

Modulhandbuch  
Studiengang  
Medienentwicklung  
(M.A.)

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Werkstatt / Labor I</b>
Code	<b>Modul 1</b>
Studiengang/ Verwendbarkeit	MA Medienentwicklung / Pflichtmodul
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher Prof. Dr. Peter Seeger Prof. Dr. Carlo-Michael Sommer
Dauer	1 Semester
Credits <sup>1</sup>	17,5
Prüfungsart	Lernportfolio (Kernelemente: Zielvereinbarung, Dokumentation, Reflexion der Tätigkeit und des Lernerfolges)
Sprache	Deutsch, Englisch (Quellen)
Inhalt	Im Labor werden modellhaft wissenschaftliche Fragestellungen in kleinen Forschungs- und Entwicklungsprojekten unter engmaschiger Betreuung von Lehrenden durchgeführt. Die Auswahl der Projekte orientiert sich an den individuellen Herkunftsprofilen und Zielorientierungen der Studierenden und wird in Absprache mit den Lehrenden vorgenommen.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden sind in der Lage, markt- und branchenrelevante Fragestellungen im Bereich von Medien und Kommunikation zu identifizieren <u>Fertigkeiten:</u> Sie vermögen diese Fragestellungen wissenschaftlich zu reformulieren und in konkrete Forschungsprojekte zu überführen. <u>Kompetenzen:</u> Sie beherrschen aus eigener praktischer Erfahrung Verfahren zur Konzeption neuer Medienformate und deren Vermarktung.
Niveaustufe / Level	<u>Intermediate Level Course</u>
Lehrform/SWS	Werkstatt und Labor (8 SWS, Gruppengröße: 20) verstehen sich als offene Arbeitsumgebung, in der ein(e) Lehrende(r) oder mehrere Lehrende regelmäßig zur Verfügung stehen, um die studentischen Teilprojekte unter verschiedenen Gesichtspunkten anzuleiten und zu betreuen. Die

<sup>1</sup> 1 CP entspricht einer Arbeitsbelastung von 25 bis maximal 30 Stunden.

	Unterrichtsform richtet sich dabei nach dem Charakter der Einzelprojekte und kann sowohl angeleitete Gruppenarbeit als auch Plenarformate umfassen.
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	438 bis 525 Arbeitsstunden
Units (Einheiten)	n.a.
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Häufigkeit des Angebots	nur im Wintersemester
Anerkannte Module	keine
Medienformen	E-Learning-Plattform, Social-Media-Werkzeuge (z.B. Wikis), multimediale Präsentationsformen
Literatur	Aktuelle, projektbezogene Literatur

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Einführung in die Medienforschung</b>
Code	<b>Modul 2</b>
Studiengang/ Verwendbarkeit	MA Medienentwicklung / Pflichtmodul
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Peter Schumacher
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher
Dauer	1 Semester
Credits	5
Prüfungsart	Klausur, Hausarbeit und/oder Projektbericht
Sprache	Deutsch
Inhalt	Das Modul gibt einen Überblick über Methoden, Theorien und Anwendungsfelder der Kommunikations- und Medienforschung.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die Kriterien wissenschaftlichen Arbeitens und grundlegende Methoden der qualitativen und quantitativen Kommunikations- und Medienforschung, zum Beispiel unterschiedliche Befragungsmethoden und Inhaltsanalysen. Sie kennen die Anwendungsfelder und theoretischen Bezüge.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden sind in der Lage, Forschungsfragen zu entwickeln, den Forschungsstand zu erarbeiten und passende Methoden zur Datenerhebung und -analyse auszuwählen und anzuwenden.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden können alleine oder in kleinen Teams überschaubare Forschungsaufgaben planen, durchführen und wissenschaftlich korrekt dokumentieren. Sie sind in der Lage, ihr methodisches Vorgehen und die Ergebnisse kritisch einzuordnen und dabei insbesondere den Anwendungsbezug zu bewerten.</p>
Niveaustufe / Level	<u>Basic Level Course:</u> Modul zur Einführung in das Basiswissen eines Gebiets
Lehrform/SWS	2 SWS als Vorlesung oder Seminar (Gruppengröße: 20) 2 SWS als Übung (Gruppengröße: 20)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	Workload: 125 bis 150 Stunden Anteil außerfachlicher Kompetenzen: 10 Stunden

Units (Einheiten)	Unit 1: Vorlesung/Seminar „Einführung in die Kommunikations- und Medienforschung“ Unit 2: Übung „Empirische Kommunikations- und Medienforschung“
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Modul mit Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens
Häufigkeit des Angebots	nur im Wintersemester
Anerkannte Module	keine
Medienformen	E-Learning-Plattform, Social-Media-Werkzeuge (z.B. Wikis), multimediale Präsentationsformen
Literatur	Brosius, Hans-Bernd/ Koschel, Friederike / Haas, Alexander: <i>Methoden der empirischen Kommunikationsforschung: Eine Einführung</i> . 5. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag 2008 Rössler, Patrick: <i>Inhaltsanalyse</i> . 1. Aufl. UTB 2005 Scheufele, Bertram/Engelmann, Ines: <i>Empirische Kommunikationsforschung</i> . 1. Aufl. UTB, Stuttgart 2009. Scholl, Armin: <i>Die Befragung</i> . 2. Aufl. UVK 2009

## Unit 1

<b>Unitbezeichnung</b>	<b>Einführung in die Kommunikations- und Medienforschung</b>
Code	
Modulbezeichnung	<b>Medienforschung</b>
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher
Bewertung	differenziert
Sprache	Deutsch
Inhalt	Die Veranstaltung bietet einen kompakten Überblick über Forschungsfelder, Theorien und Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung. Dabei werden unterschiedliche Perspektiven qualitativer und quantitativer Forschung

	berücksichtigt und an Beispielen ausgeführt.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen die Forschungsfelder der Medien- und Kommunikationswissenschaft, insbesondere in ihren angewandten Bezügen. Sie haben Orientierungswissen über Forschungsrichtungen und unterschiedliche Methoden.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können Methoden auf Forschungsfragen beziehen und ihren Aufwand und Nutzen bewerten.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, sich in Fragen und Probleme der angewandten Medien- und Kommunikationsforschung wissenschaftlich angemessen einzuarbeiten und aktuelle Forschungsergebnisse einzuordnen.</p>
Lehrform/SWS	Vorlesung oder Seminar; auch als Ringvorlesung möglich. Anteil der Präsenzzeit: 2 SWS (Gruppengröße: 20)
Arbeitsaufwand/Workload	63 bis 75 Stunden
Anteil Präsenzzeit	36 Stunden
Anteil Prüfungszeit inklusive Prüfungsvorbereitung	10 Stunden
Anteil Selbststudium	29 Stunden)
Literatur	s. Modulbeschreibung

## Unit 2

<b>Unitbezeichnung</b>	<b>Empirische Kommunikations- und Medienforschung</b>
Code	
Modulbezeichnung	<b>Medienforschung</b>
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher
Bewertung	differenziert
Sprache	Deutsch
Inhalt	Die Übung vertieft die Kenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen in der empirischen Medienforschung. Ausgewählte Methoden und ihre Anwendung werden an Beispielen erarbeitet und in eigenen Forschungsprojekten umgesetzt.

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen ausgewählte Methoden der empirischen Kommunikations- und Medienforschung und ihre Anwendungsmöglichkeiten.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können zu beispielhaften Forschungsfragen angemessene Methoden auswählen und umsetzen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, ausgewählte Forschungsfragen in den Kontext aktueller wissenschaftlicher Befunde einzuordnen und Anwendungsbezüge zu erkennen und zu bewerten. Sie können empirische Forschungsprojekte konzipieren, Daten erheben, auswerten und nach wissenschaftlichen Standards dokumentieren und präsentieren.</p>
<p>Lehrform/SWS</p>	<p>Vorlesung oder Seminar; auch als Ringvorlesung möglich. Anteil der Präsenzzeit: 2 SWS (Gruppengröße: 20)</p>
<p>Arbeitsaufwand/Workload</p>	<p>63 bis 75 Stunden</p>
<p>Anteil Präsenzzeit</p>	<p>36 Stunden</p>
<p>Anteil Prüfungszeit inklusive Prüfungsvorbereitung</p>	<p>10 Stunden</p>
<p>Anteil Selbststudium</p>	<p>29 Stunden</p>
<p>Literatur</p>	<p>s. Modulbeschreibung</p>

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Themenentwicklung I und II (Konzepte für Medieninhalte und publizistische Profilierungsstrategien)</b>
Code	<b>Modul 3 - SuK<sup>2</sup></b>
Studiengang/ Verwendbarkeit	MA Medienentwicklung / Pflichtmodul
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Peter Seeger (GS/SuK) / Prof. Dr. Annette Leßmöllmann (MD)
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher Prof. Dr. Peter Seeger Prof. Dr. Carlo-Michael Sommer
Dauer	2 Semester
Credits	5
Prüfungsart	Teilleistungen (oder äquivalente Leistungen): Kurzbericht zur Medien-/Themenbeobachtung, Exposé (Konzeptskizze zu einem Zukunftsthema und zu Publikationsstrategien)
Sprache	Deutsch, Englisch (Quellen)
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beobachtung und Evaluation von Medienthemen und strukturellen gesellschaftlichen Veränderungen</li> <li>• kreative und strategische Formen der Themenentwicklung</li> <li>• Strategien zur Recherche von neuen Themen- und Wissensbereichen, etwa durch die Beobachtung und Auswertung der Forschungslandschaft</li> <li>• innovative Recherchestrategien (z.B. Datenjournalismus)</li> <li>• exemplarische Erschließung von Zukunftsthemen.</li> </ul> <p>Zukunftsthemen, aus denen in jedem Semester <b>ein exemplarisches Thema</b> ausgewählt wird, sind <b>zum Beispiel:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltige Entwicklung</li> <li>• Bürgergesellschaft, Partizipation und Öffentlichkeit</li> <li>• Alltag, Gesundheit und Lebensqualität.</li> </ul> <p>Es handelt sich um Querschnittsthemen, die exemplarisch und journalistisch ressortübergreifend, wissenschaftlich interdisziplinär und zugleich möglichst lebensnah für einzelne</p>

<sup>2</sup> Sozial- und Kulturwissenschaftliches Begleitstudium der h\_da, s. <http://www.suk.h-da.de/>

	Zielgruppen erschlossen werden sollen. Nachhaltige Entwicklung und Lebensqualität z.B. umfassen gesellschaftspolitische, sozioökonomische, technisch-naturwissenschaftliche und kulturelle Aspekte.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden können eine kontinuierliche und professionelle Medienbeobachtung inhaltlich und methodisch durchführen, außerdem zukunftsweisende Medienthemen identifizieren, recherchieren und deren wissenschaftliche Hintergründe erschließen (Themenradar).</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, Zukunftsthemen und Konzepte für neue Themen- und Medienformate bzw. Publikationsstrategien zu entwickeln.</p>
Niveaustufe / Level	<u>Advanced Level Course</u>
Lehrform/SWS	2 seminaristische Lehrveranstaltungen von je 2 SWS (Gruppengröße: 20) mit einem Schwerpunktthema
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	125 - 150 Stunden
Units (Einheiten)	keine
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Anerkannte Module	keine
Medienformen	E-Learning-Plattform, Social-Media-Werkzeuge (z.B. Wikis), multimediale Präsentationsformen
Literatur	<p>Eberwein, Tobias/ Müller, Daniel (Hg.): <i>Journalismus und Öffentlichkeit. Eine Profession und ihr gesellschaftlicher Auftrag</i>. Wiesbaden: VS-Verlag 2010</p> <p>Behmer, Markus/ Blöbaum, Bernd/Scholl, Armin/Stöber, Rudolf (Hg.): <i>Journalismus im Wandel</i>. Wiesbaden, VS-Verlag 2005</p> <p>Jakubetz, Christian/ Langer, Ulrike/Hohlfeld, Ralf (Hg.): <i>Universalcode. Journalismus im digitalen Zeitalter</i>. Euryclia, 2011.</p> <p>Grunwald, Armin/ Kopfmüller, Jürgen: <i>Nachhaltigkeit</i>.</p>

Frankfurt/M: Campus 2006.

Imhof, Kurt: *Die Krise der Öffentlichkeit. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels*. Frankfurt/M.: Campus 2011.

Stern, Nicholas: *Der Global Deal. Wie wir dem Klimawandel begegnen und ein neues Zeitalter von Wachstum und Wohlstand schaffen*. München: Beck 2009 (Original: A Blue-print for a Safer Planet).

Weizsäcker von, Ernst-Ulrich/ Hargroves, Karlson/ Smith, Michael: *Faktor Fünf. Die Formel für nachhaltiges Wachstum*. München: Droemer/Knauer 2009

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Wahlpflicht I und II</b>
Code	<b>Modul 4</b>
Studiengang/ Verwendbarkeit	MA Medienentwicklung Informationswissenschaft, Media Direction (FB Media)
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Friederike Herrmann
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher Prof. Dr. Peter Seeger Prof. Dr. Carlo-Michael Sommer Und weitere Dozenten aus dem FB Media
Dauer	2 Semester
Credits	10
Prüfungsart	Teilleistungen: Klausur, Hausarbeit, mündliche Prüfung, Präsentation
Sprache	Deutsch, ggf. Englisch
Inhalt	Das Wahlpflichtmodul bietet Wissen und Fertigkeiten aus den Bereichen Medienpraxis und Redaktionsorganisation. Dies soll sowohl eine individuelle Schwerpunktsetzung und Profilbildung ermöglichen als auch die Möglichkeit bieten, aktuellen Entwicklungen in Forschung und Berufsfeld unmittelbar Rechnung zu tragen.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen neue Entwicklungen in der Berufspraxis und können sie anwendungsorientiert umsetzen. <u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden vertiefen ihre medienpraktischen Fähigkeiten und erweitern diese um neue Anwendungsfelder.
Niveaustufe / Level	<u>Advanced Level Course:</u> Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz
Lehrform/SWS	Insgesamt 8 SWS, möglich sind Vorlesung, Übung, Seminar (Gruppengröße jeweils 20)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	250 bis 300 Stunden
Units (Einheiten)	Unit 1: Beratung und Moderation, Coaching Unit 2: Redaktionsmanagement

	Unit 3: Neue Medienformate Unit 4: Textentwicklung Unit 5: Audio und Video Unit 6: Sachbuch Unit 7: Leadership Coaching Unit 8: Innovative Games Details zu den Units werden unten gesondert beschrieben.
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	keine
Häufigkeit des Angebots	Optionen: in jedem Semester
Anerkannte Module	keine
Medienformen	E-Learning-Plattform, Social-Media-Werkzeuge (z.B. Wikis), multimediale Präsentationsformen
Literatur	aktuelle Veröffentlichungen werden in der Veranstaltung bekannt gegeben

## Unit 1

<b>Unitbezeichnung</b>	<b>Beratung und Moderation, Coaching</b>
Code	
Modulbezeichnung	<b>Wahlpflicht I und II</b>
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher
Bewertung	differenziert
Sprache	Deutsch
Inhalt	Beratung, Moderation, Coaching
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen ausgewählte Methoden und Modelle zu den Themen Beratung, Moderation und Coaching.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden sind in der Lage, Aufgaben für Beratung, Moderation und Coaching insbesondere im Medienbereich zu analysieren. Sie können ausgewählte Methoden den Aufgaben angemessen anwenden.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden können abgrenzbare</p>

	Kommunikations- und Beratungsaufgaben im Medioumfeld eigenständig bearbeiten. Dabei sind sie in der Lage, ihre eigene Rolle und ihr eigenes Handeln als Berater, Moderator oder Coach kritisch zu reflektieren.
Lehrform/SWS	Seminar oder Übung; Anteil der Präsenzzeit: 2 SWS (Gruppengröße: 20)
Arbeitsaufwand/Workload	63 bis 75 Stunden
Anteil Präsenzzeit	32 oder 36 Stunden (Sommer-/Wintersemester)
Anteil Prüfungszeit inklusive Prüfungsvorbereitung	10 Stunden
Anteil Selbststudium	33 oder 29 Stunden (Sommer-/Wintersemester)
Literatur	Aktuelle Veröffentlichungen

## Unit 2

<b>Unitbezeichnung</b>	<b>Redaktionsmanagement</b>
Code	
Modulbezeichnung	<b>Wahlpflicht I und II</b>
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher
Bewertung	differenziert
Sprache	Deutsch
Inhalt	Redaktionsmanagement
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen aktuelle Modelle der Redaktionsorganisation und des Redaktionsmanagements. Sie sind mit den Unterschieden zwischen Ablauf- und Aufbauorganisation vertraut und können diese auf unterschiedliche Medientypen beziehen. Sie kennen Verfahren zur redaktionellen Qualitätssicherung.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden sind in der Lage, redaktionelle Organisationsmodelle einzuordnen und ihre Vor- und Nachteile für die Produktion in unterschiedlichen Mediengattungen zu erkennen. Sie können Innovationspotenziale erkennen und Ansätze zum organisatorischen Wandel entwickeln.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden können aktuelle Diskussionen um die Arbeitsorganisation in Redaktionen einordnen und</p>

	bewerten. Sie können beispielhaft Abläufe in Redaktionen analysieren und Optimierungspotenziale erheben. Die sich wandelnden Arbeitsbedingungen im Journalismus können sie auf das Berufsbild, die journalistischen Organisationen und die gesellschaftlichen Aufgaben des Journalismus beziehen.
Lehrform/SWS	Seminar oder Übung; Anteil der Präsenzzeit: 2 SWS (Gruppengröße: 20)
Arbeitsaufwand/Workload	63 bis 75 Stunden
Anteil Präsenzzeit	32 oder 36 Stunden (Sommer-/Wintersemester)
Anteil Prüfungszeit inklusive Prüfungsvorbereitung	10 Stunden
Anteil Selbststudium	33 oder 29 Stunden (Sommer-/Wintersemester)
Literatur	Meier, Klaus: <i>Journalistik</i> . Konstanz: UVK 2007 Grüner, Ulf/ Sauer, Christian: <i>Qualitätsmanagement in Redaktionen</i> . Norderstedt: BoD 2011

### Unit 3

<b>Unitbezeichnung</b>	<b>Neue Medienformate</b>
Code	
Modulbezeichnung	<b>Wahlpflicht</b>
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher
Bewertung	differenziert
Sprache	Deutsch
Inhalt	Die Seminarveranstaltung greift aktuelle Entwicklungen im Journalismus und Corporate Publishing auf und präsentiert aktuelle Forschungsergebnisse, Reflexionen und Techniken zum Einsatz innovativer Medienformate.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden erarbeiten sich eine fundierte Kenntnis des ‚state of the art‘ in aktuellen Medienformaten. Sie wissen, wie laufende Entwicklungen professionell und wissenschaftlich reflektiert und bewertet werden. <u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, eine qualifizierte Einschätzung über mögliche Erfolgsaussichten aktueller Medientrends zu erarbeiten. Sie können sich dabei

	angemessener wissenschaftlicher Methoden bedienen (Grounded Theory, Szenario-Analyse etc.)
Lehrform/SWS	Vorlesung oder Seminar; Anteil der Präsenzzeit: 2 SWS (Gruppengröße: 20)
Arbeitsaufwand/Workload	63 bis 75 Stunden
Anteil Präsenzzeit	32 oder 36 Stunden (Sommer-/Wintersemester)
Anteil Prüfungszeit inklusive Prüfungsvorbereitung	10 Stunden
Anteil Selbststudium	33 oder 29 Stunden (Sommer-/Wintersemester)
Literatur	Aktuelle Veröffentlichungen

#### Unit 4

Unitbezeichnung	Textentwicklung
Code	
Modulbezeichnung	<b>Wahlpflicht I und II</b>
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher
Bewertung	differenziert
Sprache	Deutsch
Inhalt	Das Seminar vermittelt Kenntnisse über Forschungsergebnisse zu Medientexten (z.B. Verständlichkeit, narrativer Journalismus, Online-Rezeption, Schreibstrategien). Die Studierenden entwickeln auf dieser Grundlage Schreib- und Coachingstrategien, Textkonzepte und ggf. neue Formate.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen aktuelle Forschungsergebnisse und Methoden aus den Bereichen Medientexte und Schreiben.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden sind in der Lage, redaktionelle Texte und Schreibprozesse zu analysieren. Sie können Verbesserungsvorschläge für Produkte und Prozesse entwickeln und umsetzen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden verbessern ihre Schreibkompetenz und vertiefen ihre Fähigkeit zur Analyse redaktioneller Produkte und Abläufe.</p>

Lehrform/SWS	Seminar oder Übung; Anteil der Präsenzzeit: 2 SWS (Gruppengröße: 20)
Arbeitsaufwand/Workload	63 bis 75 Stunden
Anteil Präsenzzeit	32 oder 36 Stunden (Sommer-/Wintersemester)
Anteil Prüfungszeit inklusive Prüfungsvorbereitung	10 Stunden
Anteil Selbststudium	33 oder 29 Stunden (Sommer-/Wintersemester)
Literatur	Perrin, Daniel: <i>Medienlinguistik</i> . Stuttgart: UTB 2011  Herrmann, Friederike: Verständlichkeit. In: <i>Historisches Wörterbuch der Rhetorik</i> . Band 9. Hrsg. V. Gert Ueding. Tübingen: Max Niemeyer Verlag 2009, S.1093-1102  Herrmann, Friederike (Hrsg.): <i>Unter Druck. Die journalistische Textwerkstatt. Erfahrungen, Analysen, Übungen</i> . Wiesbaden: VS-Verlag 2006

## Unit 5

<b>Unitbezeichnung</b>	<b>Audio und Video</b>
Code	
Modulbezeichnung	<b>Wahlpflicht I und II</b>
Dozent(in)	N.N. (Lehrauftrag)
Bewertung	differenziert
Sprache	Deutsch
Inhalt	Im Seminar vertiefen die Studierenden den Umgang mit Bewegtbild- und Hörformaten. Sie trainieren das crossmediale Denken und das Aufbereiten von Themen in unterschiedlichen Kanälen.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<u>Kenntnisse</u> : Die Studierenden kennen zwei Ausspielkanäle und deren unterschiedliche Eignung für die mediale Aufbereitung. <u>Fertigkeiten</u> : Sie können mit Audio- und Videoproduktionen umgehen. <u>Kompetenzen</u> : Sie vertiefen ihre medienpraktischen und crossmedialen Fähigkeiten.
Lehrform/SWS	Seminar, 2 SWS (Gruppengröße: 20)
Arbeitsaufwand/Workload	63 bis 75 Stunden
Anteil Präsenzzeit	32 oder 36 Stunden (Sommer-/Wintersemester)

Anteil Prüfungszeit inklusive Prüfungsvorbereitung	10 Stunden
Anteil Selbststudium	33 oder 29 Stunden (Sommer-/Wintersemester)
Literatur	Klimsa, Paul/ Krömker, Heidi: <i>Handbuch Medienproduktion</i> . Wiesbaden: VS Verlag 2005 Raderath, Detlef/ Neumann, Christian: <i>Streaming Media: Produktion und Broadcasting von Audio- und Video-Content im Web</i> . Edition Page 2001

## Unit 6

<b>Unitbezeichnung</b>	<b>Das Sachbuch</b>
Code	
Modulbezeichnung	<b>Wahlpflicht I und II</b>
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann
Bewertung	differenziert
Sprache	Deutsch, Englisch
Inhalt	Im Seminar lernen die Studierenden die Sachbuchlandschaft als publizistisches Betätigungsfeld kennen und erarbeiten sich entsprechendes thematisches, textliches und ökonomisches Wissen. Auf dieser Basis entwerfen sie Konzepte für erfolgversprechende Sachbuchprojekte.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen das publizistische und verlegerische Umfeld im Bereich Sachbuch. <u>Fertigkeiten:</u> Sie können Qualität und Typus eines Sachbuchs fundiert beurteilen und qualifizierte eigene Konzepte erstellen. <u>Kompetenzen:</u> Sie erweitern ihre Kenntnis der Medienlandschaft und vertiefen ihre medienpraktischen Fähigkeiten.
Lehrform/SWS	Seminar, 2 SWS (Gruppengröße: 20)
Arbeitsaufwand/Workload	63 bis 75 Stunden
Anteil Präsenzzeit	32 oder 36 Stunden (Sommer-/Wintersemester)
Anteil Prüfungszeit inklusive Prüfungsvorbereitung	10 Stunden
Anteil Selbststudium	33 oder 29 Stunden (Sommer-/Wintersemester)
Literatur	Porombka, Stephan: <i>Wie man ein (verdammt gutes) Sachbuch schreibt. Non Fiktion 1,1 (2006), 61-82</i>

	Reinhard, Klaus: <i>Vom Wissen zum Buch: Fach- und Sachbücher schreiben. 2., überarbeitete Aufl.</i> Huber 2011
--	---

## Unit 7

<b>Unitbezeichnung</b>	<b>Leadership Coaching (Beispiel für mögliches WP aus Master Informationswissenschaft, vorläufige Beschreibung)</b>
Code	
Modulbezeichnung	<b>Wahlpflicht I und II</b>
Dozent(in)	N.N. (Nachfolge Prof. Dr. Ulrike Steierwald)
Bewertung	differenziert
Sprache	Deutsch
Inhalt	In diesem Fachmodul werden die einschlägigen Themenbereiche der Mitarbeiterführung, Teamentwicklung, Kommunikation, Ablauforganisation, Ergebnisorientierung etc. praxisnah erarbeitet und diskutiert. Im Vordergrund steht ein diese Fähigkeiten trainierendes Coaching..
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen wichtige Zusammenhänge zu Führungsqualität und Teamorganisation.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Kommunikationsgestaltung und Organisation in Führungspositionen</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Qualifikation zu verantwortungsvoller Führung und Leitungskompetenz</p>
Lehrform/SWS	Seminar, 2 SWS (Gruppengröße: 15)
Arbeitsaufwand/Workload	63 bis 75 Stunden
Anteil Präsenzzeit	32 oder 36 Stunden (Sommer-/Wintersemester)
Anteil Prüfungszeit inklusive Prüfungsvorbereitung	10 Stunden
Anteil Selbststudium	33 oder 29 Stunden (Sommer-/Wintersemester)
Literatur	Wird aktuell vom Dozenten bestimmt

## Unit 8

<b>Unitbezeichnung</b>	<b>Innovative Games (Beispiel für mögliches WP aus Master Media Directions, vorläufige Beschreibung)</b>
Code	

Modulbezeichnung	<b>Wahlpflicht I und II</b>
Dozent(in)	N.N.
Bewertung	differenziert
Sprache	Englisch
Inhalt	Experimental games, innovative structures in play, experimental interfaces, interactive sound design, cross platform development, structural, social, creative and technical aspects of multiplayer games, artificial intelligence, agent-systems, group-simulation, acting.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse und Fertigkeiten:</u> The practicals will concentrate on psychological and emotional aspects of gaming. The students will integrate advanced skills in character animation and in the creation of empathy into the development of emotional game play.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> This module encourages learners to investigate innovative approaches to game design outside of the mainstream. It fosters an extended understanding of games and game-play, extending the learners experience beyond the boundaries of day-to-day computer games and exploring the application of games in a range of non-leisure contexts for example, educational, informational, artistic and therapeutic.</p>
Lehrform/SWS	Seminar, 2 SWS (Gruppengröße: 15)
Arbeitsaufwand/Workload	63 bis 75 Stunden
Anteil Präsenzzeit	32 oder 36 Stunden (Sommer-/Wintersemester)
Anteil Prüfungszeit inklusive Prüfungsvorbereitung	10 Stunden
Anteil Selbststudium	33 oder 29 Stunden (Sommer-/Wintersemester)
Literatur	Wird aktuell vom Dozenten bestimmt

Modulbezeichnung	<b>Werkstatt / Labor II</b>
Code	<b>Modul 5</b>
Studiengang/ Verwendbarkeit	MA Medienentwicklung / Pflichtmodul
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher Prof. Dr. Peter Seeger Prof. Dr. Carlo-Michael Sommer
Dauer	1 Semester
Credits	17,5
Prüfungsart	Lernportfolio (Kernelemente: Zielvereinbarung, Dokumentation, Reflexion der Tätigkeit und des Lernerfolges)
Sprache	Deutsch, Englisch (Quellen)
Inhalt	Das Modul knüpft an Modul 1 an und ist dessen Fortsetzung und Vertiefung. Im Labor werden weiterhin modellhaft wissenschaftliche Fragestellungen in kleinen Forschungs- und Entwicklungsprojekten unter engmaschiger Betreuung von Lehrenden durchgeführt. Die Auswahl der Projekte orientiert sich an den individuellen Herkunftsprofilen und Erfahrungen im Modul 1, sowie an den Zielorientierungen der Studierenden, und wird in Absprache mit den Lehrenden vorgenommen.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden sind in der Lage, markt- und branchenrelevante Fragestellungen im Bereich von Medien und Kommunikation zu identifizieren. <u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden vermögen diese Fragestellungen wissenschaftlich zu reformulieren und in konkrete Forschungsprojekte zu überführen. <u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden beherrschen aus eigener praktischer Erfahrung Verfahren zur Konzeption neuer Medienformate und deren Vermarktung.
Niveaustufe / Level	<u>Advanced Level Course</u>
Lehrform/SWS	Werkstatt und Labor (8 SWS, Gruppengröße: 20) verstehen sich als offene Arbeitsumgebung, in der mehrere Lehrende

	regelmäßig zur Verfügung stehen, um die studentischen Teilprojekte unter verschiedenen Gesichtspunkten anzuleiten und zu betreuen. Die Unterrichtsform richtet sich dabei nach dem Charakter der Einzelprojekte und kann sowohl angeleitete Gruppenarbeit als auch Plenarformate umfassen.
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	438 bis 525 Arbeitsstunden
Units (Einheiten)	n.a.
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Modul 1
Häufigkeit des Angebots	nur im Sommersemester
Anerkannte Module	keine
Medienformen	E-Learning-Plattform, Social-Media-Werkzeuge (z.B. Wikis), multimediale Präsentationsformen
Literatur	Aktuelle, projektbezogene Literatur

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Medienanalyse und Medienkonzeption</b>
Code	<b>Modul 6</b>
Studiengang/ Verwendbarkeit	MA Medienentwicklung / Pflichtmodul
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher
Dauer	1 Semester
Credits	5
Prüfungsart	PVL aus den Units als Voraussetzung für die Modulprüfung;  Modulprüfung:  <ol style="list-style-type: none"> <li>1. schriftlich, oder</li> <li>2. mündlich, oder</li> <li>3. in Form einer Präsentation (wie sie in Medienagenturen üblich ist)</li> </ol>
Sprache	Deutsch, Englisch (Quellen)
Inhalt	Das Modul vermittelt vertiefte Kenntnis in zwei komplementär zu einander aufgestellten Bereichen:  <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Empirische Bestandsaufnahme und wissenschaftliche Analyse aktueller Medienentwicklungen</li> <li>2. Konzeption neuer Medienformate und ihrer Geschäftsmodelle, sowie grundlegende Strategien und Techniken des Change Managements</li> </ol>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden sind in der Lage, den aktuellen Medienmarkt und seine Produkte nach wissenschaftlichen Kriterien zu untersuchen und einzelne Formate und Konzepte auf Stärken, Schwächen, Potenziale und kontextuelle Hemmnisse zu analysieren.  <u>Fertigkeiten:</u> Sie wissen, wie man neue Formate marktgerecht konzipiert und diese Konzepte in Medienorganisationen ggf. auch durchsetzt.  <u>Kompetenzen:</u> Sie können Medienorganisationen bei den Herausforderungen eines rapiden Medienwandels beraten und unterstützen.

Niveaustufe / Level	<u>Advanced Level Course</u>
Lehrform/SWS	insgesamt 4 SWS, in zwei Seminaren à 2 SWS (Gruppengröße: 20)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	125 bis 150 Stunden
Units (Einheiten)	Unit 1: Seminar Medienanalyse Unit 2: Seminar Medienkonzeption
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Modul 2
Häufigkeit des Angebots	in jedem Sommersemester
Anerkannte Module	keine
Medienformen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• (gemeinsame) Lektüre wissenschaftlicher Literatur sowie medientheoretischer Beiträge aus dem Internet (Blogs etc.)</li> <li>• seminaristische Unterrichtsformen (Dozentenvorlesung, Referate, Gruppenarbeit,...)</li> </ul>
Literatur	<p>Glötz, Peter / Meyer-Lucht, Robin: <i>Online gegen Print. Zeitung und Zeitschrift im Wandel</i>. UVK Verlag, 2004</p> <p>Quandt, Thorsten / Schweiger, Wolfgang, Hrsg.: <i>Journalismus online – Partizipation oder Profession?</i> VS Verlag 2008</p> <p>Schumacher, Peter: <i>Rezeption als Interaktion: Wahrnehmung und Nutzung multimodaler Darstellungsformen im Online-Journalismus</i>. Nomos Verlag, 2009</p> <p>Lauer, Thomas: <i>Change Management</i>, Springer Verlag, 2010</p>

## Unit 1

<b>Unitbezeichnung</b>	<b>Medienanalyse</b>
Code	
Modulbezeichnung	<b>Medienanalyse und Medienkonzeption</b>
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil

	Prof. Dr. Peter Schumacher
Bewertung	undifferenziert
Sprache	Deutsch, Englisch (Quellen)
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In der seminaristischen Veranstaltung werden bestehende, meist aktuelle Medienformate und ihre Geschäftsmodelle analysiert.</li> <li>• Sie thematisiert darüber hinaus die im Medienwandel entstehenden neuen Rollen und Berufsbilder im Bereich Journalismus und Kommunikation.</li> <li>• Sie reflektiert und bewertet außerdem die durch aktuelle Medienentwicklungen entstandenen neuen Öffentlichkeiten.</li> </ul>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden können sich mit wissenschaftlichen Methoden in einem sich rasch wandelnden Medienmarkt orientieren.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Sie sind in der Lage, aktuelle Strategien und Trends zu analysieren und zu bewerten, diese im Hinblick auf potenzielle Auswirkungen auf die relevanten Berufsfelder einzuschätzen und in einen weiteren gesellschaftlichen Rahmen einzuordnen.</p>
Lehrform/SWS	Seminar; Anteil am Workload des Moduls: 50 Prozent, 2 SWS (Gruppengröße: 20)
Arbeitsaufwand/Workload	63 bis 75 Stunden
Anteil Präsenzzeit	32 Stunden
Anteil Prüfungszeit inklusive Prüfungsvorbereitung	10 Stunden
Anteil Selbststudium	33 Stunden
Literatur	s. Modulbeschreibung

## Unit 2

<b>Unitbezeichnung</b>	<b>Medienkonzeption</b>
Code	
Modulbezeichnung	<b>Medienanalyse und Medienkonzeption</b>
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher
Bewertung	undifferenziert

Sprache	Deutsch, Englisch (Quellen)
Inhalt	In der seminaristischen Veranstaltung geht es um die Vermittlung von Techniken und Darstellungsformen bei der Konzeption neuer Medienformate (z. B. „Wireframes“), sowie um die Entwicklung marktgerechter Geschäftsmodelle (Stichwort: „Businessplan“). Außerdem thematisiert die Veranstaltung neue Formen der Organisation von Medienunternehmen und ein zeitgemäßes Change Management.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<u>Fertigkeiten und Kompetenzen:</u> Die Studierenden sind in der Lage, die Konzeption und Etablierung neuer Medienformate in ihrer gesamten Wertschöpfungskette – von der Idee über die Durchsetzung in der Organisation bis hin zur Einführung und Durchsetzung am Markt professionell zu beherrschen.
Lehrform/SWS	Seminar; Anteil am Workload des Moduls: 50 Prozent, 2 SWS (Gruppengröße: 20)
Arbeitsaufwand/Workload	63 bis 75 Stunden
Anteil Präsenzzeit	32 Stunden
Anteil Prüfungszeit inklusive Prüfungsvorbereitung	10 Stunden
Anteil Selbststudium	33 Stunden
Literatur	s. Modulbeschreibung

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Praktikum, Projekt in Forschung &amp; Entwicklung</b>
Code	<b>Modul 7</b>
Studiengang/ Verwendbarkeit	MA Medienentwicklung / Pflichtmodul
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Thomas Pleil
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher Prof. Dr. Peter Seeger Prof. Dr. Carlo-Michael Sommer
Dauer	1 Semester
Credits	30
Prüfungsart	Individuelle Dokumentation und Reflexion. Praxisphase- bzw. Projektbericht und Präsentation im Begleitseminar. Auswertung von Verlauf und Ergebnis auf wissenschaftlicher Grundlage.
Sprache	Deutsch
Inhalt	Die Studierenden haben Wahlmöglichkeiten: Entweder sie arbeiten an einem Projekt in der Praxis (z.B. Verlag, Kommunikationsabteilung, Agentur) oder sie verfolgen ohne Praxispartner ein eigenes Forschungs- und Entwicklungsprojekt im Institut für Kommunikation und Medien (IKuM) am Fachbereich Media. Alternativ besteht die Möglichkeit eines medienbezogenen Auslandssemesters. Im Begleitseminar werden die Erfahrungen der Praxisphase vorbereitet und reflektiert.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	Bei F&E-Projekt in Praxis oder IKuM: <u>Kenntnisse:</u> Forschungsstand und Fachkenntnisse zum Thema des gewählten Projektes <u>Fertigkeiten:</u> Projektmanagement, Präsentationskompetenz, Kooperation mit anderen Spezialisten <u>Kompetenzen:</u> Anwendung methodischer Kenntnisse  Bei Auslandsstudium: <u>Kenntnisse und Fertigkeiten:</u> Erweiterung des wissenschaftlichen Profils, z.B. durch Kenntnis der Medienlandschaft des Gastlandes, verwendete Methoden etc. <u>Kompetenzen:</u> Interkulturelle Kompetenz

Niveaustufe / Level	<u>Advanced Level Course</u> : Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz
Lehrform/SWS	Praktikum und Begleitseminar (2 SWS, Gruppengröße: 20)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworload	750 – 900 Stunden, davon Begleitseminar à 2 SWS und 63 bis 75 Stunden.
Units (Einheiten)	keine
Notwendige Voraussetzungen	keine
Empfohlene Voraussetzungen	Erfolgreiche Teilnahme an einer Werkstatt, der Einführung in die Medienforschung sowie dem Modul Medienanalyse und Medienkonzeption
Häufigkeit des Angebots	In jedem Semester
Anerkannte Module	keine
Medienformen	Wiki, Präsentationen
Literatur	abhängig von der Aufgabenstellung

<b>Modulbezeichnung</b>	<b>Masterprojekt und Begleitseminar zum Masterprojekt und Kolloquium</b>
Code	<b>Modul 8</b>
Studiengang/ Verwendbarkeit	MA Medienentwicklung / Pflichtmodul
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Peter Schumacher
Dozent(in)	Prof. Dr. Friederike Herrmann Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher Prof. Dr. Peter Seeger Prof. Dr. Carlo-Michael Sommer
Dauer	1 Semester
Credits	30
Prüfungsart	Die Masterarbeit wird gemäß § 23 ABPO Abs. 1 bis 3 bewertet, das Kolloquium gemäß § 23 ABPO Abs. 6 und 7.
Sprache	Deutsch
Inhalt	Die Studierenden bearbeiten eigenständig ein Thema aus dem Bereich Forschung und Entwicklung mit Bezug zu Medien, Journalismus und/oder Kommunikation. Dazu wählen sie angemessene Methoden für die Erhebung und Auswertung von Daten. Masterarbeiten können in Kooperation mit Unternehmen oder Organisationen entstehen. Sie können auch praktische Ergebnisse wie Konzeptionen oder beispielhafte Produktentwicklungen enthalten, sofern deren Entstehung in der Masterarbeit begründet und theoretisch fundiert wird. Im Begleitseminar werden jeweiligen Arbeiten im Verlauf der Bearbeitungsphase vorgestellt und kritisch diskutiert.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden können die für eine wissenschaftliche Abschlussarbeit relevanten Quellen erschließen und bewerten. Sie sind in der Lage, die Ergebnisse ihrer Arbeit nach wissenschaftlichen Standards darzustellen.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden sind in der Lage, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine Aufgabe aus dem Bereich Forschung und Entwicklung entsprechend den Inhalten des Studiengangs eigenständig mit angemessenen sozialwissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Sie haben die Fähigkeit zum gegenseitigen Coaching und können mit konstruktiv-kritischen Einwänden umgehen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden können aktuelle Probleme aus</p>

	dem Themengebiet Medienentwicklung analysieren und zielgerichtet Lösungen erarbeiten und präsentieren.
Niveaustufe / Level	<u>Advanced Level Course</u> : Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz
Lehrform/SWS	2 SWS Seminar (Gruppengröße: 20)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworload	750 – 900 Stunden, davon Begleitseminar à 2 SWS und 63 bis 75 Stunden.
Units (Einheiten)	keine
Notwendige Voraussetzungen	Die Zulassungsvoraussetzung zum Master-Projekt regelt die Prüfungsordnung.
Empfohlene Voraussetzungen	Module 1 bis 6
Häufigkeit des Angebots	In jedem Semester
Anerkannte Module	keine
Medienformen	Wiki, Präsentationen sowie ggf. weitere Projektmanagement-Werkzeuge
Literatur	abhängig von der Aufgabenstellung