

Anlage 5

Modulhandbuch des Studiengangs

Medienentwicklung

Master of Arts

des Fachbereichs Media

der Hochschule Darmstadt – University of Applied Sciences

zuletzt geändert am 8.10.2013

Datum des Fachbereichsratsbeschlusses über die letzte Änderung des Modulhandbuchs

Änderungen gültig ab 1.4.2014

Beginn des auf den Beschluss folgenden Semesters

zugehörige BBPO veröffentlicht in den Amtlichen Mitteilungen 2013

Modulbezeichnung	Werkstatt / Labor I
Code	Modul 1
Studiengang/ Verwendbarkeit	MA Medienentwicklung / Pflichtmodul
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer
Dozent(in)	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 N.N.
Dauer	1 Semester
Credits ¹	17,5
Prüfungsart	Die Bewertung erfolgt anhand einer Prüfungsstudienarbeit, die die Projektarbeit dokumentiert und reflektiert.
Sprache	Deutsch, Englisch (Quellen)
Inhalt	Im Labor werden modellhaft angewandte Fragestellungen in kleinen Forschungs- und Entwicklungsprojekten unter engmaschiger Betreuung von Lehrenden bearbeitet. Mögliche Projektaufgaben sind die Analyse aktueller Medienentwicklungen auf wissenschaftlicher Basis, akademisch fundierte Konzeptionen oder Evaluationen von Medienangeboten. Die Auswahl der Projekte orientiert sich an den individuellen Herkunftsprofilen und Zielorientierungen der Studierenden und wird in Absprache mit den Lehrenden vorgenommen.

¹ 1 CP entspricht einer Arbeitsbelastung von 25 bis maximal 30 Stunden.

Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden sind in der Lage, markt- und branchenrelevante Fragestellungen im Bereich von Medien und Kommunikation zu identifizieren.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Sie vermögen diese Fragestellungen wissenschaftlich zu reformulieren und in konkrete Forschungsprojekte zu überführen und sie mit Betreuung des Dozenten zu konzipieren, durchzuführen und zu dokumentieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden beherrschen aus eigener praktischer Erfahrung einfache Verfahren zur Analyse bestehender und neuer Medienangebote und deren Nutzung. Sie kennen und beherrschen grundlegende Werkzeuge zur Konzeption neuer Medienformate und deren Vermarktung.</p>
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 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

Modulbezeichnung	Einführung in die Medienforschung
Code	Modul 2
Studiengang/ Verwendbarkeit	MA Medienentwicklung / Pflichtmodul
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Peter Schumacher
Dozent(in)	Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher N.N.
Dauer	1 Semester
Credits	5
Prüfungsart	Klausur, Hausarbeit und/oder Projektbericht als gemeinsame Modulprüfung für beide Units; bei Teilprüfungen in beiden Units wird gehen die Teilnoten zu gleichen Teilen in die Modulnote ein.
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 und bearbeiten. 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

Unitbezeichnung	Einführung in die Kommunikations- und Medienforschung
Code	
Modulbezeichnung	Medienforschung
Dozent(in)	Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher N.N.

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

Unitbezeichnung	Empirische Kommunikations- und Medienforschung
Code	
Modulbezeichnung	Medienforschung
Dozent(in)	Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil

	Prof. Dr. Peter Schumacher N.N.
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.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<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>
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

Modulbezeichnung	Themenentwicklung I und II (Konzepte für Medieninhalte und publizistische Profilierungsstrategien)
Code	Modul 3 - SuK²
Studiengang/ Verwendbarkeit	MA Medienentwicklung / Pflichtmodul
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Peter Seeger (GS/SuK) / Prof. Dr. Annette Leßmöllmann (MD)
Dozent(in)	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 N.N.
Dauer	2 Semester
Credits	5
Prüfungsart	Teilleistungen (oder äquivalente Leistungen): Kurzbericht zur Medien-/Themenbeobachtung, Exposé (Konzeptskizze zu einem Zukunftsthema und zu Publikationsstrategien); die Bewertungen aus Themenentwicklung I und II gehen zu gleichen Teilen in die Modulnote ein.
Sprache	Deutsch, Englisch (Quellen)
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Beobachtung und Evaluation von Medienthemen und strukturellen gesellschaftlichen Veränderungen • kreative und strategische Formen der Themenentwicklung • Strategien zur Recherche von neuen Themen- und Wissensbereichen, etwa durch die Beobachtung und Auswertung der Forschungslandschaft • innovative Recherchestrategien (z.B. Datenjournalismus) • exemplarische Erschließung von Zukunftsthemen. <p>Zukunftsthemen, aus denen in jedem Semester ein exemplarisches Thema ausgewählt wird, sind zum Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachhaltige Entwicklung

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

	<ul style="list-style-type: none"> • Bürgergesellschaft, Partizipation und Öffentlichkeit • Alltag, Gesundheit und Lebensqualität. <p>Es handelt sich um Querschnittsthemen, die exemplarisch und journalistisch ressortübergreifend, wissenschaftlich interdisziplinär und zugleich möglichst lebensnah für einzelne Zielgruppen erschlossen werden sollen. Nachhaltige Entwicklung und Lebensqualität z.B. umfassen gesellschaftspolitische, sozioökonomische, technisch-naturwissenschaftliche und kulturelle Aspekte.</p>
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,</p>

Rudolf (Hg.): *Journalismus im Wandel*. Wiesbaden, VS-Verlag 2005

Jakubetz, Christian/ Langer, Ulrike/Hohlfeld, Ralf (Hg.): *Universalcode. Journalismus im digitalen Zeitalter*. Euryclia, 2011.

Grunwald, Armin/ Kopfmüller, Jürgen: *Nachhaltigkeit*. 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 Blueprint for a Safer Planet).

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

Modulbezeichnung	Wahlpflicht I und II
Code	Modul 4
Studiengang/ Verwendbarkeit	MA Medienentwicklung Informationswissenschaft, Media Direction (FB Media)
Modulverantwortliche(r)	N. N.
Dozent(in)	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 N.N.
Dauer	2 Semester
Credits	10
Prüfungsart	Teilleistungen: Klausur, Hausarbeit, mündliche Prüfung, Präsentation. Die Noten aus den einzelnen Wahlpflichtveranstaltungen gehen zu gleichen Teilen in die Modulnote ein.
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 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

Unitbezeichnung	Beratung und Moderation, Coaching
Code	
Modulbezeichnung	Wahlpflicht I und II
Dozent(in)	Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher N.N.
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>

	<u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden können abgrenzbare 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

Unitbezeichnung	Redaktionsmanagement
Code	
Modulbezeichnung	Wahlpflicht I und II
Dozent(in)	Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher N.N.
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</p>

	<p>organisatorischen Wandel entwickeln.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden können aktuelle Diskussionen um die Arbeitsorganisation in Redaktionen einordnen und 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.</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	<p>Meier, Klaus: <i>Journalistik</i>. Konstanz: UVK 2007</p> <p>Grüner, Ulf/ Sauer, Christian: <i>Qualitätsmanagement in Redaktionen</i>. Norderstedt: BoD 2011</p>

Unit 3

Unitbezeichnung	Neue Medienformate
Code	
Modulbezeichnung	Wahlpflicht
Dozent(in)	<p>N. N.</p> <p>Prof. Dr. Annette Leßmöllmann</p> <p>Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer</p> <p>Prof. Dr. Thomas Pleil</p> <p>Prof. Dr. Peter Schumacher</p>
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

	<p>Kenntnis des ‚state of the art‘ in aktuellen Medienformaten. Sie wissen, wie laufende Entwicklungen professionell und wissenschaftlich reflektiert und bewertet werden.</p> <p><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.)</p>
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	Wahlpflicht I und II
Dozent(in)	<p>N. N. Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher</p>
Bewertung	differenziert
Sprache	Deutsch
Inhalt	<p>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.</p>
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen aktuelle Forschungsergebnisse und Methoden aus den Bereichen</p>

	<p>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	<p>Perrin, Daniel: <i>Medienlinguistik</i>. Stuttgart: UTB 2011</p> <p>Herrmann, Friederike: Verständlichkeit. In: <i>Historisches Wörterbuch der Rhetorik</i>. Band 9. Hrsg. V. Gert Ueding. Tübingen: Max Niemeyer Verlag 2009, S.1093-1102</p> <p>Herrmann, Friederike (Hrsg.): <i>Unter Druck. Die journalistische Textwerkstatt. Erfahrungen, Analysen, Übungen</i>. Wiesbaden: VS-Verlag 2006</p>

Unit 5

Unitbezeichnung	Audio und Video
Code	
Modulbezeichnung	Wahlpflicht I und II
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

	<p>und deren unterschiedliche Eignung für die mediale Aufbereitung.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Sie können mit Audio- und Videoproduktionen umgehen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Sie vertiefen ihre medienpraktischen und crossmedialen Fähigkeiten.</p>
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	<p>Klimsa, Paul/ Krömker, Heidi: <i>Handbuch Medienproduktion</i>. Wiesbaden: VS Verlag 2005</p> <p>Raderath, Detlef/ Neumann, Christian: <i>Streaming Media: Produktion und Broadcasting von Audio- und Video-Content im Web</i>. Edition Page 2001</p>

Unit 6

Unitbezeichnung	Das Sachbuch
Code	
Modulbezeichnung	Wahlpflicht I und II
Dozent(in)	N. N. 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)	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden kennen das publizistische und verlegerische Umfeld im Bereich Sachbuch.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Sie können Qualität und Typus eines Sachbuchs fundiert beurteilen und qualifizierte eigene</p>

	<p>Konzepte erstellen.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Sie erweitern ihre Kenntnis der Medienlandschaft und vertiefen ihre medienpraktischen Fähigkeiten.</p>
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	<p>Porombka, Stephan: <i>Wie man ein (verdammt gutes) Sachbuch schreibt. Non Fiktion</i> 1,1 (2006), 61-82</p> <p>Reinhard, Klaus: <i>Vom Wissen zum Buch: Fach- und Sachbücher schreiben. 2.</i>, überarbeitete Aufl. Huber 2011</p>

Modulbezeichnung	Werkstatt / Labor II
Code	Modul 5
Studiengang/ Verwendbarkeit	MA Medienentwicklung / Pflichtmodul
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer
Dozent(in)	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 N.N.
Dauer	1 Semester
Credits	17,5
Prüfungsart	Die Bewertung erfolgt anhand einer Prüfungsstudienarbeit, die die Projektarbeit dokumentiert und reflektiert.
Sprache	Deutsch, Englisch (Quellen)
Inhalt	Das Modul knüpft an Modul 1 an und ist dessen Fortsetzung und Vertiefung. Im Labor werden modellhaft angewandte Fragestellungen in Forschungs- und Entwicklungsprojekten bearbeitet. Mögliche Projektaufgaben sind die Analyse aktueller Medienentwicklungen auf wissenschaftlicher Basis, akademisch fundierte Konzeptionen oder Evaluationen von Medienangeboten und deren Nutzung. In der Regel werden die Aufgaben mit mindestens zwei kombinierten Methoden bearbeitet. Die Auswahl der Projekte orientiert sich an den individuellen Herkunftsprofilen, sowie an den Zielorientierungen der Studierenden, und wird in Absprache mit den Lehrenden vorgenommen. Die Projekte im Modul 5 setzen dabei auf den Lernerfahrungen des Moduls 1 auf, die in einer Stärken-Schwächen-Analyse erfasst werden. Bei den Anforderungen an die Projekte und ihre methodische Umsetzung werden die im Modul 2 vermittelten Inhalte vorausgesetzt.

<p>Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)</p>	<p><u>Kenntnisse:</u> Die Studierenden sind in der Lage, markt- und branchenrelevante Fragestellungen im Bereich von Medien und Kommunikation zu identifizieren, diese im Kontext des Medienwandels fundiert einzuordnen und ihre Folgen abzuschätzen.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Die Studierenden vermögen diese Fragestellungen wissenschaftlich zu reformulieren und in konkrete Forschungsprojekte zu überführen, die sie weitgehend selbständig konzipieren, durchführen und dokumentieren.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Die Studierenden beherrschen aus eigener praktischer Erfahrung Verfahren zur Analyse bestehender und neuer Medienangebote und deren Nutzung. Sie kennen und beherrschen Werkzeuge zur Konzeption neuer Medienformate und deren Vermarktung.</p>
<p>Niveaustufe / Level</p>	<p><u>Advanced Level Course</u></p>
<p>Lehrform/SWS</p>	<p>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.</p>
<p>Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload</p>	<p>438 bis 525 Arbeitsstunden</p>
<p>Units (Einheiten)</p>	<p>n.a.</p>
<p>Notwendige Voraussetzungen</p>	<p>keine</p>
<p>Empfohlene Voraussetzungen</p>	<p>Modul 1</p>
<p>Häufigkeit des Angebots</p>	<p>nur im Sommersemester</p>
<p>Anerkannte Module</p>	<p>keine</p>
<p>Medienformen</p>	<p>E-Learning-Plattform, Social-Media-Werkzeuge (z.B. Wikis), multimediale Präsentationsformen</p>
<p>Literatur</p>	<p>Aktuelle, projektbezogene Literatur</p>

Modulbezeichnung	Medienanalyse und Medienkonzeption
Code	Modul 6
Studiengang/ Verwendbarkeit	MA Medienentwicklung / Pflichtmodul
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer
Dozent(in)	Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher N. N.
Dauer	1 Semester
Credits	5
Prüfungsart	PVL aus den Units sind Voraussetzung für die Modulprüfung, die schriftlich, mündlich oder in Form einer Präsentation möglich ist.
Sprache	Deutsch, Englisch (Quellen)
Inhalt	Das Modul vermittelt vertiefte Kenntnis in zwei komplementär zu einander aufgestellten Bereichen: <ol style="list-style-type: none"> 1. Empirische Bestandsaufnahme und wissenschaftliche Analyse aktueller Medienentwicklungen 2. Konzeption neuer Medienformate und ihrer Geschäftsmodelle, sowie grundlegende Strategien und Techniken des Change Managements
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<p><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.</p> <p><u>Fertigkeiten:</u> Sie wissen, wie man neue Formate marktgerecht konzipiert und diese Konzepte in Medienorganisationen ggf. auch durchsetzt.</p> <p><u>Kompetenzen:</u> Sie können Medienorganisationen bei den Herausforderungen eines rapiden Medienwandels beraten und unterstützen.</p>
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"> • (gemeinsame) Lektüre wissenschaftlicher Literatur sowie medientheoretischer Beiträge aus dem Internet (Blogs etc.) • seminaristische Unterrichtsformen (Dozentenvorlesung, Referate, Gruppenarbeit,...)
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?VS</i> 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

Unitbezeichnung	Medienanalyse
Code	
Modulbezeichnung	Medienanalyse und Medienkonzeption
Dozent(in)	Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher N. N.
Bewertung	undifferenziert

Sprache	Deutsch, Englisch (Quellen)
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • In der seminaristischen Veranstaltung werden bestehende, meist aktuelle Medienformate und ihre Geschäftsmodelle analysiert. • Sie thematisiert darüber hinaus die im Medienwandel entstehenden neuen Rollen und Berufsbilder im Bereich Journalismus und Kommunikation. • Sie reflektiert und bewertet außerdem die durch aktuelle Medienentwicklungen entstandenen neuen Öffentlichkeiten.
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

Unitbezeichnung	Medienkonzeption
Code	
Modulbezeichnung	Medienanalyse und Medienkonzeption
Dozent(in)	Prof. Dr. Annette Leßmöllmann Prof. Dr. Lorenz Lorenz-Meyer Prof. Dr. Thomas Pleil Prof. Dr. Peter Schumacher N. N.
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

Modulbezeichnung	Praktikum, Projekt in Forschung & Entwicklung
Code	Modul 7
Studiengang/ Verwendbarkeit	MA Medienentwicklung / Pflichtmodul
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Thomas Pleil
Dozent(in)	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 N. N.
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	<p>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.</p> <p>Alternativ besteht die Möglichkeit eines Auslandssemesters, bei dem schwerpunktmäßig die Themen des Studiums vertieft werden sollen, aber auch Sprachkenntnisse erworben werden können. Die Ziele eines Auslandsstudiums werden in einem Learning Agreement vorab vereinbart. Ein Auslandsstudium kann auch mit Praxisprojekten im Ausland kombiniert werden, sofern der vorgesehene Gesamtworkload erreicht wird.</p> <p>Im Begleitseminar werden die Erfahrungen der Praxisphase vorbereitet und reflektiert.</p>

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

Modulbezeichnung	Masterprojekt und Begleitseminar zum Masterprojekt und Kolloquium
Code	Modul 8
Studiengang/ Verwendbarkeit	MA Medienentwicklung / Pflichtmodul
Modulverantwortliche(r)	Prof. Dr. Peter Schumacher
Dozent(in)	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 N. N.
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 die jeweiligen Arbeiten im Verlauf der Bearbeitungsphase vorgestellt und kritisch diskutiert.
Angestrebte Lernergebnisse (Learning Outcome)	<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. <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

	<p>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 dem Themengebiet Medienentwicklung analysieren und zielgerichtet Lösungen erarbeiten und präsentieren.</p>
Niveaustufe / Level	<u>Advanced Level Course:</u> Modul zur Förderung und Verstärkung der Fachkompetenz
Lehrform/SWS	2 SWS Seminar (Gruppengröße: 20)
Arbeitsaufwand/ Gesamtworkload	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