten und auswerten, die sie auf konkrete Forschungsfragen beziehen, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mit SPSS oder R die Daten komprimieren und analysieren, sie bewerten und im Hinblick auf die zugrundeliegende Problemstellung interpretieren,</li> </ul> <p>um Verfahren der deskriptiven und der analytischen Statistik anhand konkreter Fragestellungen und spezifischer Datensätze anwenden zu können.</p> <p><b>LV4.2: Data Mining</b></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, Datenanalyse- und Data-Mining-Probleme formal zu modellieren, Rohdaten eines speziellen Anwendungskontextes adäquat aufzubereiten und geeignete Methoden auf die Daten anzuwenden, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Ergebnisse des automatisierten Data Mining interpretieren, entsprechende Rückschlüsse ziehen und die Grenzen datenanalytischer Verfahren und die Gefahr von Fehlinterpretationen forschungsadäquat einschätzen können,</li> </ul> <p>um durch Kenntnisse des Data Mining zielgerichtet datenbasierte Informationen mit Relevanz für digitale Medien und Kommunikation finden, identifizieren, erschließen, analysieren und evaluieren zu können.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul erwerben die Studierenden grundlegende Kompetenzen zur Spezialisierung in den Schwerpunktmustern zur Datenanalyse für digitale Medien.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im

	Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Hausarbeit, Klausur und Referat. Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LV4.1: Datenanalyse</li> <li>• LV4.2: Data Mining</li> </ul>
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Seminar: Selbststudium von Fachliteratur (Inverted Classroom), Übungen mit digitalen Anwendungen (Tool-Training, Peer Learning), Expertenvorträge, Fallstudien
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Backhaus, Klaus/Erichson, Bernd/Plinke, Wulff/Weiber, Rolf: Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung (15. Aufl.). Berlin/Heidelberg: Springer, 2018</li> <li>• Feiks, Markus: Empirische Sozialforschung mit Python: Daten automatisiert sammeln, auswerten, aufbereiten. Wiesbaden: Springer VS, 2019</li> <li>• Field, Andy: Discovering Statistics using SPSS (5th ed.). London: Sage, 2017</li> <li>• Liu, Bing: Web Data Mining: Exploring Hyperlinks, Contents, and Usage Data (Data-Centric Systems and Applications). Berlin: Springer, 2011</li> <li>• Sauer, Sebastian: Moderne Datenanalyse mit R. Daten einlesen, aufbereiten, visualisieren, modellieren und kommunizieren. Wiesbaden: Springer Gabler, 2019</li> <li>• Uhlemann, Ingrid Andrea: Einführung in die Statistik für Kommunikationswissenschaftler: Deskriptive und induktive Verfahren für das Bachelorstudium. Wiesbaden: Springer VS, 2014</li> <li>• Witten, Ian H./Eibe, Frank: Data Mining: Practical Machine Learning Tools and Techniques. Burlington, MA: Morgan Kaufmann, 2011</li> </ul>

Modul <b>Modul 5: Informations- und Kommunikationstechnik</b>	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	1. und 2. Fachsemester / 2 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Martin Gennis
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	10 LP 4 SWS (im Wintersemester) und 4 SWS (im Sommersemester)
Arbeitsaufwand (Workload)	300 Std. davon 144 Std. Präsenz- und 156 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	-
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p><b>Die Studierenden verstehen die informations- und kommunikationstechnologischen Grundlagen und konkreten Anwendungen für digitale Medien und Online-Kommunikation, indem sie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• vernetzte IT-Systeme verstehen und abgegrenzte Problemstellungen mit Hilfe von Auszeichnungssprachen lösen,</li> <li>• und die Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes von Computern in der Medien- und Kommunikationswirtschaft beurteilen,</li> </ul> <p>um grundlegende Strukturen und Zusammenhänge adressatengerecht durch den innovativen Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien aufzubereiten und zu kommunizieren.</p>
Inhalte des Moduls	<p><b>LV5.1: Grundlagen der IT I</b></p> <p>Die Studierenden verfügen über Grundkenntnisse der Informations- und Kommunikationstechnologien, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• den Aufbau und die Funktion von Computern (Bestandteile und ihr Zusammenspiel, Von-Neumann-Architektur), die Zahlen- und Zeichendarstellung im Computer, die Rolle des Betriebssystems, Eigenschaften der grafischen Oberfläche, die Markierung von Dokument-Strukturen mit Auszeichnungssprachen sowie Formatvorlagen zur Steuerung der Darstellung von Dokumenten kennen und anwenden,</li> <li>• digitale Anwendungen wie Webanwendungen, IT-Installationen und Programmiercodes planen, begründen, umsetzen, kommunizieren und evaluieren können,</li> </ul> <p>um vernetzte IT-Systeme zu steuern und abgegrenzte Problemstellungen mit Hilfe von Auszeichnungssprachen zu lösen.</p> <p><b>LV5.2: Grundlagen der IT II</b></p> <p>Die Studierenden verfügen über vertiefte Grundkenntnisse der Informations- und Kommunikationstechnologien, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Webseiten planen und programmieren können und</li> <li>• digitale Anwendungen informationstechnologisch analysieren und beurteilen und dazu Dienstleistungsqualitäten definieren, gestalten und evaluieren,</li> </ul> <p>um die Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes von Computern in der Medien- und Kommunikationswirtschaft zu beurteilen.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul erwerben die Studierenden grundlegende Kompetenzen zur Spezialisierung in den Schwerpunktmodulen zur Informations- und Kommunikationstechnik.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im

	Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Hausarbeit, Klausur und Referat. Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"><li>• LV5.1: Grundlagen der IT I</li><li>• LV5.2: Grundlagen der IT II</li></ul>
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Seminar: Selbststudium von Fachliteratur (Inverted Classroom), Übungen mit digitalen Anwendungen (Tool-Training, Peer Learning), Expertenvorträge, Fallstudien
Literatur	Aktuelle Literatur ist abhängig vom jeweiligen programmiertechnischen Standard und wird zu Beginn des Semesters im EMIL-Raum bekannt gegeben.

Modul	Modul 6: Datenvisualisierung
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	1. und 2. Fachsemester / 2 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	N.N.
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	10 LP 4 SWS (im Wintersemester) und 4 SWS (im Sommersemester)
Arbeitsaufwand (Workload)	300 Std. davon 144 Std. Präsenz- und 156 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	-
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p><b>Die Studierenden können Daten in visuell ansprechender und verständlicher Aufbereitung aus Datenbeständen mithilfe von Onlinetools für digitale Medien zu Geschichten verdichten, indem sie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mithilfe von Methodenkompetenzen der Medieninformatik komplexe Sachverhalte in leicht verständliche Informationsangebote umwandeln und die</li> <li>• Grundkenntnisse in der Datenanalyse, der Datenaufbereitung und der Datenvisualisierung sowie die Erzähltechniken und Darstellungsformen des Datenjournalismus im Data Storytelling anwenden, um in redaktionellen Teams datenjournalistische Innovationsprojekte für digitale Medien zu produzieren.</li> </ul>
Inhalte des Moduls	<p><b>LV6.1: Medieninformatik</b></p> <p>Die Studierenden können die Grundlagen der Medieninformatik als Ausprägung der angewandten Informatik, die sich auf Computersysteme im Dienst menschlicher Kommunikation konzentriert, nutzen, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• komplexe Interaktionsvorgänge zwischen Menschen und Maschinen sowie interpersonal unter Vermittlung von Maschinen erfassen, auswerten und einer benutzergerechten Lösung zuführen,</li> </ul> <p>um mithilfe von Methodenkompetenzen der Medieninformatik komplexe Sachverhalte in leicht verständliche Informationsangebote umzuwandeln.</p> <p><b>LV6.2: Datenvisualisierung</b></p> <p>Die Studierenden können Datenbestände identifizieren, erschließen, auswerten, analysieren, strukturieren, interpretieren, aufbereiten und visualisieren, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• größere Datenmengen unter Anwendung der aktuell gängigen Verfahren der Datenvisualisierung aufarbeiten, geeignete Software auswählen, anpassen und einsetzen mit dem Ziel, Datenbestände zielgruppengerecht zu erschließen und verständlich zu präsentieren,</li> </ul> <p>um Grundkenntnisse in der Datenanalyse, der Datenaufbereitung und der Datenvisualisierung sowie die Erzähltechniken und Darstellungsformen des Datenjournalismus im Data Storytelling anzuwenden.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul erwerben die Studierenden grundlegende Kompetenzen zur Spezialisierung in den Schwerpunktmodulen zur Datenvisualisierung.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Hausarbeit, Klausur und Referat. Bei mehr als

	einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"><li>• LV6.1: Medieninformatik</li><li>• LV6.2: Datenvisualisierung</li></ul>
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Seminar: Selbststudium von Fachliteratur (Inverted Classroom), Übungen mit digitalen Anwendungen (Tool-Training, Peer Learning), Expertenvorträge, Fallstudien
Literatur	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fischer-Stabel, Peter: Datenvisualisierung: Vom Diagramm zur Virtual Reality. Stuttgart: utb, 2018</li><li>• Rahlf, Thomas: Datenvisualisierung mit R: 111 Beispiele. Berlin: Springer, 2018</li><li>• Ryan, Lindy: The Visual Imperative – Creating a Visual Culture of Data Discovery. Cambridge, MA: Morgan Kaufmann, 2016</li></ul>

Modul <b>Modul 7: Wahlpflichtmodul I</b>	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	3. Fachsemester / 1 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Verantwortliche für die Wahlpflichtmodule (mit Schwerpunkt) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prof. Dr. Martin Gennis (Informations- und Kommunikationstechnik)</li> <li>• Prof. Dr. Hardy Gundlach (Medienökonomie und -management)</li> <li>• Prof. Dr. Hanna Klimpe (Digitale Medienkonzeption und -produktion)</li> <li>• Prof. Dr. Wolfgang Swoboda (Digitale Öffentlichkeiten)</li> <li>• N.N. (Datenanalyse für digitale Medien)</li> <li>• N.N. (Datenvisualisierung)</li> </ul>
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	15 LP, 12 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	450 Std. davon 216 Std. Präsenz- und 234 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	Erfolgreicher Abschluss der Module M1 bis M6 (Grundlagenmodule)
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p><b>Die Studierenden können digitale Medien und Kommunikation verantwortungsbewusst und adressatengerecht gestalten, indem sie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• digitale Öffentlichkeiten vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis analysieren und reflektieren sowie die Erkenntnisse in einen Gestaltungsprozess für öffentliche Kommunikation überführen, oder auch</li> <li>• digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis konzipieren und produzieren, oder auch</li> <li>• innovative Informations- und Kommunikationstechniken vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis einsetzen, oder auch</li> <li>• digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Medienökonomie und dem Medienmanagement konzipieren und produzieren, oder auch</li> <li>• digitale Medien mit den Verfahren der Datenanalyse und des Data Mining vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis konzipieren und produzieren, oder auch</li> <li>• Datenvisualisierungstechniken für digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis einsetzen, um einen methodisch vielschichtigen, spezialisierten Zugang zur Bewältigung von Praxisproblemen zu entwickeln.</li> </ul>
Inhalte des Moduls	<p><b>LV7.1: Wahlpflichtmodul Schwerpunkt I</b></p> <p>Die Studierenden wählen aus einem der nachfolgenden Spezialisierungsfelder als Schwerpunkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitale Öffentlichkeiten</li> <li>• Digitale Medienkonzeption und -produktion</li> <li>• Informations- und Kommunikationstechnik</li> <li>• Medienökonomie und -management</li> <li>• Datenanalyse für digitale Medien</li> <li>• Datenvisualisierung</li> </ul>

	<p>Die Studierenden können Prozesse und Strukturen in der Medien- und Kommunikationswirtschaft implementieren und Digital-Produkte entwickeln und distribuieren, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• neue Formate digitaler Medieninhalte sowie audiovisuelle und interaktive Darstellungsformen zur transmedialen Information konzipieren und realisieren und dabei die Wechselwirkung von Distributionskanälen, Formaten und Inhalten zugrunde legen,</li> </ul> <p>um innovative Gestaltungsformate im Rahmen o. g. Schwerpunkte zu etablieren und damit Zielgruppen überprüfbar zu erreichen.</p> <p>Sie bearbeiten entweder in Einzelarbeit oder in Teams ein Projekt mit einem inhaltlichen Schwerpunkt aus den o. g. Bereichen der Gestaltung digitaler Medien und Kommunikation. Sie dokumentieren die Ergebnisse ihrer Projektarbeiten und präsentieren und begründen ihre zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags als Projektabschluss.</p> <p>Die zur Auswahl stehenden Wahlpflichtmodule werden den Studierenden rechtzeitig in den Veranstaltungsankündigungen des Departments bekannt gegeben.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul vertiefen die Studierenden gestalterische Innovationsfähigkeiten für ihr praktisches Bezugsfeld.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Projektleistung. Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</p>
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LV7.1: Wahlpflichtmodul I</li> </ul>
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Projektstudien im Sinne des forschenden Lernens. Im Rahmen eines oder mehrerer miteinander vernetzter Projekte erarbeiten die Studierenden innovative Ansätze der Gestaltung digitaler Medien und Kommunikation.
Literatur	Die Literatur ist abhängig vom thematischen Semesterschwerpunkt des Wahlpflichtmoduls zu Beginn des Semesters im EMIL-Raum bekannt gegeben.

Modul <b>Modul 8: Wahlpflichtmodul II</b>	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	3. Fachsemester / 1 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Verantwortliche für die Wahlpflichtmodule (mit Schwerpunkt) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prof. Dr. Martin Gennis (Informations- und Kommunikationstechnik)</li> <li>• Prof. Dr. Hardy Gundlach (Medienökonomie und -management)</li> <li>• Prof. Dr. Hanna Klimpe (Digitale Medienkonzeption und -produktion)</li> <li>• Prof. Dr. Wolfgang Swoboda (Digitale Öffentlichkeiten)</li> <li>• N.N. (Datenanalyse für digitale Medien)</li> <li>• N.N. (Datenvisualisierung)</li> </ul>
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	15 LP, 12 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	450 Std. davon 216 Std. Präsenz- und 234 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	Erfolgreicher Abschluss der Module M1 bis M6 (Grundlagenmodule)
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p><b>Die Studierenden können digitale Medien und Kommunikation verantwortungsbewusst und adressatengerecht gestalten, indem sie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis konzipieren und produzieren, oder auch</li> <li>• digitale Öffentlichkeiten vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis analysieren und reflektieren sowie die Erkenntnisse in einen Gestaltungsprozess für öffentliche Kommunikation überführen, oder auch</li> <li>• innovative Informations- und Kommunikationstechniken vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis einsetzen, oder auch</li> <li>• digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Medienökonomie und dem Medienmanagement konzipieren und produzieren, oder auch</li> <li>• digitale Medien mit den Verfahren der Datenanalyse und des Data Mining vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis konzipieren und produzieren, oder auch</li> <li>• Datenvisualisierungstechniken für digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis einsetzen, um einen methodisch vielschichtigen, spezialisierten Zugang zur Bewältigung von Praxisproblemen zu entwickeln.</li> </ul>
Inhalte des Moduls	<p><b>LV8.1: Wahlpflichtmodul Schwerpunkt II</b></p> <p>Die Studierenden wählen aus einem der nachfolgenden Spezialisierungsfelder als Schwerpunkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitale Medienkonzeption und -produktion</li> <li>• Digitale Öffentlichkeiten</li> <li>• Informations- und Kommunikationstechnik</li> <li>• Medienökonomie und -management</li> <li>• Datenanalyse für digitale Medien</li> <li>• Datenvisualisierung</li> </ul>

	<p>Die Studierenden können Prozesse und Strukturen in der Medien- und Kommunikationswirtschaft implementieren und Digital-Produkte entwickeln und distribuieren, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• neue Formate digitaler Medieninhalte sowie audiovisuelle und interaktive Darstellungsformen zur transmedialen Information konzipieren und realisieren und dabei die Wechselwirkung von Distributionskanälen, Formaten und Inhalten zugrunde legen,</li> </ul> <p>um innovative Gestaltungsformate im Rahmen o. g. Schwerpunkte zu etablieren und damit Zielgruppen überprüfbar zu erreichen.</p> <p>Sie bearbeiten entweder in Einzelarbeit oder in Teams ein Projekt mit einem inhaltlichen Schwerpunkt aus den o. g. Bereichen der Gestaltung digitaler Medien und Kommunikation. Sie dokumentieren die Ergebnisse ihrer Projektarbeiten und präsentieren und begründen ihre zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags als Projektabschluss.</p> <p>Die zur Auswahl stehenden Wahlpflichtmodule werden den Studierenden rechtzeitig in den Veranstaltungsankündigungen des Departments bekannt gegeben.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul vertiefen die Studierenden gestalterische Innovationsfähigkeiten für ihr praktisches Bezugsfeld.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Projektleistung. Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</p>
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LV8.1: Wahlpflichtmodul Schwerpunkt II</li> </ul>
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Projektstudien im Sinne des forschenden Lernens. Im Rahmen eines oder mehrerer miteinander vernetzter Projekte erarbeiten die Studierenden innovative Ansätze der Gestaltung digitaler Medien und Kommunikation.
Literatur	Die Literatur ist abhängig vom thematischen Semesterschwerpunkt des Wahlpflichtmoduls zu Beginn des Semesters im EMIL-Raum bekannt gegeben.

Modul <b>Modul 9: Wahlpflichtmodul III</b>	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	5. Fachsemester / 1 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Verantwortliche für die Wahlpflichtmodule (mit Schwerpunkt) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prof. Dr. Martin Gennis (Informations- und Kommunikationstechnik)</li> <li>• Prof. Dr. Hardy Gundlach (Medienökonomie und -management)</li> <li>• Prof. Dr. Hanna Klimpe (Digitale Medienkonzeption und -produktion)</li> <li>• Prof. Dr. Wolfgang Swoboda (Digitale Öffentlichkeiten)</li> <li>• N.N. (Datenanalyse für digitale Medien)</li> <li>• N.N. (Datenvisualisierung)</li> </ul>
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	15 LP, 12 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	450 Std. davon 216 Std. Präsenz- und 234 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	Erfolgreicher Abschluss der Module M1 bis M6 (Grundlagenmodule)
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p><b>Die Studierenden können digitale Medien und Kommunikation verantwortungsbewusst und adressatengerecht gestalten, indem sie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis konzipieren und produzieren, oder auch</li> <li>• digitale Öffentlichkeiten vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis analysieren und reflektieren sowie die Erkenntnisse in einen Gestaltungsprozess für öffentliche Kommunikation überführen, oder auch</li> <li>• innovative Informations- und Kommunikationstechniken vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis einsetzen, oder auch</li> <li>• digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Medienökonomie und dem Medienmanagement konzipieren und produzieren, oder auch</li> <li>• digitale Medien mit den Verfahren der Datenanalyse und des Data Mining vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis konzipieren und produzieren, oder auch</li> <li>• Datenvisualisierungstechniken für digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis einsetzen, um einen methodisch vielschichtigen, spezialisierten Zugang zur Bewältigung von Praxisproblemen zu entwickeln.</li> </ul>
Inhalte des Moduls	<p><b>LV9.1: Wahlpflichtmodul Schwerpunkt III</b></p> <p>Die Studierenden wählen aus einem der nachfolgenden Spezialisierungsfelder als Schwerpunkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Digitale Medienkonzeption und -produktion</li> <li>• Digitale Öffentlichkeiten</li> <li>• Informations- und Kommunikationstechnik</li> <li>• Medienökonomie und -management</li> <li>• Datenanalyse für digitale Medien</li> <li>• Datenvisualisierung</li> </ul>

	<p>Die Studierenden können Prozesse und Strukturen in der Medien- und Kommunikationswirtschaft implementieren und Digital-Produkte entwickeln und distribuieren, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• neue Formate digitaler Medieninhalte sowie audiovisuelle und interaktive Darstellungsformen zur transmedialen Information konzipieren und realisieren und dabei die Wechselwirkung von Distributionskanälen, Formaten und Inhalten zugrunde legen,</li> </ul> <p>um innovative Gestaltungsformate im Rahmen o. g. Schwerpunkte zu etablieren und damit Zielgruppen überprüfbar zu erreichen.</p> <p>Sie bearbeiten entweder in Einzelarbeit oder in Teams ein Projekt mit einem inhaltlichen Schwerpunkt aus den o. g. Bereichen der Gestaltung digitaler Medien und Kommunikation. Sie dokumentieren die Ergebnisse ihrer Projektarbeiten und präsentieren und begründen ihre zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags als Projektabschluss.</p> <p>Die zur Auswahl stehenden Wahlpflichtmodule werden den Studierenden rechtzeitig in den Veranstaltungsankündigungen des Departments bekannt gegeben.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul vertiefen die Studierenden gestalterische Innovationsfähigkeiten für ihr praktisches Bezugsfeld.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Projektleistung. Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</p>
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LV9.1: Wahlpflichtmodul III</li> </ul>
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Projektstudien im Sinne des forschenden Lernens. Im Rahmen eines oder mehrerer miteinander vernetzter Projekte erarbeiten die Studierenden innovative Ansätze der Gestaltung digitaler Medien und Kommunikation.
Literatur	Die Literatur ist abhängig vom thematischen Semesterschwerpunkt des Wahlpflichtmoduls zu Beginn des Semesters im EMIL-Raum bekannt gegeben.

<b>Modul 10: Wahlprojekt</b>	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Wahlpflichtprojekt
Semester / Dauer / Turnus	4. Fachsemester / 1 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Stöcker
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	30 LP, 3 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	900 Std. davon 54 Std. Präsenz- und 846 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	Erfolgreicher Abschluss der Module M1 bis M6 (Grundlagenmodule)
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p><b>Die Studierenden können verantwortungsbewusst und adressatengerecht in digitalen Medien kommunizieren, indem sie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die eigenen Arbeits- und Betriebsabläufe im Berufsalltag der digitalen Medien und Kommunikation in einem Unternehmen oder einer Organisation planen und ihre erworbenen Qualifikationen zielführend einbringen,</li> <li>• ihr Innovationspotential in einer Praxisphase durch Spezialisierung ihrer Interessen identifizieren,</li> </ul> <p>um ihre methodischen Kenntnisse und fachlichen wie sozialen Kompetenzen in zielbewusstes professionelles Handeln umzusetzen.</p>
Inhalte des Moduls	<p><b>LV10.1: Projektorganisation</b></p> <p>Die Studierenden können die in der Praxisphase gesammelten Erkenntnisse und Erfahrungen in Lageberichten und Arbeitsprotokollen reflektieren, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• schwierige Arbeitssituationen und Probleme in der betrieblichen Organisation und Kommunikation objektiv schildern und dafür Lösungen finden sowie vor dem Hintergrund der eigenen Beobachtungen und Erfahrungen Empfehlungen und gegebenenfalls Ratschläge für andere Praktikantinnen und Praktikanten und deren Probleme in den jeweiligen Praktikumsstellen ableiten,</li> </ul> <p>um die eigenen Arbeits- und Betriebsabläufe im Berufsalltag der digitalen Medien und Kommunikation in einem Unternehmen oder einer Organisation zu planen und ihre erworbenen Qualifikationen zielführend einzubringen.</p> <p><b>LV10.2: Praxisphase</b></p> <p>In den Bachelorstudiengängen läuft die Praktikums- und Praxisphase über einen Zeitraum von mindestens 23 Wochen. Die Studierenden können das in der Praxis erworbene Wissen, die methodische Kenntnisse und soziale Kompetenzen in zielbewusstes berufliches Handeln umsetzen, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• komplexere, umfangreiche Arbeitsprojekte zeitlich, organisatorisch und materialbezogen effizient planen und bearbeiten sowie durch die Identifikation von Problemen zu neuen Erkenntnissen finden, die sie in ihrer Bachelorarbeit forschend vertiefen können,</li> </ul> <p>um Innovationspotential in einer Praxisphase durch die Spezialisierung ihrer Interessen zu identifizieren.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul vertiefen die Studierenden ihre zentralen Fachkompetenzen in den Spezialisierungsfeldern und erwerben soziale Kompetenzen für die Berufspraxis.

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Studienleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Hausarbeit. Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"><li>• LV10.1: Projektorganisation (3 SWS)</li><li>• LV10.2: Praxisphase (ohne SWS)</li></ul>
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Praktikum (Praxisphase) und Seminaristischer Unterricht (Inverted Classroom)
Literatur	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bloss, Michael: Mein Praktikum. Bewerben, einsteigen, aufsteigen. Stuttgart: uvk, 2016</li></ul>

Modul <b>Modul 11: Forschung und Entwicklung</b>	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	5. und 6. Fachsemester / 1 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Steffen Burkhardt
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	30 LP, 15 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	900 Std. davon 270 Std. Präsenz- und 720 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	Erfolgreicher Abschluss der Module M1 bis M6 (Grundlagenmodule)
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p><b>Die Studierenden können anwendungsorientierte Lösungen für medien- und kommunikationswissenschaftliche Probleme entwickeln, indem sie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Forschungsprozesse planen und bewerten, theoretische Bezüge aufzeigen, die Möglichkeiten und Grenzen quantitativer und qualitativer Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung kennen sowie diese miteinander kombinieren,</li> </ul> <p>um Phänomene im Bereich Kommunikation und Medien, ihrer Inhalte, Produktion und Rezeption, ihrer Nutzung und Wirkung aus einer wissenschaftlichen Perspektive zu analysieren und in Bezug auf zentrale Forschungsbefunde und Methoden der Kommunikations- und Medienwissenschaften sowie verwandter Fachdisziplinen einzuordnen.</p>
Inhalte des Moduls	<p><b>LV11.1 Medien- und Kommunikationsforschung</b></p> <p>Die Studierenden kennen den vollständigen Ablauf empirischer Medien- und Kommunikationsforschung, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• die Aufgaben für Forscherinnen und Forscher im Entdeckungszusammenhang, Bewertungszusammenhang und Verwertungszusammenhang einer Untersuchung ergebnisorientiert strukturieren,</li> </ul> <p>um Forschungsprozesse zu planen und zu bewerten, theoretische Bezüge aufzuzeigen, die Möglichkeiten und Grenzen quantitativer und qualitativer Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung sowie verwandter Fachdisziplinen begründet einzusetzen sowie diese miteinander im Sinne der Aussagekraft zu kombinieren.</p> <p><b>LV11.2 Forschungskolloquium</b></p> <p>Die Studierenden können gesellschaftlich relevante Probleme in den Kontexten digitaler Medien und Kommunikation identifizieren, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ihr Berufsfeld und die Gesellschaft reflektieren, Herausforderungen durch digitale Veränderungsprozesse antizipieren, theoretisch verorten und in ein Forschungskonzept überführen können,</li> </ul> <p>um ein Problem unter Zuhilfenahme der Theorien und Methoden der Medien- und Kommunikationswissenschaften oder auch verwandter Fachdisziplinen zu analysieren, zu strukturieren, lösungsorientiert zu bearbeiten und die gefundenen Lösungen nachvollziehbar darzustellen.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul erwerben die Studierenden zentrale Kompetenzen zur Bearbeitung der Bachelorarbeit.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Referat von 15 bis 45 Minuten Dauer auf Grundlage einer selbst gefertigten schriftlichen Ausarbeitung. In der schriftlichen Ausarbeitung sind die wichtigsten Ergebnisse zusammenzufassen, im Vortrag sind diese in freier Rede darzustellen und in der anschließenden Diskussion zu vertreten. Weitere mögliche Prüfungsform:

	Hausarbeit. Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"><li>• LV11.1: Medien- und Kommunikationsforschung (10 SWS)</li><li>• LV11.2: Forschungskolloquium (5 SWS)</li></ul>
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Übung und Kolloquium: Selbststudium von Fachliteratur (Inverted Classroom), Darstellung und Vermittlung von wissenschaftlichen Grund- und Spezialkenntnissen und Methoden, Referate oder andere Eigenbeiträge der Studierenden, forschendes Lernen mit Vorträgen zu einzelnen Forschungsthemen und anschließenden Diskussionen
Literatur	<ul style="list-style-type: none"><li>• Brosius, Hans-Bernd/Koschel, Friederike/Haas, Alexander: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Wiesbaden: Springer VS, 2016</li></ul>

Modul <b>Modul 12: Bachelorarbeit</b>	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	6. Fachsemester / 1 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Steffen Burkhardt
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	12 LP, 0 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	360 Std. davon 0 Std. Präsenz- und 360 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	Erfolgreicher Abschluss der Module M1 bis M11
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p><b>Die Studierenden sind in der Lage, Probleme digitaler Medien und Kommunikation selbstständig unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse zu bearbeiten und in ihre fächerübergreifenden Zusammenhänge einzuordnen, indem sie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ihre bisherigen wissenschaftlichen Kenntnisse unter Zuhilfenahme der Theorien und Methoden der Medien- und Kommunikationswissenschaften oder auch verwandter Fachdisziplinen selbstgesteuert in allen Schritten eines Forschungsprozesses umsetzen, um einen originären Beitrag zur Diskussion von Theorie und Praxis der digitalen Medien und Kommunikation zu leisten.</li> </ul>
Inhalte des Moduls	<p><b>LV12.1: Bachelorarbeit</b></p> <p>Die Themen der Bachelorarbeit werden von den Studierenden selbst in enger beratender Zusammenarbeit mit einem Betreuer bzw. einer Betreuerin entwickelt.</p> <p>Die Bachelorarbeit berücksichtigt die Standards wissenschaftlichen Arbeitens und umfasst mindestens folgende Elemente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Einleitung (konkretes Problem und wissenschaftliche Fragestellung)</li> <li>Forschungsstand (systematische und umfassende Darstellung relevanter theoretischer Bezüge, wesentlicher Forschungsergebnisse, Definition der zentralen Begriffe)</li> <li>Hypothesen, Konzeption der Untersuchung (Wahl der Methode, Messung und Untersuchungsanlage) und Indikatoren</li> <li>Darstellung der Ergebnisse der Datenerhebung</li> <li>Diskussion und kritische Reflexion der Methodik und der Ergebnisse (mit Schlussfolgerung: Was ist der neue Stand der Forschung unter Berücksichtigung der Ergebnisse?) und Forschungsausblick (Anregung für weitere Studien)</li> <li>Literaturverzeichnis</li> </ul>
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul vertiefen die Studierenden zentrale Forschungskompetenzen.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung, regelhafte Prüfungsform: Bachelorarbeit
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>LV12.1: Bachelorarbeit (keine SWS)</li> </ul>
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Forschendes Lernen
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brosius, Hans-Bernd/Koschel, Friederike/Haas, Alexander: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Wiesbaden: Springer VS, 2016</li> </ul>

Weitere Literatur wird forschungsthemenbezogen von den Studierenden recherchiert.