

Modulhandbuch Bachelor

Angewandte Medienwissenschaft

Prüfungsordnungsversion: 2007

gültig für die Studiensemester bis: Wintersemester 2010/11

Erstellt am: Donnerstag 21. Januar 2016

Herausgeber: Der Rektor der Technischen Universität Ilmenau

URN: urn:nbn:de:gbv:ilm1-mhba-4292

- Archivversion -

Modulhandbuch

Bachelor

Angewandte

Medienwissenschaft

Prüfungsordnungsversion: 2007

Angewandte Medienwissenschaft	Modul	Studium																		1. FS			2. FS			3. FS			4. FS			5. FS			6. FS			7. FS		
Leistungspunkte (LP)		V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P												
Summe Bachelor-Studium		75	89	41	19	12		14	11	4	16	13	1	10	7	13							10	20		6	24													
						31			29			30			30									30			30													
1. Kommunikations- und Medienwissenschaft		35	61	6	11	7		4	8		8	12		4	5	13	Fachpraktikum										4	18		4	9									
<i>1.1. Kommunikations- und Medientheorie</i>		<i>10</i>	<i>17</i>		<i>2</i>	<i>5</i>		<i>2</i>	<i>5</i>		<i>2</i>	<i>5</i>		<i>2</i>	<i>5</i>																						<i>2</i>	<i>2</i>		
Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft	KMT1	2	BPO-BB		2	5																																		
Kommunikatorforschung (Systeme, Organisationen u. Rollen öffentl. Komm.)	KMT2	2	5					2	5																															
Produktforschung (Inhalte, Formen und Gestaltung öffentlicher Komm.)	KMT2	2	5								2	5																												
Rezeptionsforschung (Nutzung, Aneignung und Wirkung öffentlicher Komm.)	KMT2	2	5											2	5																									
Digitale Kommunikation	KMT3	2	2																																		2	2		
<i>1.2. Disziplinäre Ergänzung</i>		<i>12</i>			<i>6</i>						<i>2</i>			<i>2</i>																								<i>2</i>		
Medienpsychologie	DE1	2			2																																			
Medienproduktion	DE1	2			2																																			
Medienkonzeption	DE1	2									2																													
Mediengeschichte	DE1	2			2																																			
Medienpolitik	DE2	2												2																										
Medienethik	DE2	2																																			2			
<i>1.3. Forschungsmethoden</i>		<i>6</i>	<i>14</i>						<i>2</i>	<i>3</i>		<i>2</i>	<i>3</i>																								<i>2</i>	<i>8</i>		
Methoden d. quant. Kommunikationsforschung	FM1	2	3						2	3																														
Statistik	FM1	2	3								2	3																												
Methoden der qual. Kommunikationsforschung	FM2	2	3																														2	3						
Forschungsseminar	FM2		5																																					
<i>1.4 Berufsfeldorientierung</i>		<i>4</i>	<i>22</i>	<i>6</i>								<i>2</i>	<i>4</i>										<i>2</i>	<i>7</i>			<i>4</i>													
Anwendungsbereich 1	AB	1	2	3							1	2																												
Anwendungsbereich 2	AB	1	2	3							1	2																												
Medienprojekt im Anwendungsbereich (210 h Aufwand)	AB		7																																					
Praxiswerkstatt 1	PW		4																																					
Praxiswerkstatt 2	PW		4																																					

Fachpraktikum (20 Wochen)	FP			30																
<i>4.2 Bachelor-Arbeit</i>				<i>13</i>																<i>13</i>
Bachelor-Kandidatenseminar	BA			1																1
Bachelorarbeit	BA			12																12

Kommunikations- und Medientheorie 1

Semester: WS

SWS:

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):

Fachnummer: 1064

Fachverantwortlich: Prof. Dr. M. Löffelholz

Inhalt

Das Modul gibt einen einführenden Überblick zu den zentralen theoretischen Ansätze und empirischen Befunden der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Neben Fachwissen werden auch Sozialkompetenzen vermittelt.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vermittlung von Fachwissen zu den zentralen theoretischen Ansätzen und Befunden der Kommunikations- und Medienwissenschaft

Medienformen

Literatur

Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0

Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft

Semester: WS SWS:2 SWS Vorlesung
 Sprache: deutsch Anteil Selbststudium (h):60 Stunden

Fachnummer: 452

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Martin Löffelholz

Inhalt

Ausgehend von einer Identifikation der Medien als Objekt wissenschaftlicher Beobachtung wird in historischer und systematischer Perspektive in den Gegenstandsbereich der Kommunikations- und Medienwissenschaft eingeführt. Darauf aufbauend werden Modelle zur Beschreibung medial vermittelter Kommunikation vergleichend analysiert sowie verschiedene soziologische Beobachtungsperspektiven der Medienwissenschaft vorgestellt. Dabei werden insbesondere Handlungs- und Systemtheorien, konstruktivistische Ansätze sowie die Cultural Studies einbezogen. Begleitend zur Vorlesung wird ein Seminar angeboten, bei dem teilnehmerorientierte Lehr- und Lernformen im Vordergrund stehen. Die Themen der Vorlesung werden durch Textarbeit vertiefend behandelt. Zudem werden – mittels Referaten – Präsentationstechniken eingeübt. Ein Reader mit den zu behandelnden Texten wird zu Beginn des Seminars angeboten.

Vorkenntnisse

keine

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Vorlesung gibt einen einführenden Überblick über die zentralen Themen, Traditionen, Grundbegriffe und theoretischen Ansätze der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Die Inhalte der Vorlesung werden in dem Seminar vertieft. Dabei werden auch relevante Techniken wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt.

Medienformen

Power-Point-Präsentation, Skript

Literatur

Martin Löffelholz/Thorsten Quandt (Hrsg.): Die Neue Kommunikationswissenschaft. Theorien, Themen und Berufsfelder im Internet-Zeitalter. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. Günter Bentele/Hans-Bernd Brosius/Otfried Jarren (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. Ulrich Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Beiträge zur politischen Kommunikationskultur. Opladen: Westdeutscher Verlag. Otfried Jarren/Heinz Bonfadelli (Hrsg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Bern/Stuttgart/Wien: Haupt. Gebhard Rusch (Hrsg.): Einführung in die Medienwissenschaft. Konzeptionen, Theorien, Methoden, Anwendungen. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. Klaus Neumann-Braun/ Stefan Müller-Doohm (Hrsg.): Medien- und Kommunikationssoziologie. Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien. Weinheim/München: Juventa. Maximilian Gottschlich/Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft: Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Braumüller. Merten, Klaus (1999): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Bd.1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft. Münster/Hamburg/London: Lit.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Medienwirtschaft (Version 2006)	2	1	0	3
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	2	0	6
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	2	0	7
BA_Medientechnologie (Version 2006)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	2	0	7
BA_Medientechnologie (Version 2008)	2	0	0	2
BA_Medienwirtschaft (Version 2009)	2	1	0	3

Kommunikations- und Medientheorie 2

Semester: SS und WS

SWS:

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):

Fachnummer: 1065

Fachverantwortlich: Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. J. Wolling

Inhalt

In dem Modul werden zentrale theoretische Ansätze und empirische Befunde der Kommunikator-, Medienprodukt- und Medienrezeptionsforschung vorgestellt. Im Mittelpunkt stehen der Erwerb und die Ausweitung spezifischer Kenntnisse über die Systeme, Organisationen und Rollen, die Inhalte und Formen sowie die Nutzung und Wirkung öffentlicher Kommunikation.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vermittlung von Fachwissen zu den zentralen theoretischen Ansätzen und Befunden der Kommunikations- und Medienwissenschaft

Medienformen

Literatur

Kommunikatorforschung Produktforschung Rezeptionsforschung

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0

Kommunikatorforschung

Semester: SS

SWS:2

SWS

Vorlesung

Sprache: deutsch / englisch

Anteil Selbststudium (h):165 Stunden

Fachnummer: 453

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Martin Löffelholz

Inhalt

In der Lehrveranstaltung werden die wichtigsten Theorien und Befunde der Kommunikatorforschung vorgestellt. Darüber hinaus werden den Studierenden Einblicke in die Berufsfelder Journalismus, Organisationskommunikation, Unterhaltung und Werbung vermittelt. The participants will acquire a comprehensive body of knowledge on communicator research including theories, findings and insights into the state of the professional fields of public communication: journalism, public relations, advertising and entertainment.

Vorkenntnisse

Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Vorlesung führt in die Kommunikatorforschung ein und behandelt vertiefend die spezifischen Felder der Kommunikatorforschung. Dabei werden die Berufs- und Forschungsfelder Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus, Werbung und Unterhaltung vorgestellt. In dem begleitenden Seminar werden Kenntnisse über Rahmenbedingungen, Prozesse und Probleme journalistischen Arbeitens bzw. der Public Relations vertiefend vermittelt. This course offers an introduction to communicator research in general and selected fields of professional specialization. Particularly, journalism, public relations, advertising and entertainment will be analyzed with regard to theoretical approaches, findings and status quo of the professions. The seminar will focus particularly on constraints, processes and challenges of journalism and public relations.

Medienformen

Power-Point-Präsentation (auch als Skript)

Literatur

Wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	2	0	7
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	2	0	7
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	2	0	7

Produktforschung

Semester: WS

SWS:2

SWS

Vorlesung

Sprache: deutsch, bei Bedarf englisch

Anteil Selbststudium (h):150 Stunden

Fachnummer: 1063

Fachverantwortlich: Prof. Klimsa

Inhalt

Vom theoretischen Ansatz der Medienproduktion (Klimsa/Krömker) ausgehend, wird anhand von Beispielen aus verschiedenen Medienbranchen der analytische Zusammenhang zwischen Content (Inhalte), Technik und Organisation aufgezeigt. Die Prozesse der Globalisierung bzw. Internationalisierung und der Konvergenz von Medien werden als Einflussgrößen bei den jeweiligen Themen berücksichtigt. Behandelt werden folgende Themen:

1. Produktforschung: Der Zusammenhang von Content, Technik und Organisation
2. Produktionsprozesse der Medien
3. Konvergenz der Medien und des Content
4. Content Film: Gestaltungsmerkmale und Aussage
5. Content Fernsehen
6. Content Hörfunk
7. Content Presse
8. Content - Games: Computerspieltheorie, Spielindustrie und Spielgenre
9. Content - Web: Soziale Netzwerke
10. Content - Musik

Vorkenntnisse

Keine

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden verstehen den theoretischen Ansatz der Medienproduktion (Klimsa/Krömker). Sie können für ausgewählte Anwendungsfelder aus verschiedenen Medienbranchen den analytischen Zusammenhang zwischen Content (Inhalte), Technik und Organisation aufzeigen und die Anwendbarkeit des theoretischen Ansatzes der Medienproduktion kritisch reflektieren.

Medienformen

Scripte, PPT-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

H. Krömker, P. Klimsa (Hrsg.) Handbuch Medienproduktion. Weitere Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	2	0	7
BA_Medienwirtschaft (Version 2006)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	2	0	7
BA_Medienwirtschaft (Version 2009)	2	0	0	2
BA_Medientechnologie (Version 2008)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	2	0	7
BA_Medientechnologie (Version 2006)	2	0	0	2

Rezeptionsforschung

Semester: SS

SWS:2

SWS

Vorlesung

Sprache: deutsch/englisch (1 SG)

Anteil Selbststudium (h):150 Stunden

Fachnummer: 1053

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Inhalt

In der Vorlesung werden die Grundzüge der Mediennutzungs- und -wirkungsforschung gelehrt. Es wird erläutert, warum (bestimmte) Personen (bestimmte) Angebote der Massenmedien nutzen und welche Konsequenzen dies für Kognitionen, Emotionen, Einstellungen und Handlungen hat. Parallel zur Vorlesung werden vier Seminare (eines davon in englischer Sprache) angeboten. In diesen werden die jeweiligen Inhalte anhand der Lektüre und Diskussion von Texten vertieft und anhand von Beispielen eingeübt.

Vorkenntnisse

Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft Methoden der quantitativen Kommunikationsforschung Statistik

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen Theorien, Ansätze und methodische Vorgehensweisen der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung. Sie kennen die wichtigsten kontinuierlichen Studien und die darin verwendeten Standardmaße der Mediennutzung. Sie sind in der Lage die Theorien sowie die Resultate dieser Studien für die Lösung von medienpraktischen und medienwissenschaftlichen Problemen zu nutzen und für die Konzeption von Forschungsprojekten einzusetzen.

Medienformen

PPT-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW; Literaturreader

Literatur

Bonfadelli, Heinz (2004): Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven. Konstanz: UVK. Bonfadelli, Heinz (2004): Medienwirkungsforschung II. Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur. Konstanz: UVK. Jäckel, Michael (2008): Medienwirkungen: Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. Kunczik, Michael/Zipfel, Astrid (2005): Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln, Weimar, Wien: Böhlau. Meyen, Michael (2004): Mediennutzung: Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster. Konstanz: UVK. Schenk, Michael (2007): Medienwirkungsforschung. 2. Aufl. Tübingen: Mohr. Schweiger, Wolfgang (2007): Theorien der Mediennutzung: Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Medienwirtschaft (Version 2006)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	2	0	7
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	2	0	7
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	2	0	7
BA_Medienwirtschaft (Version 2009)	2	0	0	2

Kommunikations- und Medientheorie 3

Semester: WS

SWS:

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):

Fachnummer: 1066

Fachverantwortlich: N.N. (FGL MMA, vorauss. Besetzung der Professur zum Sommersemester 2007)

Inhalt

In dem Modul wird die Vorstellung zentraler theoretischer Ansätze und empirischer Befunde der Kommunikator-, Medienprodukt- und Medienrezeptionsforschung vervollständigt. Der Erwerb und die Ausweitung spezifischer Kenntnisse der digitalen Kommunikation stehen im Mittelpunkt.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vermittlung von Fachwissen zu den zentralen theoretischen Ansätzen und Befunden der digitalen Kommunikation

Medienformen

Literatur

Digitale Kommunikation

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0

Digitale Kommunikation

Semester:

SWS:2 SWS Vorlesung, 1 SWS

Sprache: deutsch, bei Bedarf englisch

Anteil Selbststudium (h):4 Leistungspunkte

Fachnummer: 485

Fachverantwortlich:N.N. (FGL VWDS)

Inhalt

Anhand ausgewählter Beispiele wird den Studierenden die Funktionsweise digitaler Kommunikationsprozesse vor Augen geführt. Dabei werden die Prinzipien und Charakteristika digitaler Kommunikation herausgearbeitet. Zugleich werden die zentralen Begriffe der digitalen Kommunikation erörtert. Dem Ilmenauer Modell der Medienausbildung folgend wird der interdisziplinäre ausgedeutete Begriff „Digitale Kommunikation“ in Abgrenzung zur „Computervermittelten Kommunikation (CvK)“ eingeführt. Darüber hinaus wird ein besonderer Schwerpunkt auf ein interdisziplinäres Verständnis des Interaktivitätsbegriffes gelegt. Über eine eher nutzungsorientierte Sichtweise hinausgehend, werden die vielschichtigen Chancen und Risiken, aber auch die Regulierung von digitaler Kommunikation sowie die Wertschöpfung durch digitale Kommunikation thematisiert. Dies erfolgt insbesondere auch durch die bewusste Herstellung von Zusammenhängen zu den anderen Fächern des Studiengangs. Von besonderer Bedeutung für das gesamte Fach ist die praktische Auseinandersetzung mit digitaler Kommunikation. Die Veranstaltungen werden deshalb auch vom Einsatz digitaler Kommunikationsangebote (Podcasts, Blogs etc.) gekennzeichnet sein. Im Rahmen der Veranstaltung werden klassische Vorlesungen ergänzt durch so genannte Educasts, d.h. „elektronische Vorlesungen“. Das Seminar dient zur vertiefenden Besprechung und Diskussion der Vorlesungsthemen. Zudem erhalten die Studierenden die Aufgabe, sich mit ganz konkreten Kommunikationsprozessen auseinander zu setzen und dabei den gezielten Einsatz digitaler Kommunikationsangebote bewusst zu planen. Ihre Auseinandersetzung mit dem Vorlesungsstoff und der Planung digitaler Kommunikationsprozesse dokumentieren die Studierenden in einem E-Portfolio, in dessen Funktionsweise sie zu Beginn des Seminars eingeführt werden. Die Bewertung dieses E-Portfolio bildet einen wichtigen Teil der Abschlussnote in dem Fach. Die Studierenden erhalten die Aufgabe, sich einen eigenen Standpunkt zu den zentralen Begriffen im Bereich der „Digitalen Kommunikation“ zu erarbeiten und diesen auch zu kommunizieren. Des weiteren bekommen sie den Auftrag bestehende (computerunterstützte) Kommunikationsprozesse zu analysieren, den Einsatz digitaler Kommunikationsangebote kritisch zu reflektieren und Alternativen aufzuzeigen.

Vorkenntnisse

- Grundlagen der Kommunikations- und Medienwissenschaft
- Grundlagen der Medientechnik
- Medienökonomie, Medienmanagement

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die theoretische und praktische Funktionsweise von digitalen Kommunikationsangeboten und können sie erklären. Sie können die Charakteristika digitaler Kommunikationsangebote herausstellen und systematisieren. Auf dieser Basis können sie die Chancen und Risiken digitaler Kommunikationsprozesse beurteilen. Zudem können sie bei der Planung von computervermittelten Kommunikationsprozessen den gezielten Einsatz digitaler Kommunikationsangebote bewusst entscheiden.

Medienformen

Scripte, PPT-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

- Beck, K. (2006): Computervermittelte Kommunikation im Internet. München, Wien: R. Oldenbourg Verlag.
- Kimpeler, S., Mangold, M. und Schweiger, W. (2007): Die digitale Herausforderung. Wiesbaden: VS.
- Grimm, R. (2005): Einführung in die Digitale Kommunikation. München, Wien: R. Oldenbourg Verlag.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	1	0	4
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	1	1	7
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	1	0	4

Disziplinäre Ergänzung 1

Semester: SS und WS

SWS:

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):

Fachnummer: 1067

Fachverantwortlich: Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. A. Kirpal, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will, Prof. Dr. J. Wolling, N.N. (FGL MMA)

Inhalt

Die Module "Disziplinäre Ergänzung 1" und "Disziplinäre Ergänzung 2" dienen dazu, den Studierenden - ergänzend zur Disziplin der Kommunikations- und Medienwissenschaft - Grundlagenwissen in weiteren einschlägigen medienbezogenen Wissenschaftsdisziplinen zu vermitteln. Insbesondere werden Fach- und Methodenkompetenzen in Medienpsychologie, Medienproduktion und Medienkonzeption sowie in Medienpolitik, Mediengeschichte und Medienethik erworben.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vermittlung von Fachwissen in Medienpsychologie, Medienkonzeption, Medienproduktion und Mediengeschichte

Medienformen

Literatur

Medienpsychologie Medienproduktion Mediengeschichte Medienkonzeption

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0

Medienpsychologie

Semester: WS

SWS: Vorlesung 2 SWS

Sprache: Deutsch

Anteil Selbststudium (h): 2 Leistungspunkte

Fachnummer: 685

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Inhalt

Die Vorlesung "Medienpsychologie" (engl. Media Psychology) führt ein in die psychologische Forschung zur Mediennutzung und Medienwirkung: Welche Gedanken und Gefühle, welche körperlichen Reaktionen und Verhaltensweisen treten bei unterschiedlichen Situationen und Kulturen vor, während und nach der Nutzung von Medien auf? Dabei werden "alte" Medien (Presse, Radio, Fernsehen, Musik etc.) sowie "neue" Medien (Computer, Internet, Handy etc.) einbezogen. Weitere Informationen zur Vorlesung "Medienpsychologie" unter <http://moodle.tu-ilmenau.de/> Raum: Medienpsychologie WS 08/09

Vorkenntnisse

Spezielle Vorkenntnisse sind für diese Grundlagen-Vorlesung nicht notwendig. Es wird jedoch eine vorlesungsbegleitende Bearbeitung von Studienmaterialien verlangt.

Lernergebnisse / Kompetenzen

1. Studierende lernen, welche Fragestellungen, Theorien, Methoden und Befunde in der Medienpsychologie einschlägig sind. Sie sollen dieses Wissen sachlich und sprachlich korrekt sowie wohlstrukturiert wiedergeben können.
2. Studierende lernen, medienpsychologische Fachliteratur zu verstehen und sachverständig zu beurteilen.
3. Studierende lernen, ihre eigenen alltagspsychologischen Vorstellungen von akademisch- psychologischer Analyse und Bewertung abzugrenzen und wissenschaftlich zu argumentieren.
4. Studierende lernen, selbst medienpsychologische Fragestellungen zu formulieren und medienpsychologische Sachverhalte kritisch einzuschätzen.
5. Studierende haben Freude an Medienpsychologie und entwickeln eigene Interessenschwerpunkte.

Medienformen

Basistexte, Übungsaufgaben, Website

Literatur

<http://moodle.tu-ilmenau.de/> Raum: Medienpsychologie WS 08/09

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2

Medienproduktion

Semester: WS

SWS:2 SWS Vorlesung

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):2 Leistungspunkte

Fachnummer: 1062

Fachverantwortlich:Prof. Klimsa

Inhalt

Die Vorlesung gibt eine Einführung in die Probleme der Medienproduktion; es werden drei Gruppen von Themen diskutiert: Grundlagen der Medienproduktion (z.B. Wahrnehmung), Verfahren der Medienproduktion und Technik (Hardware/Software) der Medienproduktion. Folgende Themen werden aufgegriffen: - Medieninnovation und Medienproduktion - Grundlagen für Medienproduktion: Menschliche Kognition - Grundlagen für Medienproduktion: Wahrnehmungsprozesse - Grundlagen für Medienproduktion: Medienkonzeption - Journalistische Medienproduktion - Didaktische Medienproduktion - Digitale Medien: Begriff und Bedeutung - Integration digitaler Medien: QuickTime - Spezielle Medien-Technologien am Beispiel QuickTime - Integration digitaler Medien: Skriptsprachen am Beispiel Lingo - Produktion digitaler Medien in der Druckvorstufe

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden erhalten Fachwissen über Prozesse der Medienproduktion, von den Wahrnehmungsvoraussetzungen der Nutzer (Kognition) bis zu einzelnen Produktionsverfahren und deren technischen Voraussetzungen.

Medienformen

Scripte, PPT-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2

Mediengeschichte

Semester: WS

SWS:- 2 SWS Vorlesung

Sprache: Deutsch

Anteil Selbststudium (h):2 Leistungspunkte

Fachnummer: 461

Fachverantwortlich: Prof. FG TWG

Inhalt

- Vermittlung eines Verständnisses der historischen und aktuellen Entwicklung der technischen Mittel der Kommunikation unter dem Blickwinkel von Medien als komplexe soziotechnische Systeme - Darstellung des Zusammenhangs von Medien und Kommunikation - Entwicklung der technischen Mittel der Kommunikation (Buchdruck, Zeitungswesen, Fotografie, Kinematografie, optische und elektrische Telegrafie, Funktechnik, elektronische Netze) - Schwerpunkt: Entwicklung der elektrotechnisch- elektronischen Medien und ihr Einfluss auf traditionelle Medien

Vorkenntnisse

grundlegendes geschichtliches Wissen

Lernergebnisse / Kompetenzen

Verständnis aktueller und historischer Entwicklung der Medien Einordnen der Medienentwicklung in gesamtgesellschaftliche Zusammenhänge Erkennen des Einflusses der Gesellschaft auf die Medien und der Medien auf die Gesellschaft aus historischer und aktueller Sicht

Medienformen

Overheadfolien, Video, Arbeitsblätter

Literatur

Literaturauswahl Doelker, C. (1991) Kulturtechnik Fernsehen: Analyse eines Mediums. Faulstich, W. (2004) Grundwissen Medien. Monaco, J., Lindroth, D., Bock, H.-M. (2004) Film verstehen: Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Medien. Wilke, J. (1999) Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Medienwirtschaft (Version 2006)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2
BA_Medienwirtschaft (Version 2009)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	0	0	2

Medienkonzeption

Semester: WS

SWS: Vorlesung 2 SWS

Sprache: Deutsch

Anteil Selbststudium (h): 2 Leistungspunkte

Fachnummer: 686

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Inhalt

Die Vorlesung "Medienkonzeption" (engl.: Media Design) führt ein in die designwissenschaftlich und sozialwissenschaftlich fundierte Konzeption von digitalen Offline- und Online-Medien. Sie gliedert sich nach ausgewählten digitalen Medienangeboten (z.B. Powerpoint-Folien, Websites, multimediale Lernumgebungen, mobile Anwendungen) und entsprechenden Design-Disziplinen (z.B. Screen-Design, Web-Design, Instruktions-Design, Mobiles Design). Es ist zu beachten, dass die getrennt behandelten digitalen Medienangebote in der Praxis zunehmend integriert werden (Medienkonvergenz) und auch die entsprechenden Design-Disziplinen zahlreiche Überschneidungen aufweisen. Die Medienkonzeption - im Sinne des systematischen und zielgerichteten Planens und Entwerfens eines Medienangebotes - ist der Medienproduktion und der Mediennutzung vorgeschaltet. Mediendesign bzw. Medienkonzeption umfasst den gesamten Entwurfsprozess und keinesfalls nur das "Verschönern der Oberfläche" eines Medienangebotes. Weitere Informationen auf der E-Learning-Plattform moodle im Bereich Medienkonzeption/Medienpsychologie im Raum "Medienkonzeption": <http://moodle.tu-ilmeneau.de/>

Vorkenntnisse

keine

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden lernen,

- welche Fragestellungen, Theorien, Methoden und Befunde in der design- und sozialwissenschaftlich fundierten Medienkonzeption von digitalen Medien einschlägig sind. Sie sollen dieses Wissen sachlich und sprachlich korrekt sowie wohlstrukturiert wiedergeben können.
- ihre intuitiven Konzeptionsideen für digitale Medien von wissenschaftlich begründeten Konzeptionsvorgaben abzugrenzen.
- vorliegende digitale Medienprodukte hinsichtlich ihrer Konzeption kritisch zu reflektieren.
- eigene Konzeptionsvorschläge systematisch zu entwickeln und zu begründen.

Medienformen

Basistexte, Übungsaufgaben, Website

Literatur

<http://www.nicoladoering.de/teaching/med-konz.htm>

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	0	0	2

Disziplinäre Ergänzung 2

Semester: SS und WS

SWS:

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):

Fachnummer: 1068

Fachverantwortlich: Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. A. Kirpal, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will, Prof. Dr. J. Wolling, N.N. (FGL MMA)

Inhalt

Die Module "Disziplinäre Ergänzung 1" und "Disziplinäre Ergänzung 2" dienen dazu, den Studierenden - ergänzend zur Disziplin der Kommunikations- und Medienwissenschaft - Grundlagenwissen in weiteren einschlägigen medienbezogenen Wissenschaftsdisziplinen zu vermitteln. Insbesondere werden Fach- und Methodenkompetenzen in Medienpsychologie, Medienproduktion und Medienkonzeption sowie in Medienpolitik, Mediengeschichte und Medienethik erworben.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vermittlung von Fachwissen in Medienpolitik und Medienethik

Medienformen

Literatur

Medienpolitik Medienethik

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0

Medienpolitik

Semester: WS

SWS:2 SWS Vorlesung

Sprache: Deutsch

Anteil Selbststudium (h):2 Leistungspunkte

Fachnummer: 961

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Inhalt

Das Fach soll den Teilnehmern vermitteln, in welchem Maße unser Mediensystem von politischen Entscheidungen geprägt ist. Dabei werden der Pressebereich, der Rundfunk, Internet sowie die internationale Perspektive berücksichtigt.

Vorkenntnisse

Abiturwissen

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden verstehen grundlegende Probleme und Lösungsmöglichkeiten der politischen Gestaltung des Mediensystems in der Bundesrepublik. Sie kennen Akteure, Inhalte und Prozesse der medienpolitischen Auseinandersetzung. Sie sind in der Lage, Interdependenzen zwischen der medienpolitischen Gestaltung auf der einen Seite und der medientechnologischen Entwicklung, den ökonomischen Rahmenbedingungen sowie den Medienproduktions- und -rezeptionsprozessen auf der anderen Seite zu erkennen.

Medienformen

Vorlesungspräsentationen

Literatur

Fechner, Frank (2007): Medienrecht. 8. Aufl. - Tübingen: UTB. Fügfeld, Hermann (1997): Was Sie über Rundfunk wissen sollten. Materialien zum Verständnis eines Mediums. Berlin: Vistas. Hans-Bredow-Institut für Medienforschung (2002): Internationales Handbuch Medien 2004/2005 Baden-Baden: Nomos. Holtz-Bacha, Christina (2006): Medienpolitik für Europa. 1. Aufl. - Wiesbaden: VS - Verlag für Sozialwiss. Jarren, Ottfried/Donges, Patrick (2007): Ordnung durch Medienpolitik. Konstanz: UVK. Puppis, Manuel (2007): Einführung in die Medienpolitik. Konstanz: UVK.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2

Medienethik

Semester: WS

SWS:2 SWS Vorlesung

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):2 Leistungspunkte

Fachnummer: 1054

Fachverantwortlich:Lehrpersonal des IfMK

Inhalt

Naturwissenschaften, Technik und Wirtschaft dominieren seit geraumer Zeit - nahezu ohne Beachtung der Geistes- und Sozialwissenschaften - unser Denken und Handeln. Sie geben aus ihrer Perspektive die Impulse für Entwicklungen, mit denen wir Zukunft gestalten und die Veränderungen anstoßen, die auch über Zeiträume menschlicher Generationen hinaus irreversibel sind. Kommunikationswissenschaft und Medientechnik leisten hierzu die integrativen Dienste. Damit prägen Naturwissenschaften, Technik und Wirtschaft über ihre unmittelbaren Wirkungsbereiche hinaus auch die Bedingungen unserer geistigen, kulturellen und sozialen Lebensbereiche. Vor diesem Hintergrund bedarf es der Klärung, welchen Zielsetzungen, Kriterien und Wertehierarchien diese Entwicklungen folgen bzw. folgen sollten, um den Anspruch einer "humanitären Evolution" zu erfüllen. So wird versucht, aus der Sicht und für die Entscheidungssituation derer, die durch ihr naturwissenschaftlich-technisches und wirtschaftliches Handeln diese Entwicklungen vorantreiben, die methodische Frage nach gültigen Zielen, Kriterien und Wertehierarchien zu stellen, und diese im Rahmen einer philosophischen Ethik zu begründen.

Vorkenntnisse

medientheoretische Grundlagen

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden können die ethische Dimension des prägenden Einflusses von Naturwissenschaften, Technik und Wirtschaft auf die Gesellschaft ermessen. Sie sind insbesondere in der Lage, sich auf der ethischen Ebene kritisch mit den gesellschaftlichen Auswirkungen der immer weiter voranschreitenden Mediatisierung auf die Gesellschaft auseinanderzusetzen.

Medienformen

Scripte, PPT-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2

Forschungsmethoden 1

Semester: SS und WS

SWS:

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):

Fachnummer: 1069

Fachverantwortlich: Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. A. Kirpal, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will, Prof. Dr. J. Wolling, N.N. (FGL MMA)

Inhalt

Das Modul umfasst die Bereiche quantitativer Datenerhebung sowie angewandter Statistik. Es dient dem Erwerb von wissenschaftstheoretischem Grundlagenwissen sowie von empirischer Methodenkompetenz, die anhand praktischer Beispiele gefestigt wird. Studierende werden in die Lage versetzt, empirische Studien zu verstehen und zu beurteilen sowie eigene Daten zu erheben und auszuwerten.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vermittlung von wissenschaftstheoretischem Grundlagenwissen

Medienformen

Literatur

Methoden d. quant. Kommunikationsforschung Statistik

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0

Methoden der quantitativen Kommunikationsforschung

Semester: SS

SWS:1 Vorlesung, 2 SWS, 450

Sprache: Deutsch

Anteil Selbststudium (h):5 Leistungspunkte

Fachnummer: 962

Fachverantwortlich:Dipl.-Medienwiss. Markus Seifert

Inhalt

Die Grundlagen der wichtigsten quantitativen empirischen Methoden der Kommunikationsforschung (Befragung, Beobachtung, Inhaltsanalyse) sowie der grundlegenden Untersuchungsdesigns (Querschnitt, Längsschnitt, Experiment) werden vermittelt. Das gewonnene Wissen über den Forschungsprozess und die Datenerhebung wird am Beispiel der Befragung in den Begleitseminaren in einem praktischen Forschungsprojekt angewendet.

Vorkenntnisse

Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen den Forschungsprozess und haben einen Überblick über die grundlegenden Methoden und Untersuchungsdesigns der empirischen Kommunikationsforschung. Sie haben vertiefte Kenntnisse im Bereich der Umfrageforschung und sind in der Lage diese Methode der Datenerhebung zur Lösung von medienpraktischen- und kommunikationswissenschaftlichen Problemen zielgerichtet einzusetzen.

Medienformen

Vorlesungspräsentationen; Zusammenfassende Folien aus den Übungen der AMW und MW: Forschungsfrage, Dimensionale Analyse und Hypothesen

Literatur

Diekmann, Andreas (2006): Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 15. Aufl. Orig.-Ausg. - Reinbek: Rowohlt-Taschenbuch-Verlag. Schnell, Rainer/Hill, Paul B./Esser, Elke (2005): Methoden der empirischen Sozialforschung. 7. völlig überarb., erw. Aufl. - München u.a.: Oldenbourg. Brosius, Bernd/Koschel, Friederike (2002): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. eine Einführung. Wiesbaden: VS.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	2	0	6
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	1	0	5
BA_Medienwirtschaft (Version 2006)	2	1	0	3
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	1	1	7
BA_Medienwirtschaft (Version 2009)	2	1	0	3

Statistik

Semester: WS

SWS:2 SWS Vorlesung, 1 SWS

Sprache: Deutsch

Anteil Selbststudium (h):5 Leistungspunkte

Fachnummer: 687

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Inhalt

Die Statistik-Vorlesung führt ein in die Darstellung, Analyse und Interpretation quantitativer Daten. Statistik wird dabei explizit als Forschungsstatistik aufgefasst. Es geht um grundlegende Statistik-Kompetenz für Alltag, Studium/Wissenschaft und Beruf. Weitere Informationen zur Vorlesung "Statistik" auf der Lernplattform moodle: <http://www.tu-ilmenau.de/moodle>

Vorkenntnisse

keine

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden

- besitzen einen Überblick über das Feld der Forschungsstatistik.
- können quantitative Daten darstellen (z.B. in Tabellen und Grafiken), analysieren (v.a. mit Signifikanztests) und inhaltsbezogen korrekt interpretieren.
- können die grundlegenden Funktionen von Taschenrechnern und Statistik-Software (SPSS) zur quantitativen Datenanalyse anwenden.
- können Fehler und Manipulationen bei Statistiken erkennen.

Medienformen

Basistexte, Übungsaufgaben, Website

Literatur

wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	1	0	5
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	1	0	5
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	1	1	7

Forschungsmethoden 2

Semester: SS und WS

SWS:

Sprache: deutsch, z.T. englisch

Anteil Selbststudium (h):

Fachnummer: 1070

Fachverantwortlich: Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. A. Kirpal, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will, Prof. Dr. J. Wolling, N.N. (FGL MMA)

Inhalt

Das Modul umfasst die Bereiche quantitativer und qualitativer Datenerhebung sowie angewandter Statistik. Es dient der Festigung von wissenschaftstheoretischem Grundlagenwissen sowie der Vermittlung von Fach- und Methodenwissen im Bereich qualitativer Forschungsmethoden. Darauf aufbauend festigen die Studierenden ihre Fach- und Methodenkompetenz bei der Bearbeitung praktischer Problemstellungen. Sie werden in die Lage versetzt, empirische Studien zu verstehen und zu beurteilen sowie eigene Daten zu erheben und auszuwerten.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Festigung von wissenschaftstheoretischem Grundlagenwissen

Medienformen

Literatur

Methoden der qual. Kommunikationsforschung Forschungseminar

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0

Methoden der qualitativen Kommunikationsforschung

Semester: WS

SWS:1 Vorlesung, 2 SWS, 140

Sprache: Deutsch

Anteil Selbststudium (h):5 Leistungspunkte

Fachnummer: 963

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Inhalt

Das Fach vermittelt erweiterte Kenntnisse in der qualitativen Datenanalyse. Die Vorlesung vermittelt dabei die Kenntnisse der jeweiligen Analyseverfahren unter Berücksichtigung des jeweiligen Forschungskontextes, in den begleitenden Seminaren werden diese Kenntnisse an konkreten Anwendungen eingeübt.

Vorkenntnisse

Grundkenntnisse Methoden empirischer Sozialforschung (insbes. Techniken der Datenerhebung) Grundlagen der Medienwirkungs- und Rezeptionsforschung

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, die wichtigsten qualitativen Datenerhebungs- und -analysetechniken in konkreten Forschungszusammenhängen praktisch anzuwenden, die Methoden kritisch zu reflektieren und die mit solchen Methoden erhobenen Daten zu interpretieren und zu bewerten.

Medienformen

Vorlesungspräsentationen, Übungsaufgaben, Übungsdatensätze

Literatur

Bortz, Jürgen/Döring, Nicola (2003): Forschungsmethoden und Evaluation. 3. Aufl. Berlin, Heidelberg, New York u.a.: Springer. Diekmann, Andreas (1999): Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 5. Aufl. Reinbek: Rowohlt. Lamnek, Siegfried (1993): Qualitative Sozialforschung. Band 1: Methodologie. Weinheim: Psychologie Verlags Union. Strauss, Anselm L./Corbin, Juliet (1996): Grounded Theory: Grundlagen Qualitativer Sozialforschung. Weinheim: Psychologie Verlags Union.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	1	1	1	6
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	1	0	5
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	1	0	5

Forschungsseminar

Semester: SS u/o WS

SWS:2 SWS Seminar

Sprache: deutsch, englisch

Anteil Selbststudium (h):6 Leistungspunkte

Fachnummer: 1055

Fachverantwortlich: Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. A. Kirpal, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will, Prof. Dr. J. Wolling, N.N. (FGL MMA)

Inhalt

Forschungsseminare zielen auf die Festigung und Vertiefung von empirischer Methodenkompetenz sowie wissenschaftstheoretischen Grundlagenwissens anhand praktischer Beispiele. Studierende werden in die Lage versetzt, empirische Studien zu verstehen und zu beurteilen sowie eigene Daten zu erheben und auszuwerten. Das Angebotsspektrum für dieses Wahlpflichtfach orientiert sich am Ilmenauer Modell der Medienausbildung und umfasst das Forschungsseminar Medienkommunikation, das Forschungsseminar Medienkonzeption/Medienproduktion sowie das Forschungsseminar Medienmanagement / E-Business. Die konkreten Themenstellungen jedes Angebots werden rechtzeitig vor Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Vorkenntnisse

Methoden der empirischen Kommunikationsforschung; medientheoretische Grundlagen, medientechnische Grundlagen, medienwirtschaftliche Grundlagen

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, ihr grundlegendes fachliches und methodisches Wissen anzuwenden, um thematisch begrenzte Problemstellungen empirisch zu untersuchen. Sie können unter Anwendung der grundlegenden empirischen Methoden eigene Daten erheben und auszuwerten. Sie können die empirischen Befunde interpretieren und Lösungsempfehlungen geben.

Medienformen

Scripte, PPT-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben,

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	2	0	6
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	2	0	5
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	0	2	0	7

Anwendungsbereiche

Semester: SS und WS (Zweisesemester-Kurse)
Sprache: Deutsch, Englisch bei Bedarf
SWS: 1 SWS Vorlesung
Anteil Selbststudium (h): 250 h

Fachnummer: 1057

Fachverantwortlich: Hochschullehrer des Instituts für Medien- und Kommunikationswissenschaft

Inhalt

In dem Wahlpflicht-Modul werden berufsfeldspezifische Kenntnisse und instrumentelle Fertigkeiten für ein breites Spektrum von Medienberufen vermittelt und gefestigt. Die in den beiden zu wählenden Anwendungsbereichen erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen werden im Rahmen eines Medienprojekts gefestigt und bilden eine wichtige Voraussetzung für die Veranstaltungen im Modul Praxiswerkstätten.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

In den beiden Fächern des Wahlpflicht-Moduls werden berufsfeldspezifische Kenntnisse und instrumentelle Fertigkeiten für ein breites Spektrum von Berufen im Kommunikations- und Medienbereich vermittelt und im Medienprojekt gefestigt. Gegenstand der Vorlesungen, Übungen und Praktika in den beiden Wahlpflichtfächern ist die Vermittlung grundlegender berufsfeldspezifischer Fach- und Methodenkompetenzen sowie entsprechender instrumenteller Fertigkeiten.

Medienformen

Scripte, PPT-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

Anwendungsbereich 1 Anwendungsbereich 2 Medienprojekt (im Anwendungsbereich) Das Themenspektrum für die beiden Fächer "Anwendungsbereich 1" und "Anwendungsbereich 2" orientiert sich am Ilmenauer Modell der Medienausbildung und umfasst im Studienjahr 2005/2006 folgende Angebote: "Medienproduktion", "E-Learning", "Journalismus", "Organisationskommunikation/Öffentlichkeitsarbeit", "Empirische Analyse politischer Kommunikationsprozesse", "Mobile Medien. Produktion, Nutzung und Wirkung", "Medienmanagement in der Praxis" sowie "Hören und Sehen: Rundfunk im geteilten Deutschland". Nähere Informationen zu den einzelnen Angeboten können der <http://www.tu-ilmenau.de/site/ifmk/Lehrveranstaltungen.502.0.html> Beschreibung des Lehrangebots am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft entnommen werden.

Anwendungsbereich 1

Semester:
Sprache: Deutsch
SWS: Vorlesung (1 SWS)
Anteil Selbststudium (h): 6 Leistungspunkte

Fachnummer: 1753

Fachverantwortlich: Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. A. Kirpal, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will, Prof. Dr. J. Wolling, N.N. (FGL MMA)

Inhalt

In dem Fach werden berufsfeldspezifische Kenntnisse und instrumentelle Fertigkeiten vermittelt und gefestigt. Die Vielzahl der Themenstellungen für diesen und den anderen Anwendungsbereich deckt ein breites Spektrum von Medienberufen ab. Die in den beiden Wahlpflichtfächern erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen werden im Rahmen des Medienprojekts gefestigt und bilden eine wichtige Voraussetzung für die Veranstaltungen im Modul Praxiswerkstätten. Das Themenspektrum für die beiden Wahlpflichtfächer orientiert sich am Ilmenauer Modell der Medienausbildung und umfasst folgende Angebote: "Medienproduktion", "E-Learning", "Journalismus", "Organisationskommunikation/Öffentlichkeitsarbeit", "Empirische Analyse politischer Kommunikationsprozesse", "Mobile Medien. Produktion, Nutzung und Wirkung", "Medienmanagement in der Praxis" sowie "Hören und Sehen: Rundfunk im geteilten Deutschland". Nähere Informationen zu den einzelnen Angeboten können der <http://www.tu-ilmenau.de/site/ifmk/Lehrveranstaltungen.502.0.html> Beschreibung des Lehrangebots am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft entnommen werden.

Vorkenntnisse

Grundlegendes medienwissenschaftliches Fach- und Methodenwissen aus den Modulen Medientheorie 1 und 2 sowie Disziplinäre Ergänzung 1 und 2.

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden verfügen über die wesentlichen theoretischen und methodischen Kenntnisse, um Problemstellungen des thematisch eingegrenzten Berufsfeldes bearbeiten zu können. Sie sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse und instrumentellen Fertigkeiten auf kleinere praxisnahe Problemstellungen anzuwenden, Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln und hinsichtlich ihrer Güte zu bewerten.

Medienformen

Präsentationen, Tafelbild, Skripte, onlinebasierte studienbegleitende Unterlagen

Literatur

wird zu Beginn der jeweiligen Veranstaltungen bekannt gegeben

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	1	2	2	6
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	1	2	2	6

Anwendungsbereich 2

Semester:
Sprache: Deutsch
SWS: Vorlesung (1 SWS)
Anteil Selbststudium (h): 6 Leistungspunkte

Fachnummer: 1754

Fachverantwortlich: Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. A. Kirpal, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will, Prof. Dr. J. Wolling, N.N. (FGL MMA)

Inhalt

In dem Fach werden berufsfeldspezifische Kenntnisse und instrumentelle Fertigkeiten vermittelt und gefestigt. Die Vielzahl der Themenstellungen für diesen und den anderen Anwendungsbereich deckt ein breites Spektrum von Medienberufen ab. Die in den beiden Wahlpflichtfächern erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen werden im Rahmen des Medienprojekts gefestigt und bilden eine wichtige Voraussetzung für die Veranstaltungen im Modul Praxiswerkstätten. Das Themenspektrum für die beiden Wahlpflichtfächer orientiert sich am Ilmenauer Modell der Medienausbildung und umfasst folgende Angebote: "Medienproduktion", "E-Learning", "Journalismus", "Organisationskommunikation/Öffentlichkeitsarbeit", "Empirische Analyse politischer Kommunikationsprozesse", "Mobile Medien. Produktion, Nutzung und Wirkung", "Medienmanagement in der Praxis" sowie "Hören und Sehen: Rundfunk im geteilten Deutschland". Nähere Informationen zu den einzelnen Angeboten können der <http://www.tu-ilmenau.de/site/ifmk/Lehrveranstaltungen.502.0.html> Beschreibung des Lehrangebots am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft entnommen werden.

Vorkenntnisse

Grundlegendes medienwissenschaftliches Fach- und Methodenwissen aus den Modulen Medientheorie 1 und 2 sowie Disziplinäre Ergänzung 1 und 2.

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden verfügen über die wesentlichen theoretischen und methodischen Kenntnisse, um Problemstellungen des thematisch eingegrenzten Berufsfeldes bearbeiten zu können. Sie sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse und instrumentellen Fertigkeiten auf kleinere praxisnahe Problemstellungen anzuwenden, Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln und hinsichtlich ihrer Güte zu bewerten.

Medienformen

Präsentationen, Tafelbild, Skripte, onlinebasierte studienbegleitende Unterlagen

Literatur

wird zu Beginn der jeweiligen Veranstaltungen bekannt gegeben

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	1	2	2	6
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	1	2	2	6

Medienprojekt

Semester:

SWS: studienbegleitende

Sprache: deutsch, ggf. englisch

Anteil Selbststudium (h): 300 Stunden (10 ECTS-)

Fachnummer: 1755

Fachverantwortlich: Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. A. Kirpal, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will, Prof. Dr. J. Wolling, N.N. (FGL MMA)

Inhalt

Das Medienprojekt hat das Ziel, medienwissenschaftliche Themenstellungen auszuarbeiten, zu untersuchen und Lösungen zu erarbeiten. Es ist in der Regel langfristig angelegt, wird von einzelnen Studierenden oder von kleinen Gruppen bearbeitet und dient auch der Entwicklung der Fähigkeit zur Teamarbeit. Fachübergreifende Themenstellungen sind beim Medienprojekt erwünscht, insbesondere solche in Verbindung mit den Bachelor-Studiengängen Medientechnologie und Medienwirtschaft.

Vorkenntnisse

Vertiefte berufsfeldspezifische Kenntnisse aus den beiden gewählten Anwendungsbereichen

Lernergebnisse / Kompetenzen

Mit dem Medienprojekt zeigt der Studierende, dass er die wesentlichen Theorien und Methoden der von ihm gewählten berufsfeldorientierenden Anwendungsbereiche verstanden hat und auf eine praxisnahe Problemstellung weitgehend selbstständig anwenden kann. Er ist in der Lage, die in der Problemstellung vorhandene medienwissenschaftliche Themenstellungen herauszuarbeiten, zu untersuchen sowie Lösungen zu erarbeiten und zu bewerten. Darüber hinaus entwickelt der Studierende seine sozialen Kompetenzen, insbesondere die Fähigkeit zur Teamarbeit, sowie im Rahmen fachübergreifender Themenstellungen seine Schnittstellen- und Transferkompetenz.

Medienformen

Literatur

ist selbst zu recherchieren

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	7
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	300	0	10
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	0	0	330	11

Praxiswerkstätten

Semester: SS u/o WS

SWS:3 SWS Seminar

Sprache: deutsch, englisch

Anteil Selbststudium (h):30 h

Fachnummer: 1056

Fachverantwortlich: Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. A. Kirpal, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will, Prof. Dr. J. Wolling, N.N. (FGL MMA)

Inhalt

Praxiswerkstätten zielen wie die anderen Fächer in den berufsfeldorientierenden Modulen auf die Vermittlung und Festigung berufsfeldspezifischer Kenntnisse und instrumenteller Fertigkeiten für ein breites Spektrum von Medienberufen. Insbesondere dienen sie der Vertiefung der zuvor in spezifischen Anwendungsbereichen (z.B. Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus, Medienmanagement) erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen. Das Angebotsspektrum für dieses Wahlpflichtfach orientiert sich am Ilmenauer Modell der Medienausbildung und umfasst die Praxiswerkstätten Medienkommunikation, Medienkonzeption/ Medienproduktion sowie Medienmanagement / E-Business. Die konkreten Themenstellungen jedes Angebots werden rechtzeitig vor Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Vorkenntnisse

Grundlegende berufsfeldspezifische Kenntnisse und instrumentelle Fertigkeiten aus den medienpraktischen Anwendungen

Lernergebnisse / Kompetenzen

ja

Medienformen

Scripte, PPT-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

Praxiswerkstatt 1 Praxiswerkstatt 2

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0

Praxiswerkstatt 1

Semester: SWS:3 SWS Praxisseminar
 Sprache: deutsch, englisch Anteil Selbststudium (h):5 Leistungspunkte

Fachnummer: 1760

Fachverantwortlich: Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will, Prof. Broll, Dr. Schweiger

Inhalt

Praxiswerkstätten zielen wie die anderen Fächer in den berufsfeldorientierenden Modulen auf die Vermittlung und Festigung berufsfeldspezifischer Kenntnisse und instrumenteller Fertigkeiten für ein breites Spektrum von Medienberufen. Insbesondere dienen sie der Vertiefung der zuvor in spezifischen Anwendungsbereichen (z.B. Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus, Medienmanagement) erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen. Das Angebotsspektrum für dieses Wahlpflichtfach orientiert sich am Ilmenauer Modell der Medienausbildung und umfasst die Praxiswerkstätten Medienkommunikation, Medienkonzeption/ Medienproduktion sowie Medienmanagement / E-Business. Die konkreten Themenstellungen jedes Angebots werden rechtzeitig vor Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Vorkenntnisse

medienwissenschaftliches, medientechnisches und medienwirtschaftliches Grundlagenwissen

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden festigen und erweitern ihre berufsfeldspezifischen Kenntnisse und instrumentellen Fertigkeiten in spezifischen Bereichen eines breiten Spektrums von Medienberufen.

Medienformen

Folien, Tafelbilder, Reader, IT-Anwendungen

Literatur

wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	0	2	1	5
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	3	0	4
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	3	0	5

Praxiswerkstatt 2

Semester:

SWS:3 SWS Praxisseminar

Sprache: deutsch, englisch

Anteil Selbststudium (h):5 Leistungspunkte

Fachnummer: 1761

Fachverantwortlich: Betreuender Hochschullehrer

Inhalt

Praxiswerkstätten zielen wie die anderen Fächer in den berufsfeldorientierenden Modulen auf die Vermittlung und Festigung berufsfeldspezifischer Kenntnisse und instrumenteller Fertigkeiten für ein breites Spektrum von Medienberufen. Insbesondere dienen sie der Vertiefung der zuvor in spezifischen Anwendungsbereichen (z.B. Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus, Medienmanagement) erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen. Das Angebotsspektrum für dieses Wahlpflichtfach orientiert sich am Ilmenauer Modell der Medienausbildung und umfasst die Praxiswerkstätten Medienkommunikation, Medienkonzeption/ Medienproduktion sowie Medienmanagement / E-Business. Die konkreten Themenstellungen jedes Angebots werden rechtzeitig vor Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Vorkenntnisse

medienwissenschaftliches, medientechnisches und medienwirtschaftliches Grundlagenwissen

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden festigen und erweitern ihre berufsfeldspezifischen Kenntnisse und instrumentellen Fertigkeiten in spezifischen Bereichen eines breiten Spektrums von Medienberufen.

Medienformen

olien, Tafelbilder, Reader, IT-Anwendungen

Literatur

wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	3	0	5
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	3	0	4

Fachkommunikation Technik und Wirtschaft

Semester: WS

SWS:- 2 SWS Vorlesung

Sprache: Deutsch

Anteil Selbststudium (h):2 h

Fachnummer: 465

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Dr. Kirpal

Inhalt

- einführende Bemerkungen zu Wissenschaft, Technik, Wirtschaft und Kommunikation, - die medientheoretischen Grundlagen der Fachkommunikation auf den Gebieten Wissenschaft, Technik und Wirtschaft, - intra- und interkulturelle Fachkommunikation, - Ausführungen zur praktischen Technikkommunikation sowie - Technikkommunikation in Krisen-, Konflikt- und Katastrophensituationen

Vorkenntnisse

medien- und kommunikationstheoretische Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Das Ziel der Lehrveranstaltung besteht darin, auf der Grundlage medienwissenschaftlicher Kenntnisse Spezifika der Fachkommunikation auf den Gebieten Wissenschaft, Technik und Wirtschaft zu untersuchen sowie anhand typischer Anwendungsfelder der jeweiligen Fachkommunikation deren spezifische Eigenschaften und Problemstellungen zu analysieren.

Medienformen

Overheadfolien, Video

Literatur

Fachkommunikation Technik und Wirtschaft

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0

Fachkommunikation / Technik-PR

Semester:

SWS:V

/2

SWS

Sprache: Deutsch

Anteil Selbststudium (h):5 Leistungspunkte

Fachnummer: 1758

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Schweiger

Inhalt

Organisationskommunikation - Vermittlung von Basiswissen im Bereich Werbung - Werbung im Medienwandel - Werbewirkungsforschung und Kampagnenevaluation - Vermittlung von Basiswissen im Bereich Public Relations - PR im Medienwandel - Interne Kommunikation - PR-Evaluation und Kommunikations-Controlling Fachkommunikation als ausgewähltes Feld der Organisationskommunikation - Technische Kommunikation - Risiko-/Umweltkommunikation - Gesundheits- & Wissenschaftskommunikation

Vorkenntnisse

grundlegendes medientheoretisches Wissen

Lernergebnisse / Kompetenzen

- Vertiefen von Kenntnissen und Fertigkeiten im Bereich der Werbe- und Campagnenplanung und Public Relations - Kenntnisse über Ziele und Schwerpunkte der Online-Werbung und -PR - Kenntnis und Übung praxisrelevanter Werbe- und PR-Instrumente - Befähigung zur technikbezogenen Kommunikation mit Experten und Laien sowie Kenntnis der Voraussetzungen für einen erfolgreichen Wissenstransfer - Erlangen von Kenntnissen und Fertigkeiten in der Risiko-, Gesundheits- & Wissenschaftskommunikation - Vertiefen visuelle und verbale Fertigkeiten in der Organisations- und Fachkommunikation

Medienformen

Powerpoint-Präsentation, Video, Reader

Literatur

wird zu Beginn der LV bekannt gegeben

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	1	0	5
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	1	0	5
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	1	1	7

Schlüsselqualifikationen

Semester: SS und WS

SWS:

Sprache: deutsch, z.T. englisch

Anteil Selbststudium (h):

Fachnummer: 1071

Fachverantwortlich: Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. A. Kirpal, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will, Prof. Dr. J. Wolling, N.N. (FGL MMA)

Inhalt

In dem Modul werden Schlüsselqualifikationen wie Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen gefördert. Schwerpunkte sind dabei die Anwendung und der Transfer der erworbenen Soft Skills auf das spezifische Fachwissen im beruflichen Kontext.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Medienformen

Literatur

Einführung i. d. Technik d. wiss. Arbeitens Kommunikationstraining

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0

Einführung in die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens

Semester: WS

SWS:1 Vorlesung, 2 SWS, 120

Sprache: Deutsch

Anteil Selbststudium (h):3 Leistungspunkte

Fachnummer: 960

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Inhalt

Den Studierenden werden zu Beginn des Studiums wichtige Grundkenntnisse wissenschaftlichen Arbeitens vermittelt, die als Handwerkszeug für das gesamte weitere Studiums von zentraler Bedeutung sind. Dabei handelt es sich um Planung und Strukturierung der Arbeitsabläufe, Recherchetechniken, Umgang mit Quellen und Literatur und wissenschaftliches Präsentieren.

Vorkenntnisse

keine

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden können wissenschaftliche Arbeiten planen und strukturieren. Sie kennen die Techniken von Recherche und wissenschaftlicher Aufbereitung von Material und Literatur und sind in der Lage die Ergebnisse in schriftlicher und mündlicher Form zu präsentieren.

Medienformen

Vorlesungspräsentationen, Übungsaufgaben

Literatur

Eco, Umberto (2002): Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. 9. Aufl. Heidelberg. Franck, Norbert (2004): Handbuch wissenschaftliches Arbeiten. Frankfurt am Main: Fischer-Taschenbuch-Verlag. Kruse, Otto (1999): Keine Angst vor dem leeren Blatt: Ohne Schreibblockaden durchs Studium. 7. Aufl. Frankfurt am Main u.a.: Campus. Stary, Joachim (1997): Visualisieren: Ein Studien- und Praxisbuch. Berlin. Theisen, Manuel René (2005): Wissenschaftliches Arbeiten: Technik, Methodik, Form. 12. Aufl. München: Vahlen. Werder, Lutz von (1992): Kreatives Schreiben in den Wissenschaften. Berlin u.a.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	0	0	3
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	0	0	4
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	3

Kommunikationstraining

Semester: SS u/o WS

SWS:2 SWS Seminar

Sprache: deutsch, englisch

Anteil Selbststudium (h):30 h

Fachnummer: 1058

Fachverantwortlich: Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. A. Kirpal, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will, Prof. Dr. J. Wolling, N.N. (FGL MMA)

Inhalt

Im Kommunikationstraining werden Schlüsselqualifikationen wie Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen gefördert. Schwerpunkte sind dabei die Anwendung und der Transfer der erworbenen Soft Skills auf das spezifische Fachwissen im beruflichen Kontext, wobei der inhaltliche Fokus variiert zwischen Zeitmanagement, Konflikt- und Verhandlungstraining, Gender-Kompetenz, Rhetorik sowie Präsentationstechniken. Das Fach ist wahlobligatorisch organisiert, d.h. die Studierenden können aus mehreren Angeboten mit z.T. unterschiedlichen Schwerpunkten wählen.

Vorkenntnisse

Grundlegende berufsfeldspezifische Kenntnisse und instrumentelle Fertigkeiten aus den medienpraktischen Anwendungen

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden können den Entwicklungsstand ihrer Soft Skills im Bereich der Selbst-, und Sozialkompetenzen beurteilen. Auf der Basis der in der Veranstaltung behandelten Übungen sind sie in der Lage, die Entwicklung ihrer Softskills bewußter und zielgerichteter zu gestalten.

Medienformen

Scripte, PPT-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

wird zu Beginn der Veranstaltungen bekannt gegeben

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	2	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	2	0	2

Fremdsprache

Semester: SS und WS

SWS:

Sprache: englisch

Anteil Selbststudium (h):

Fachnummer: 1072

Fachverantwortlich: Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. A. Kirpal, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will, Prof. Dr. J. Wolling, N.N. (FGL MMA)

Inhalt

In dem Modul werden Fremdsprachenkenntnisse besonders in der englischen Sprache gefördert. Dabei werden zahlreiche Bezüge zum spezifischen Fachwissen der Kommunikations- und Medienwissenschaft sowie zu den Berufsfeldern für Absolventen des Studienganges hergestellt.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Medienformen

Literatur

Fremdsprache

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0

Allgemeinsprache (AS1 und AS2)

Semester:

SWS: Sprachunterricht,

Sprache: Englisch

Anteil Selbststudium (h): 120 Stunden

Fachnummer: 5008

Fachverantwortlich: Dr. Kerstin Steinberg-Rahal

Inhalt

Allgemeine und aktuelle Themen und effektiver Spracherwerb, internationale Bildungssysteme und beruflicher Werdegang. Spezialisierte Themen: Persönlichkeit und Arbeitswelt, die Welt der Medien und der Werbung. Vermittlung themenspezifischer Lexik und Grammatik, Training von typischen Sprachhandlungen in relevanten Situationen unter Einbeziehung von relevanten Textsorten und Kommunikationsverfahren (Telefonate, Bewerbungsschreiben, Lebensläufe, Vorstellungsgespräche etc.)

Vorkenntnisse

Abiturniveau

Lernergebnisse / Kompetenzen

BA Mathematik: Europäische Referenzrahmen Niveau B2 (2 SWS): Kann die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen verstehen; versteht im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen. Kann sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne größere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Kann sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben. BA AMW: Europäischer Referenzrahmen Niveau C1 (4 SWS): Kann ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. Kann sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Kann die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Kann sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden.

Medienformen

Video, DVD, CD, Kassette

Literatur

Skript

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	4	0	6
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	4	0	6
BA_Mathematik (Version 2008)	0	2	0	2
BA_Mathematik (Version 2005)	0	2	0	2

Informations- und Medientechnik

Semester: SS und WS

SWS:

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):

Fachnummer: 1075

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Schade, Prof. Dr. Seidel, Prof. Dr. Krömker

Inhalt

Gegenstand des Moduls sind die technologischen Rahmenbedingungen für moderne Medien- und Kommunikationsanwendungen. Ziel ist der Erwerb fachlicher Grundkenntnisse über die technischen Grundlagen digitaler Medien, die anhand praktischer Beispiele gefestigt werden. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Tools zur Gestaltung digitaler Medien zu nutzen.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Grundkenntnisse über die technischen Grundlagen digitaler Medien

Medienformen

Literatur

Angewandte Informationstechnik Angewandte Medientechnik Multimedia-Tools

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0

Mathematische Grundlagen

Semester: WS

SWS:2V

Sprache: Deutschsprachig

Anteil Selbststudium (h):60 Stunden

Fachnummer: 1024

Fachverantwortlich:PD Dr. E. Hexel

Inhalt

Komplexe Zahlen, Folgen und Reihen, Grenzwerte und Stetigkeit, Ableitung einer Funktion , unbestimmtes und bestimmtes Integral, Differential- und Integralrechnung für Funktionen mit einer Variablen und Anwendungen, Fouriertransformation

Vorkenntnisse

Abitur

Lernergebnisse / Kompetenzen

Der Student ist in der Lage, das in der Schule erlernte Wissen in Analysis in vollem Umfang auf einfache praktische Probleme aus Physik und Technik zu ihrer Lösung anzuwenden. Hierbei kann er geringfügige Erweiterungen des Schulstoffes (Komplexe Zahlen, Fouriertransformation) mit einbeziehen.

Medienformen

Skript / Lernalgorithmus

Literatur

T. Rießinger: Mathematik für Ingenieure, Springer, Berlin 2001 E. Plöching: Grundkurs höhere Mathematik, Verlag Harry Deutsch, Frankfurt 1995 A. Kemnitz: Mathematik zum Studienbeginn, Vieweg, Wiesbaden 2004 W. Preuß, G. Wenisch: Lehr- und Übungsbuch Mathematik Band 2: Analysis, Fachbuchverlag Leipzig 1996

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	1	0	3
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	1	0	3

Hardwaregrundlagen

Semester: WS

SWS:Vorlesung (alle Studenten):

Sprache: Deutsch

Anteil Selbststudium (h):3 Leistungspunkte

Fachnummer: 708

Fachverantwortlich:PD Dr.-Ing. habil. Franz Schmidt (k)

Inhalt

Vorgänge in elektrischen Netzwerken bei Gleichstrom (Grundbegriffe und Grundgesetze, Grundstromkreis, Kirchhoffsche Sätze, Superpositionsprinzip, Zweipoltheorie, Knotenspannungsanalyse) Das elektrostatische Feld, elektrische Erscheinungen in Nichtleitern (Grundgleichungen Kapazität und Kondensatoren, Verschiebungsstrom, Auf- und Entladung eines Kondensators) Der stationäre Magnetismus (Grundgleichungen, Berechnung einfacher technischer Magnetkreise) Elektromagnetische Induktion (Faradaysches Induktionsgesetz, Selbstinduktion u. Induktivität, Gegeninduktivität u. Gegeninduktion) Berechnung linearer Stromkreise bei sinusförmiger Erregung (Beschreibungsgrößen, Netzwerke bei sinusförmiger Erregung im Zeitbereich, die Berechnung von Wechselstromkreisen über die komplexe Ebene, Leistung, topologisches Zeigerdiagramm, Ortskurven, Frequenzkennlinien)

Vorkenntnisse

Allgemeine Hochschulreife Die Studierenden sollen die grundlegenden physikalischen Zusammenhänge und Erscheinungen des Elektromagnetismus verstehen und den zur Beschreibung erforderlichen mathematischen Apparat kennen. Sie sollen in der Lage sein, lineare zeitinvariante elektrische und elektronische Schaltungen bei Erregung durch Gleichgrößen, sowie bei einfachsten transienten Vorgängen zu analysieren. Weiterhin soll die Fähigkeit zur Analyse einfacher nichtlinearer Schaltungen bei Gleichstromerregung vermittelt werden. Die Studierenden sollen in der Lage sein, lineare zeitinvariante elektrische und elektronische Schaltungen und Systeme bei Erregung durch einwellige Wechselspannungen im stationären Fall zu analysieren.

Lernergebnisse / Kompetenzen

Medienformen

Präsenzstudium mit Selbststudienunterstützung durch webbasierte multimediale Lernumgebungen (www.getsoft.net)

Literatur

Seidel, H.-U.; Wagner, E.: Allgemeine Elektrotechnik, Gleichstrom - Felder - Wechselstrom, 3., neu bearbeitete Auflage, Carl Hanser Verlag München Wien 2003

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	1	0	3
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	1	0	3

Angewandte Informationstechnik

Semester: SS

SWS:Vorlesungen: 2 SWS

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):60 Stunden

Fachnummer: 60

Fachverantwortlich:Dr. Metz

Inhalt

Einführung, Motivation; Modell der Nachrichtenübertragung; Signale und Systeme im Zeit- und Frequenzbereich; Abtastung und Digitalisierung analoger Signale; Informationstheorie, Signalquellen, Quellencodierung; Übertragungskanal, Kanalkapazität; Verarbeitung analoger und digitaler Signale; Transformationen, Filter; Übertragung von Sprach- und Bildsignalen; Frequenz-, Zeit- und Codemultiplex, Modulationsverfahren. Regenerative Impulsübertragung, Leitungscodes. Kanalcodierung; Technische Realisierungen zur Ton- und Bildübertragung.

Vorkenntnisse

Grundlagen der Mathematik Grundlagen der Elektrotechnik

Lernergebnisse / Kompetenzen

Naturwissenschaftliche und angewandte Grundlagen Einbindung des angewandten Grundlagenwissens der Informationsverarbeitung

Medienformen

Folien, Skripte, Beamerpräsentation

Literatur

Klimant; Piotraschke; Schönfeld: Informations- und Kodierungstheorie. Teubner Verlagsgesellschaft 1996 Kreß; Irmer: Angewandte Systemtheorie. Verlag Technik 1989 Schrüfer, E.: Signalverarbeitung. Carl Hanser Verlag 1990 Dambacher, P.: Digitale Technik für Hörfunk und Fernsehen. Decker Verlag 1995 Schmenk; Waetjen: Multimedia verstehen, planen, einsetzen. Verlag C.H.Beck, München 1993 Preibisch: GSM-Mobilfunk-Übertragungstechnik. Verlag Schiele & Schön, Berlin 1994 David; Benkner: Digitale Mobilfunksysteme Heilemann, u.a.: Digitale Übertragungstechnik, PCM Grundlagen und Meßverfahren. expert verlag 1992 Rohling: Einführung in die Informations- und Codierungstheorie. Teubner Studienbücher/ Elektrotechnik 1995 Georg: Telekommunikationstechnik. Springer Verlag, Berlin, Heidelberg, New-York 1996 Pätzoldt: Mobilfunkkanäle. Vieweg Verlagsgesellschaft mbH 1999 Fliege: Informationstechnik. B.G. Teubner Stuttgart 1992 Proakis; Salehi: Grundlagen der Kommunikationstechnik. 2. Auflage Pearson Studium, 2004 Read: Nachrichten- und Informationstechnik. Pearson Studium, 2004

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	1	0	3
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	2	0	4
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	1	0	3

Angewandte Medientechnik

Semester: SS + WS

SWS:2

V

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):AMW (POV 2009): 80

Fachnummer: 164

Fachverantwortlich: Prof. Dr.-Ing. Hans-Peter Schade

Inhalt

0. Einleitung 1. Audiovisuelle Wahrnehmung 1.1 Das Ohr-Aufbau, Hörkurve, Psychoakustische Aspekte 1.1.1 Anatomie u. Physiologie 1.1.2. Psychoakustische Effekte 1.2. Das Auge-Aufbau, Gesichtssinn als Übertragungskanal 1.2.1. Physiologie des Sehens 1.2.2. Psychologie des Sehens 1.2.3. Gestaltung mit Licht 2. Medienein- u. ausgabe 2.1. Audio 2.1.1. Mikrofontechnik 2.1.2. Lautsprechersysteme 2.2. Video 2.2.1. Videosignal 2.2.2. Farbbildröhre 2.2.3. Flachbildwiedergabe 2.2.4. Großbildwiedergabe (Projektion) 2.3. Digitale Fotografie 2.4. Scanner 2.5. Filmabtastung 2.6. Einzelbildausgabe (Drucktechnik) 3. Medienspeicherung 3.1 Audio 3.1.1. Analoge Audiorecorder 3.1.3. Audio-Datenreduktionsverfahren 3.2 Video 3.2.1. Analoge Videorecorder 3.2.2. Digitale Videorecorder 3.2.3. Video-Datenreduktionsverfahren

Vorkenntnisse

mathematische und elektrotechnisch-physikalische Grundkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die Grundlagen der audiovisuellen Wahrnehmung und verstehen die wesentlichen Funktionsprinzipien der Medieneingabe,- ausgabe und - speicherung.

Medienformen

Vorlesungsfolien und Übungsaufgaben

Literatur

-G. Hauske: Systemtheorie der visuellen Wahrnehmung; B. G. Teubner; Stuttgart 1994 T. Görne: Mikrofone in Theorie und Praxis; Elektor Verlag; 1996 M. Warstadt, T. Görne: Studioteknik; Elektor Verlag; 1996 G. Webers: Handbuch der Film- u. Videotechnik; Franzis-Verlag 1993 U. Schmidt: Digitale Videotechnik; Franzis-Verlag 1996 A. Ziemer: Digitales Fernsehen; R. v. Deckers Verlag, G. Schenk 1994 P. Kammeier, A. Kammeier: Scannen u. Drucken; Addison-Wesley-Verlag 1992 P. Dambacher: Digitale Technik für Hörfunk u. Fernsehen; R. v. Deckers-Verlag 1995

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	2	1	5
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	1	1	4
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	1	1	4

Multimedia-Tools

Semester: WS

SWS:Vorlesung, 2 SWS;

Sprache: deutschsprachig

Anteil Selbststudium (h):2 Leistungspunkte

Fachnummer: 1007

Fachverantwortlich:Prof. Brandenburg/Prof. Krömker

Inhalt

Multimediatools vermittelt dem Studenten technische Begriffe und Verfahren aus dem Multimediabereich. Es werden Internettechnologien, Audio-/Videokompressionsverfahren, Autorenwerkzeuge, Multimedia-Standards sowie Grundlagen des Urheberrechts vermittelt. Die Seminaren helfen, die Vorlesungsinhalte zu verstehen und durch praktische Anwendung zu vertiefen.

Vorkenntnisse

Informationstechnik, Signaltheorie

Lernergebnisse / Kompetenzen

Fachkompetenz: Standards

Medienformen

Vorlesung, Foliensammlung (CopyShops, TU-Webseiten)

Literatur

Gibson, Jerry D.: Multimedia communications: directions and innovations. Academic Pr. San Diego. 2001 (53 INF ST 200 G449) Meissner, Hansgeorg: Digitale Multimediasysteme. Verlag Technik. Berlin. 1994 (69 ELT ZN 6040 M515) Becker, Eberhard: Digital Rights Management, Springer Verlag Künkel, Tobias: Streaming Media: Technologien, Standards, Anwendungen. Addison-Wesley. München. 2001 (53 INF ST 284 K95) Randerath, Detlef; Neumann, Christian: Streaming Media: Produktion und Broadcasting von Audio- und Video-Content im Web. Galileo Press. Bonn. 2001 (53 INF ST 205 R191)

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2

Informatik 1

Semester: SS und WS

SWS:

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):

Fachnummer: 1076

Fachverantwortlich: N.N. (FGL MMA), Prof. Dr. K.U. Sattler

Inhalt

Das Modul beschäftigt sich mit den Bausteinen der Informatik für Kommunikations- und Medienanwendungen. Ziel des Moduls ist der Erwerb fachlicher Grundkenntnisse zur Beschreibung und Umsetzung von Algorithmen, die anhand praktischer Aufgabenstellungen gefestigt werden.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Medienformen

Literatur

Elektronische Dokumente Algorithmen und Programmierung

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0

Elektronische Dokumente

Semester: WS und SS (zweitem. Kurs)

SWS:4 SWS

Sprache:
deutsch

Anteil Selbststudium (h):6 Leistungspunkte

Fachnummer: 486

Fachverantwortlich:N.N. (FGL MMA)

Inhalt

Die Vorlesung führt in die Grundlagen der Be- und Verarbeitung von elektronischen Dokumenten ein. Die Notwendigkeit zur Strukturierung solcher Dokumente wird dabei als zentrales Moment herausgestellt. Konkret fokussiert werden Office-(Text-) Dokumente und statische WWW-Seiten. Vorlesungsbegleitend erfolgt eine praktische Annäherung an das Themengebiet durch die Arbeit an webbasierten Wissenscollagen. In diesem Zusammenhang werden die Studierenden auch an Web 2.0-Anwendungen herangeführt. Sie erhalten so einen vertieften Einblick in die Möglichkeiten, die sich aus der Strukturierung elektronischer Dokumente ergeben. Im nachfolgenden Praktikum werden die theoretischen Erkenntnisse durch die praktische Erarbeitung einer Print- oder Webpublikation vertieft. Am Ende der Veranstaltung sind den Studierenden Zusammenhänge in der Arbeit mit Informationstechnologien, Interaktionstechniken mit verschiedenen Oberflächen, Anwendungen und Betriebssystemen sowie Anwendungen für verschiedene manipulative Zwecke (Text- und Bildverarbeitung, Dateimanagement, Web-Publishing und Präsentationen) vertraut

Vorkenntnisse

Die Studierenden sollten schon einmal einen Rechner (PC oder Laptop) zur Erstellung eines Textdokumentes verwendet haben.

Lernergebnisse / Kompetenzen

Angesichts der zunehmenden Bedeutung computervermittelter Kommunikation erkennen die Studierenden die Notwendigkeit zur Strukturierung digitaler Dokumente. Sie verstehen die derzeit üblichen Konzepte zur Strukturierung digitaler Textdokumente und besitzen Überblickswissen zur Strukturierung von Multimedia-Dokumenten sowie zur kollaborativen Erstellung und Bearbeitung digitaler Dokumente. Sie können die wesentlichen Applikationen und Techniken zur Erstellung von elektronischen Dokumenten für die Publikation im WWW sowie als Printproduktion anwenden.

Medienformen

Scripte, PPT-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

Als Einführung geeignet: Wilhem, Reimhard; Heckmann, Reinhold (1996): Grundlagen der Dokumentenverarbeitung. Addison Wesley, Bonn, Reading MA usw. 1996, 274 S. Und Henning, Peter A. (2000): Taschenbuch Multimedia. Fachbuchverlag Leipzig, Carl Hanser, München usw. 2000, 580 S.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	1	0	1	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	0	2	6
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	2	6

Algorithmen und Programmierung

Semester: 1

SWS:Vorlesung: 2 SWS

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):3 SWS Präsenz, 3 SWS

Fachnummer: 1313

Fachverantwortlich:Prof. Dr. Sattler

Inhalt

Historie, Grundbegriffe, Grundkonzepte von Java; Algorithmische Grundkonzepte: Algorithmenbegriff, Sprachen und Grammatiken, Datentypen, Terme; Algorithmenparadigmen; Ausgewählte Algorithmen: Suchen und Sortieren; Entwurf von Algorithmen; Abstrakte Datentypen, OOP und Grundlegende Datenstrukturen: Listen und Bäume; Hashverfahren

Vorkenntnisse

Abiturwissen

Lernergebnisse / Kompetenzen

Fachkompetenz: Die Studierenden verfügen über Kenntnisse zu algorithmischen Modellen, Basisalgorithmen und sind mit grundlegenden Datenstrukturen der Informatik vertraut. Methodenkompetenz: Sie sind in der Lage, diese hinsichtlich ihrer Eigenschaften und Anwendbarkeit für konkrete Problemstellungen zu bewerten und in eigenen kleineren Programmierprojekten in der Programmiersprache Java anzuwenden. Systemkompetenz: Die Studierenden verstehen die Wirkungsweise von Standardalgorithmen und -datenstrukturen und können diese in neuen Zusammenhängen einsetzen. Sozialkompetenz: Die Studierenden erarbeiten Lösungen zu einfachen Programmieraufgaben und können diese in der Gruppe analysieren und bewerten.

Medienformen

Vorlesung mit Präsentation und Tafel, Handouts, Lehrbuch

Literatur

G. Saake, K. Sattler: Algorithmen und Datenstrukturen. Dpunkt Verlag 2006 H.-P. Gumm, M. Sommer: Einführung in die Informatik. Oldenbourg 2006 M. Mössenböck: Sprechen Sie Java. Dpunkt Verlag 2005

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	1	0	4
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	1	0	5
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	1	0	5

Informatik 2

Semester: SS

SWS:

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):

Fachnummer: 1077

Fachverantwortlich: Prof. Dr. K.U. Sattler, Prof. Dr. G. Schäfer

Inhalt

Die Studierenden kennen die wesentlichen Bausteine der Informatik für Kommunikations- und Medienanwendungen. Sie verstehen elektronische Datenbank- und Netzanwendungen in ihrer Funktionsweise, kennen die Prinzipien ihrer Anwendung und können sich so diese Anwendungen nutzbar machen.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vermittlung von Wissen zur Funktionsweise von elektronischen Datenbank- und Netzanwendungen

Medienformen

Literatur

Datenbanken und Web Grundlagen der Telematik

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0

Datenbanken und Web

Semester: SWS:2 SWS Vorlesung
 Sprache: deutsch Anteil Selbststudium (h):60 Stunden

Fachnummer: 1763

Fachverantwortlich: Prof. Dr. K.U. Sattler

Inhalt

Es werden (theoretische) Grundlagen von Datenbanksystemen und deren Anwendungen - insbesondere zur Datenmodellierung und zu Abfragesprachen - vermittelt. Wichtige Aspekte der umfangreichen Funktionalität von Datenbanksystemen werden kurz vorgestellt. Ein weiterer Teil des Inhaltes ist der Nutzung von Datenbanksystemen für multimediale Daten und Anwendungen im Web gewidmet. Es ist kein Kurs zum Kennenlernen eines speziellen "Produkts"!!! Die Inhalte sind ausgerichtet auf reine Anwender.

Vorkenntnisse

Grundlagen der Informatik

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden verstehen die (theoretischen) Grundlagen von Datenbanksystemen und deren Anwendungen - insbesondere zur Datenmodellierung und zu Abfragesprachen. Sie kennen wichtige Aspekte der umfangreichen Funktionalität von Datenbanksystemen und verstehen die spezifischen Besonderheiten der Nutzung von Datenbanksystemen für multimediale Daten und Anwendungen im Web.

Medienformen

Vorlesungspräsentation, Foliensätze zum Download

Literatur

Heuer, A., Saake, G., Sattler, K.; Datenbanken kompakt., 2. Aufl., mitp-Verlag, Bonn, 2003 Heuer, A., Saake, G.: Datenbanken - Konzepte und Sprachen. 2. Aufl., mitp-Verlag, Bonn, Januar 2000 Kemper, A.; Eickler, A.; Datenbanksysteme. Eine Einführung. Oldenbourg- Verlag, 2001 Elmasri, R.; Navathe, S. B.; Grundlagen von Datenbanksystemen. Pearson Studium, 2002

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	0	0	2

Grundlagen der Telematik

Semester: SWS:Vorlesung: 2 SWS
 Sprache: Deutsch Anteil Selbststudium (h):2 SWS Präsenz plus 2

Fachnummer: 5640

Fachverantwortlich:Dr.-Ing. Werner Horn

Inhalt

1. Einführung und Überblick Internet, Netzwerkperipherie und Kernnetzwerk, Netzzugriff und physikalisches Medium, Internetstrukturen und ISPs, Verzögerung und Verlust von Paketen in paketvermittelten Netzen, Geschichte des Internet) 2. Anwendungsschicht Einführung zu Netzwerkanwendungen, Web und HTTP, FTP, P2P File Sharing, Socket Programmierung für UDP und TCP 3. Transportschicht Dienste der Transportschicht, Multiplexing und Demultiplexing, verbindungsloser Transport mit UDP, verbindungsorientierter Transport mit TCP, Fehlerkontrolle, Flusskontrolle, Staukontrolle 4. Netzwerkschicht Virtuelle Verbindungen vs. Datagramnetze; Aufgaben, Funktion eines Routers; Internet Procol (IP): Paketaufbau und Protokollfunktionen; Hilfsprotokolle und Protokollversionen; Routingalgorithmen: Distanzvektor- und Link-State-Verfahren 5. Sicherungsschicht Rahmensynchronisation; Fehlererkennung (Parität, Checksummen, Cyclic Redundancy Code) und -behebung; Medienzugriffsverfahren (TDMA, FDMA, CSMA/CD); Ethernet; Internetworking: Repeater, Brücken und Router

Vorkenntnisse

Hochschulzulassung Anfängervorlesung in Informatik oder Programmierung

Lernergebnisse / Kompetenzen

- **Fachkompetenz:** Die Studierenden verfügen über Kenntnisse und Überblickswissen zu Aufbau und Funktionsweise von Netzen, insbesondere des Internet.
- **Methodenkompetenz:** Die Studierenden sind in der Lage, einfache Protokollfunktionen zu spezifizieren und in Programmfragmente umzusetzen. Sie kennen Darstellung von Protokollabläufen in Form von Message Sequence Charts und können gültige Protokollabläufe auf der Grundlage von Zustandsautomaten nachvollziehen. Sie können die Anforderungen, die eine Multimediaanwendung an die Protokollfunktionalität stellt, analysieren.
- **Systemkompetenz:** Die Studierenden verstehen das grundsätzliche Zusammenwirken der Komponenten eines Netzes als System.
- **Sozialkompetenz:** Die Studierenden erarbeiten Problemlösungen einfacher Protokollfunktionen in der Gruppe und vertiefen bei Behandlung des Themas Geteilter Medienzugriff die technische Motivation für die Vorteile einer koordinierten Zusammenarbeit.

Medienformen

Vorlesung mit Tafel und Folien-Präsentationen, Arbeitsblätter. Lehrbuch

Literatur

• A. S. Tanenbaum. Computernetzwerke. Pearson Education. • J. F. Kurose, K. W. Ross. Computernetze. Pearson Education.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2

Grundlagen der Volks- und Betriebswirtschaftslehre

Semester: SS und WS

SWS:

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):

Fachnummer: 1078

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Inhalt

Das Modul dient dem Erwerb von Fach- und Methodenkompetenzen im Bereich der Wirtschaftswissenschaften. Insbesondere zielt es auf den Erwerb grundlegender Fach- und Methodenkompetenzen in Volks- und allgemeiner Betriebswirtschaftslehre.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Erwerb grundlegender Fachkompetenzen in Volks- und allgemeiner Betriebswirtschaftslehre

Medienformen

Literatur

Grundlagen der BWL Grundlagen der VWL

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0

Grundlagen der BWL

Semester: SS und WS (2-semesterig)

SWS:AMW (POV 2005 und

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):30 plus 45 Stunden

Fachnummer: 959

Fachverantwortlich:Prof. Trost

Inhalt

Gegenstand der Lehrveranstaltung sind die grundlegenden Theorien und Methoden der BWL. Behandelt werden folgende Themenbereiche:

- Grundlagen (z. B. Unternehmensverfassung, Steuern, Unternehmenszusammenschlüsse)
- Die elementaren betrieblichen Produktionsfaktoren
- Betriebliches Rechnungswesen
- Betriebliche Finanzwirtschaft
- Unternehmensführung und Organisation
- Die betriebliche Leistungserstellung
- Der Absatz

Vorkenntnisse

keine

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die grundlegenden Theorien und Methoden der BWL.

Medienformen

Presenter/Folien, Skript

Literatur

siehe Skript

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	1	0	3
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	4	1	0	5
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	4	1	0	5

Grundlagen der VWL

Semester: SS

SWS:2 SWS Vorlesung; 2 SWS

Sprache: Deutsch

Anteil Selbststudium (h):45 Stunden (geschätzt)

Fachnummer: 549

Fachverantwortlich:Prof. Dr. rer. pol. Fritz Söllner

Inhalt

In der Veranstaltung werden die Grundlagen volkswirtschaftlicher Zusammenhänge und mikroökonomische Kenntnisse anhand folgender Gliederung vermittelt: I. Einführung 1. Wirtschaft 2. Volkswirtschaft 3. Volkswirtschaftslehre II. Die Grundprobleme des Wirtschaftens 1. Die Güterproduktion in einer Periode 2. Die Güterproduktion über mehrere Perioden 3. Wirtschaftssysteme III. Wettbewerb und Marktwirtschaft 1. Die Preisbildung auf Märkten 2. Die Nachfrage durch Haushalte 3. Das Angebot durch Unternehmen 4. Die Lenkungsfunktion der Preise IV. Wirtschaftspolitik 1. Wettbewerbspolitik 2. Die Versorgung mit öffentlichen Gütern 3. Umverteilungspolitik 4. Konjunkturpolitik

Vorkenntnisse

keine

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die Grundlagen volkswirtschaftlicher Zusammenhänge und besitzen erste mikroökonomische Kenntnisse. Darüber verstehen sie die Rolle der Wirtschaftspolitik in der Gesellschaft.

Medienformen

keine

Literatur

Bartling, H. und Luzius, F. (2008): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 16. Aufl., München: Vahlen. Festel, G., Söllner, F. und Bamelis, P. (2001) (Hrsg.): Volkswirtschaftslehre für Chemiker, Berlin: Springer, insb. Kap. 2, 4, 7. Siebert, H. (2006): Einführung in die Volkswirtschaftslehre, 15. Aufl., Stuttgart: Kohlhammer. Söllner, F. (2001): Die Geschichte des ökonomischen Denkens, 2. Aufl., Berlin: Springer, insb. Kap. IV.2.1, V.1, VI.1. Woll, A. (2003): Allgemeine Volkswirtschaftslehre, 14. Aufl., München: Vahlen.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	1	0	3
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	1	0	3
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	1	0	3

Ökonomische Berufsfeldorientierung

Semester: SS und WS

SWS:

Sprache: deutsch, bei Bedarf englisch

Anteil Selbststudium (h):

Fachnummer: 1079

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Inhalt

Das Modul dient dem Erwerb von Fach- und Methodenkompetenzen im Bereich der Wirtschaftswissenschaften. Auf grundlegenden Fach- und Methodenkompetenzen in Volks- und allgemeiner Betriebswirtschaftslehre aufbauend erfolgt in diesem Modul eine berufsfeldorientierte Ausweitung auf den Gebieten der Medienökonomie, des Marketings und des Projektmanagements.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Festigung grundlegender Fach- und Methodenkompetenzen in Volks- und allgemeiner Betriebswirtschaftslehre unter Bezug auf die Gebiete der Medienökonomie, des Marketings und des Projektmanagements

Medienformen

Literatur

Grundlagen des Marketing Einführung in die Medienökonomie Projektmanagement

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0

Marketing 1

Semester: WS

SWS:Vorlesung: 2 SWS;

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):75 h

Fachnummer: 727

Fachverantwortlich:Prof. Dr. K. Gelbrich

Inhalt

Definition von Marketing Marketing-Konzeption Überblick über den Marketing-Mix Kundenorientierte Produktentwicklung Marken-Management Gestaltung von Preis und Konditionen Distribution und Handel Kommunikation

Vorkenntnisse

keine

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen den Begriff und die grundlegende Funktionsweise des Marketing. Sie sind in der Lage, eine Marketing-Konzeption für ein Unternehmen zu entwickeln (strategische Kompetenz) und lernen, wie man diese mithilfe geeigneter Instrumente des Marketing-Mix praktisch umsetzt (praktische Handlungskompetenz). Dabei wird durch das Lösen von Fallstudien in den Übungen neben Fachkompetenz auch Methodenkompetenz vermittelt.

Medienformen

begleitendes Skript, Power-Point-Präsentationen

Literatur

Becker, J.: Marketing-Konzeption, 7. Aufl., München 2002. Bruhn, M.: Marketing: Grundlagen für Studium und Praxis, 6. Aufl., Wiesbaden 2002. Diller, H. (Hrsg.): Vahlens Großes Marketinglexikon, 2. Aufl., München 2003. Fritz, W.; Oelsnitz, D. v. d.: Marketing: Elemente marktorientierter Unternehmensführung, 4. Aufl., Stuttgart 2006. Kotler, P.: Marketing-Management. Strategien für wertschaffendes Handeln, 12. Aufl., München 2006. Kotler, P.: Marketing management, 12th Ed., Saddle River, NJ 2006. Nieschlag, R.; Dichtl, E. ; Hörschgen, H.: Marketing; 19., überarb. und erg. Aufl., Berlin: Duncker & Humblot, 2002 Meffert, H.: Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 9. Aufl., Wiesbaden 2000. Müller-Hagedorn, L.; Schuckel, M.: Einführung in das Marketing, Stuttgart 2003. Schweiger, G.; Schrattenecker, G.: Werbung, 5. Aufl., Stuttgart 2001.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2
BA_Wirtschaftsinformatik (Version 2009)	2	1	0	4
BA_Mechatronik (Version 2008)	2	1	0	3
BA_Medienwirtschaft (Version 2006)	2	1	0	4
BA_Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption an berufsbildenden Schulen Erstfach Elektrotechnik, Zweifach Wirtschaftslehre	2	1	0	4
BA_Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption an berufsbildenden Schulen Erstfach Metalltechnik, Zweifach Wirtschaftslehre	2	1	0	4
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	0	0	2

Einführung in die Medienökonomie

Semester: SS

SWS:Vorlesung, 2/1 SWS

Sprache: Deutschsprachig

Anteil Selbststudium (h):1 WS in der Vorlesungszeit

Fachnummer: 999

Fachverantwortlich:Prof. Dr. Ralf Dewenter

Inhalt

1 Einführung 1.1 Definitionen und Grundlagen 1.2 Ökonomische Besonderheiten 1.3 Stand und Entwicklung des Mediensektors 2 Mikroökonomische Grundlagen 2.1 Allgemeine Grundlagen 2.2 Wechselkosten, Lock-in Effekte und Standards 2.3 Direkte und indirekte Netzwerkeffekte 2.4 Werbung und Werbemärkte 3 Marktstudie Printmedien: Printmedien als zweiseitige Märkte 3.1 Printmedien im Überblick 3.2 Ökonomische Besonderheiten von Printmedien 3.3 Zweiseitige Märkte 3.4 Printmedien und Wettbewerbspolitik 4 Marktstudie Rundfunk: Programmwahl, Produktdifferenzierung und Vielfalt 4.1 Rundfunkmärkte im Überblick 4.2 Programmwahl: Produktdifferenzierung und Vielfalt 4.3 Ökonomische Modelle zur Programmwahl 4.4 Wettbewerbspolitik und Vielfalt 5 Marktstudie Internet I: Ökonomische Grundlagen 5.1 Struktur und Besonderheiten des Internets 5.2 Internet-Pricing 5.3 Weitere Besonderheiten 6 Marktstudie Internet II: Spezielle Probleme 6.1 Tauschbörsen 6.2 Netzneutralität 6.3 NGNs/NGAs

Vorkenntnisse

Mikroökonomie

Lernergebnisse / Kompetenzen

Ziel der Veranstaltung ist es, eine Einführung in die aktuellen Themenkomplexe medienökonomischer Fragestellungen sowie einen Überblick über die in der Medienökonomie verwendeten Methoden zu geben. Neben einer Einführung in die relevanten mikroökonomischen Grundlagen erfolgt eine einführende Analyse ausgewählter Problemfelder, wie etwa die Theorie der zweiseitigen Märkte, die Problematik der Produktdifferenzierung in Medienmärkten oder aber ausgewählte Probleme des Internets. Die Inhalte werden jeweils anhand von Markt- und Industriestudien vermittelt, um direkte Anwendungen der theoretischen Konzepte zu gewährleisten. Fachkompetenz: Verständnis volkswirtschaftlicher Besonderheiten des Mediensektors

Medienformen

Darstellung mittels PowerPoint-Animation

Literatur

Heinrich, Jürgen: Medienökonomie, Band 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt. Westdeutscher Verlag GmbH, Opladen 1994. Heinrich, Jürgen: Medienökonomie, Band 2: Hörfunk und Fernsehen. Westdeutscher Verlag GmbH, Opladen 1999

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	0	0	2
BA_Medienwirtschaft (Version 2006)	2	1	0	4
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2
BA_Medienwirtschaft (Version 2009)	2	1	0	4
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	0	0	2

Projektmanagement 1

Semester: WS

SWS:Vorlesung/2

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):Vorlesung:

75

Fachnummer: 492

Fachverantwortlich:Univ.-Prof. Dr. Rainer Souren

Inhalt

VORLESUNG: Teil A: Konzeptionelle Grundlagen 1. Einführung in das Projektmanagement: Begriffe, Aufgaben und Planungsgegenstände 2. Projektorganisation und Projektteamführung 3. Projektstrukturierung Teil B: Ausgewählte Instrumente zur Unterstützung einzelner Phasen verschiedener Projektarten 4. Ist-Analyse und Erhebung wichtiger Anforderungen 5. Ideenfindung und Lösungsentwurf 6. Bewertung und Auswahl Teil C: Netzplantechnik als Instrument zur Projektplanung und -kontrolle 7. Konzept und grundlegende Typen 8. Zeitliche Planung und Überwachung des Projektfortschritts 9. Kapazitätswirtschaftliche Erweiterungen 10. Kostenmäßige und finanzplanerische Erweiterungen 11. Ausgewählte Optimierungsmodelle und Lösungsansätze 12. Stochastische Erweiterungen SEMINAR (für MT, 5. FS): Vertiefung des Lehrstoffs anhand kleinerer Übungs- und alter Klausuraufgaben SEMINAR (für AMW, 6. FS) Unternehmens- und Absolventenstudien belegen die Notwendigkeit von Projektmanagementkompetenz im Berufsalltag. Das Seminar ist deshalb ein von der Vorlesung unabhängiges Angebot hinsichtlich der von den Unternehmen geforderten praktischen Umsetzung der Projektmanagementmethodik. Es vermittelt die wesentlichsten Aspekte des Projektmanagements und wendet sie auf praktische Problemstellungen an. Dabei steht nicht so sehr die theoretische Kenntnis der Literatur, sondern die praktische Anwendung im Mittelpunkt.

Vorkenntnisse

Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

VORLESUNG: Die Studierenden besitzen detaillierte Kenntnisse der Planung, Steuerung, Organisation und des Controlling von Projekten. Sie beherrschen wichtige entscheidungstheoretische Ansätze zur Projektbewertung und können diese auch auf komplexe Auswahlentscheidungen anwenden. Mit dem Instrumentarium der Netzplantechnik sind sie zudem umfassend vertraut und können dabei Netzpläne unterschiedlicher Art modellieren, auswerten und rudimentär optimieren. SEMINAR (für AMW, 6. FS): 1. Kenntnis der wesentlichsten Grundbegriffe und Modelle des Projektmanagements 2. Eigenständige Abwicklung von Projekten 3. Erhöhung der Teamfähigkeit/Steigerung sozialer Kompetenz 4. Feedback und Input aus der Praxis

Medienformen

VORLESUNG: überwiegend Powerpoint-Präsentation per Beamer, ergänzender Einsatz des Presenters Lehrmaterial: Skript (PDF-Dateien der Vorlesungs-Präsentationen und Übungsaufgaben) auf Homepage und im Copy-Shop verfügbar SEMINAR (für AMW, 6. FS): Präsentationen der Teilnehmer Skript erhältlich auf der Homepage

Literatur

VORLESUNG: Zu den einzelnen Kapiteln wird stets eine Kernliteratur angegeben. Die Veranstaltung basiert dabei auf verschiedenen Lehrbüchern und ergänzenden Literaturbeiträgen. Einen guten Überblick über das Projektmanagement (und hierbei insbesondere die Netzplantechnik) liefern u.a. folgende Bücher: • Corsten, H.: Projektmanagement, München/Wien 2000. • Schwarze, J.: Projektmanagement mit Netzplantechnik, 8.A., Herne/Berlin 2001. • Zimmermann, J./Stark, C./Rieck, J.: Projektplanung, Berlin et al. 2005. SEMINAR (für AMW, 6. FS): Literatur im Skript

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2

Projektmanagement 2

Semester:

SWS:2 SWS

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):4 Leistungspunkte

Fachnummer: 6162

Fachverantwortlich:Ilka Siegmund

Inhalt

Unternehmens- und Absolventenstudien belegen die Notwendigkeit von Projektmanagementkompetenz im Berufsalltag. Das Seminar ist deshalb ein Angebot, das die von den Unternehmen geforderte praktische Umsetzung der Projektmanagementmethodik fördert. Es vermittelt die wesentlichen Aspekte des Projektmanagements und wendet sie auf praktische Problemstellungen an. Dabei stehen weniger die theoretische Kenntnis der Literatur als die praktische Anwendung im Mittelpunkt.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

1. Kenntnis der Grundbegriffe und Modelle des Projekt- und Innovationsmanagements 2. Eigenständige Durchführung von Projekten 3. Verbesserung der Teamfähigkeit und Steigerung sozialer Kompetenz 4. Feedback und Input aus der Praxis

Medienformen

Skript und weitere Materialien stehen auf der Veranstaltungswebseite zum Download bereit.

Literatur

Skript (s.o.)

Studiengang

BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)

V (SWS)

0

S (SWS)

2

P (SWS)

0

LP

4

Medienmanagement 1

Semester: SS

SWS:2/0/0

Sprache: Deutsch

Anteil Selbststudium (h):2 Aufwandspunkte

Fachnummer: 964

Fachverantwortlich: Prof. Will

Inhalt

- Grundlagen - Medienbranche & Medienunternehmen - Medienprodukte - Medienmärkte - Medienteilmärkte

Vorkenntnisse

Grundkenntnisse der allgemeinen BWL (aus der Veranstaltung ABWL für AMW)

Lernergebnisse / Kompetenzen

Am Ende der Veranstaltung - kennen Sie Besonderheiten von Medienmärkten und Medienunternehmen - erklären Sie medienwirtschaftliche Probleme auf der Grundlage und mit der Hilfe eines gefestigten betriebswirtschaftlichen Fakten-, Theorie- und Methodenwissens - nutzen Sie Ihr Wissen zur Lösung grundlegender medienwirtschaftlicher Aufgabenstellungen - sind Sie in der Lage, neue medienwirtschaftliche Probleme zu charakterisieren und zu strukturieren - beurteilen Sie betriebswirtschaftlich fundiert die Eignung von Lösungsvorschlägen für solche Probleme

Medienformen

Vorlesungsfolien werden begleitend online bereitgestellt.

Literatur

- Gläser, Martin: Medienmanagement. München 2008. - Doyle, Gillian: Understanding Media Economics. London 2002. - Homann, Karl; Suchanek, Andreas: Ökonomik – eine Einführung. 2. Auflage, Tübingen 2005. - Kiefer, Marie Luise: Medienökonomik. 2. Auflage, München, Wien 2005. - Gläser, Martin: Medienmanagement. München 2008. - Wirtz, Bernd W.: Medien- und Internetmanagement. 5. Auflage, Wiesbaden 2006. - Heinrich, Jürgen: Medienökonomie, Band 1, 2. Auflage, Wiesbaden 2001. - Heinrich, Jürgen: Medienökonomie, Band 2. Wiesbaden 1999.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	1	0	4
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2

Medienmanagement 2

Semester: WS

SWS:2/1/0

Sprache: Deutsch

Anteil Selbststudium (h):4 Aufwandspunkte

Fachnummer: 965

Fachverantwortlich:Prof. Will

Inhalt

A Strategisches Management 1. Unternehmenspolitik & -kultur 2. Strategisches Basiskonzept 3. Unternehmensgesamtstrategie & Geschäftsbereichsstrategie 4. Funktionale Strategien 5. Operatives Basiskonzept & Organisation 6. Personalmanagement B Innovationsmanagement und -kommunikation C Entrepreneurship

Vorkenntnisse

Kenntnisse der Medienoekonomie, des Medienmanagements (z.B. aus der Veranstaltung Medienmanagement I) und der allgemeinen BWL (z.B. aus der Veranstaltung BWL fuer AMW).

Lernergebnisse / Kompetenzen

Nach dieser Veranstaltung sollen Sie - Unternehmenspolitik und Unternehmenskultur als erfolgskritische Faktoren strategischen Handelns kennen - Wettbewerbsstrategien von Medienunternehmen auf Gesamtunternehmensebene und fuer Geschäftsbereiche formulieren koennen - Marketingstrategien (als die fuer TIMES-Unternehmen wichtigste funktionale Strategie) erklaren koennen - die Rolle von Geschäftsmodellen als Scharnier zwischen strategischem und operativem Bereich beschreiben koennen - die Bedeutung und Ausgestaltung von Organisation und Personalmanagement fuer Medienunternehmen erklaren koennen - die Grundlagen des Innovationsmanagements kennen - die Rolle der Kommunikation in Innovationsprozessen erlaeuern koennen - Unternehmertum als Chance fuer sich als Medien- und Kommunikationswissenschaftler entdeckt haben

Medienformen

Vorlesungsfolien werden begleitend online bereitgestellt. Seminarunterlagen werden zum Veranstaltungsbeginn als Reader bereitgestellt.

Literatur

wird am Beginn der Veranstaltung bekanntgegeben.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	1	0	4
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	1	0	4
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	2	0	4

Rechtswissenschaften

Semester: SS und WS

SWS:

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):

Fachnummer: 1081

Fachverantwortlich: Univ. Prof. Dr. Joachim Weyand

Inhalt

Auf der Basis einer Einführung in das Recht und die Methodik des juristischen Denkens und Argumentierens dient das Modul dem Erwerb grundlegender Fachkompetenzen aus dem Bereich des Zivilrechts. Hierauf aufbauend erfolgen der Erwerb und die Ausweitung spezifischer Kenntnisse im Medienrecht, die in allen Medienberufen, auf die das Studium zielt, unverzichtbar sind.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Erwerb grundlegender Fachkenntnisse aus dem Bereich des Zivilrechts und spezifischer Kenntnisse im Medienrecht

Medienformen

Literatur

Einführung in das Recht Zivilrecht 1 Einführung in das Medienrecht

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0

Einführung in das Recht

Semester: wird im Wechsel mit Prof.
 Sprache: Weyand gelesen
 deutsch

SWS:Vorlesung: 2 SWS
 Anteil Selbststudium (h):Vorlesung: 45

Fachnummer: 551

Fachverantwortlich:Univ.-Prof. Frank Fechner

Inhalt

1. Begriff, Funktion und Inhalt des Rechts
2. Aufgaben, Wirkungsweise und Grenzen des Rechts
3. Auslegung und Anwendung der Gesetze - Methoden des Rechts
4. Grundfragen des Staats- und Verfassungsrechts, Staatsprinzipien, oberste Staatsorgane, Überblick Grundrechte
5. Überblick Europarecht
6. Überblick Verwaltungsrecht
7. Überblick über die privatrechtlichen Rechtsgebiete

Vorkenntnisse

keine

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden werden befähigt, die Grundlagen des Rechts, dessen Aufgaben, Wirkungsweise und Grenzen (begriffliches Wissen) zu verstehen. Sie sollen nach dem Besuch der Veranstaltung in der Lage sein, die verschiedenen Rechtsgebiete voneinander abzugrenzen sowie das Recht der obersten Staatsorgane und die Staatsprinzipien (begriffliches Wissen) sowie die Methodik des deutschen Rechts (verfahrensorientiertes Wissen) anzuwenden. Letztlich lernen sie Teilbereiche des Zivilrechts, Verwaltungsrechts und Europarechts kennen (Faktenwissen). Hierdurch werden sie in die Lage versetzt, Erfolgsaussichten von Rechtsstreitigkeiten grob einzuschätzen und sich mit Juristen auf fachlicher Ebene austauschen zu können.

Medienformen

vorlesungsbegleitende Skripte

Literatur

Degenhart, Christoph: Staatsrecht 1. Staatsorganisationsrecht, 25. Aufl., 2009
 Detterbeck, Steffen: Öffentliches Recht: Staatsrecht, Verwaltungsrecht, Europarecht mit Übungsfällen, 7. Aufl. 2009.
 Haug, Volker: Staats- und Verwaltungsrecht: Fallbearbeitung, Übersichten, Schemata, 7. Aufl. 2008
 Jung, Jost: BGB Allgemeiner Teil. Der Allgemeine Teil des BGB, 2008
 Katz, Alfred: Grundkurs im Öffentlichen Recht, 18. Aufl. 2010
 Maurer, Hartmut: Staatsrecht I: Grundlagen, Verfassungsorgane, Staatsfunktionen, 6. Aufl., 2010
 Sodan, Helge / Ziekow, Jan: Grundkurs Öffentliches Recht: Staats- und Verwaltungsrecht, 4. Aufl. 2010
 Zippelius, Reinhold: Einführung in das Recht, 5. Aufl. 2008

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_polyvalent mit Lehramtsoption an berufsbildenden Schulen Erstfach Elektrotechnik (Version 2008)	2	1	0	4
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	0	0	2
BA_Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption an berufsbildenden Schulen Erstfach Metalltechnik, Zweitfach Wirtschaftslehre	2	1	0	4
BA_Werkstoffwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2
BA_Wirtschaftsinformatik (Version 2006)	2	1	0	3
BA_Optronik (Version 2008)	2	1	0	3
BA_Werkstoffwissenschaft (Version 2009)	2	0	0	2
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2
BA_Wirtschaftsinformatik (Version 2009)	2	1	0	3
BA_Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption an berufsbildenden Schulen Erstfach Elektrotechnik, Zweitfach Wirtschaftslehre	2	1	0	4
BA_Maschinenbau (Version 2008)	2	1	0	3
BA_Medienwirtschaft (Version 2006)	2	1	0	4
BA_Mechatronik (Version 2008)	2	1	0	3
BA_Wirtschaftsingenieurwesen (Version 2008)	2	1	0	3
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	0	0	2

Zivilrecht

Semester:

SWS:für alle: Vorl. 2 SWS + Üb.

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):45 h

Fachnummer: 1512

Fachverantwortlich:Univ. Prof. Dr. Joachim Weyand

Inhalt

I. Zivilrecht in der Rechtsordnung II. Rechtsgrundlagen des Zivilrechts III. Rechtssubjekte und Rechtsobjekte des Zivilrechts IV. Leitprinzipien des Zivilrechts V. Der Abschluss des Vertrages VI. Formfreiheit und formgebundene Rechtsgeschäfte VII. Grenzen des Vertrages/Rechtsgeschäftes VIII. Die Einschaltung von Hilfspersonen in den Vertragsschluss IX. Vertragsdurchführung und -beendigung X. Die Vertragshaftung XI. Durchsetzung des zivilrechtlichen Anspruchs

Vorkenntnisse

keine

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, grundlegende Begriffe des Privatrechts/Zivilrechts sicher anzuwenden, sie kennen die Rechtsgrundlagen des privaten Rechts und sind befähigt, die vorgegebenen Sachverhalte unter anzuwendende Vorschriften insbesondere des BGB zu subsumieren. Weiterhin können sie aufgeworfene Problemschwerpunkte strukturieren und mit Hilfe juristischer Auslegungsmethoden lösen.

Medienformen

pp-Präsentation, Vorlesungsskript, Übungsfälle mit ausformulierten Lösungen

Literatur

Däubler, BGB kompakt; Kittner, Schuldrecht; Medicus, Schuldrecht I; Schwab, Einführung Zivilrecht; Eisenhardt, Einführung Bürgerliches Recht; Musielak, Grundkurs BGB; Rüthers/Stadtler, AT BGB.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_polyvalent mit Lehramtsoption an berufsbildenden Schulen Erstfach Elektrotechnik (Version 2008)	2	1	0	4
BA_Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption an berufsbildenden Schulen Erstfach Metalltechnik, Zweifach Wirtschaftslehre	2	1	0	4
BA_Wirtschaftsinformatik (Version 2006)	2	1	0	3
BA_Wirtschaftsinformatik (Version 2009)	2	1	0	3
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2
BA_Technische Physik (Version 2008)	2	1	0	3
BA_Mechatronik (Version 2008)	2	1	0	3
BA_Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption an berufsbildenden Schulen Erstfach Elektrotechnik, Zweifach Wirtschaftslehre	2	1	0	4
BA_Medienwirtschaft (Version 2006)	2	1	0	4
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	0	0	2
BA_Wirtschaftsingenieurwesen (Version 2008)	2	1	0	3
BA_Technische Physik (Version 2005)	2	1	0	3
BA_Wirtschaftsingenieurwesen (Version 2009)	2	1	0	3
BA_Medienwirtschaft (Version 2009)	2	1	0	4
MA_Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (für Ingenieure, Informatiker, Naturwissenschaftler und Mathematiker) (Version 2009)	2	1	0	4
BA_Informatik (Version 2006)	2	1	0	4
BA_polyvalent mit Lehramtsoption an berufsbildenden Schulen Erstfach Metalltechnik (Version 2008)	2	1	0	4
BA_Wirtschaftsingenieurwesen (Version 2006)	2	1	0	3

Einführung in das Medienrecht

Semester: SS

SWS:2V 1S

Sprache: deutsch

Anteil Selbststudium (h):ca. 4 SWS

Fachnummer: 552

Fachverantwortlich:Univ. Prof. Frank Fechner

Inhalt

I. Grundlagen des Medienrechts 1. Verfassungsprinzipien 2. Grundrechte der Medien - Meinungsfreiheit - Informationsfreiheit - Pressefreiheit - Rundfunkfreiheit - Filmfreiheit - Freiheiten der Neuen Medien - Berufsfreiheit - Eigentumsfreiheit 3. Grundzüge des Allgemeines Persönlichkeitsrecht II. Einzelne Medien 1. Presse 2. Rundfunk 3. Neue Medien

Vorkenntnisse

keine

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden werden befähigt, die Grundlagen des Medienrechts zu verstehen (begriffliches Wissen). Dabei lernen sie die medienrelevanten Grundrechte wie die Meinungs- und Informationsfreiheit, die Medienfreiheiten, die Berufs- und Eigentumsfreiheit sowie das allgemeine Persönlichkeitsrecht zu analysieren, d.h. diese Grundrechte rechtswissenschaftlich zu prüfen und abzuwägen (verfahrensorientiertes Wissen). Ferner erlernen die Studierenden die Anwendung der Grundrechte einzelner Medien (Presse, Rundfunk, Neue Medien) (begriffliches Wissen). Hierdurch werden die sie in die Lage versetzt, Erfolgsaussichten von medienrechtlichen Rechtsstreitigkeiten grob einzuschätzen und sich mit Juristen auf fachlicher Ebene austauschen zu können.

Medienformen

vorlesungsbegleitende Skripte

Literatur

Lehrbücher Branahl, Udo: Medienrecht. Eine Einführung, 6. Aufl. 2009. Dörr, Dieter / Schwartmann, Rolf: Medienrecht, 2. Aufl. 2008. Fechner, Frank: Medienrecht, 11. Aufl. 2010. Paschke, Marian: Medienrecht, 3. Aufl. 2009. Petersen, Jens: Medienrecht, 4. Aufl. 2008. Beater, Axel: Medienrecht, 2007. Prinz, Matthias / Peters, Butz: Medienrecht: Die zivilrechtlichen Ansprüche, 1999. Rechtstext-Ausgaben Fechner, Frank / Mayer, Johannes C. (Hrsg.): Medienrecht. Vorschriftensammlung, 6. Aufl. 2010. Rechtsprechungssammlung Fechner, Frank: Entscheidungen zum Medienrecht, 2. Aufl. 2010. Fallsammlungen Fechner, Frank: Fälle und Lösungen zum Medienrecht, 2. Aufl. 2009. Pfeifer, Karl-Nikolaus / Dörre, Tanja: Übungen im Medienrecht, 2008.

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	2	0	0	2
BA_Medienwirtschaft (Version 2009)	2	1	0	4
BA_Medientechnologie (Version 2008)	2	1	0	3
BA_Medientechnologie (Version 2006)	2	1	0	3
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	2	1	0	3
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	2	0	0	2
BA_Medienwirtschaft (Version 2006)	2	1	0	4

Fachpraktikum

Semester: SS u/o WS
Sprache: Deutsch, bei Bedarf Englisch
SWS: berufspraktisch
Anteil Selbststudium (h): 50 Stunden

Fachnummer: 1059

Fachverantwortlich: Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will, Prof. Broll, Dr. Schweiger

Inhalt

Das Fachpraktikum mit einer Dauer von mindestens 16 Wochen dient der Überprüfung, Anwendung und Vertiefung bzw. Erweiterung bisher erworbenen Wissens und erworbener Fähigkeiten unter den Bedingungen eines späteren beruflichen Einsatzfeldes. Es umfasst Tätigkeiten in medialen Arbeitsprozessen und -methoden und orientiert sich an einem dem Erkenntnisstand entsprechenden Niveau. Daneben macht das Praktikum mit organisatorischen und sozialen Verhältnissen in Unternehmen und anderen Organisationen bekannt und führt die Studierenden an spätere berufliche Tätigkeiten heran.

Vorkenntnisse

Grundlegende berufsfeldspezifische Kenntnisse und instrumentelle Fertigkeiten, insbesondere aus den Angeboten der Wahlpflichtfächer "Organisationskommunikation/Journalismus" und "Medienproduktion/ Medienmanagement"

Lernergebnisse / Kompetenzen

Das Fachpraktikum befähigt die Studierenden, die im Studium erworbenen theoretischen Kenntnisse im berufspraktischen Kontext auf reale Problemstellungen anzuwenden und sich so auf die praktische Berufswelt vorzubereiten. Fachliches und fachübergreifendes Wissen sollen erprobt und angewandt werden. Weiterhin sollen die Studierenden die Sozialstruktur des Praktikumsunternehmens kennenlernen und soziale sowie kommunikative Kompetenzen vertiefen.

Medienformen

selbstständige Recherche bzw. Bekanntgabe im Praktikumsbetrieb

Literatur

selbstständige Recherche bzw. Bekanntgabe im Praktikumsbetrieb

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	23
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	0	0	0	23
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	30

Bachelor-Arbeit, Kandidatenseminar und Kolloquium

Semester:

SWS:

Sprache:

Anteil Selbststudium (h):

Fachnummer: 5090

Fachverantwortlich: Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will, Prof. Broll, Dr. Schweiger

Inhalt

Die Studierenden können sich auf der Grundlage von Fachliteratur und der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen mit einem Thema eigenständig ausführlich wissenschaftlich auseinandersetzen, ihr Vorgehen und ihre Erkenntnisse schriftlich sowie in einem Vortrag darstellen und in der Diskussion verteidigen. Sie sind in der Lage ihr Vorgehen fortwährend zu reflektieren und auf der Basis einer überblicksartigen Darstellung mit einem Fachpublikum zu diskutieren.

Vorkenntnisse

Lernergebnisse / Kompetenzen

Medienformen

Literatur

Bachelor-Kandidatenseminar Bachelorarbeit

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	0
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	0

Bachelor-Kandidatenseminar

Semester: SWS:1 SWS in Form von
Sprache: deutsch, ggf. englisch Anteil Selbststudium (h):30 Stunden

Fachnummer: 5091

Fachverantwortlich: Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will, Prof. Broll, Dr. Schweiger

Inhalt

Im Rahmen des Kandidatenseminars soll das Ziel und die Problemstellung der Arbeit sowie die Ableitung der Vorgehensweise vorgestellt und diskutiert werden. Es dient zudem der Vorbereitung auf das die Bachelorarbeit abschließende Kolloquium, in dessen Rahmen die wesentlichen Ergebnisse und Erkenntnisse in einem Vortrag dargestellt und in der Diskussion verteidigt werden sollen.

Vorkenntnisse

Vertieftes medientheoretisches und kommunikationswissenschaftliches Fach- und Methodenwissen; erweitertes medientechnisches und informatisches Grundlagenwissen; erweitertes medienwirtschaftliches Grundlagenwissen

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden können ihr Vorgehen bei der eigenständigen Erarbeitung einer wissenschaftlichen Fragestellung reflektieren und auf der Basis einer überblicksartigen Darstellung mit einem Fachpublikum diskutieren.

Medienformen

selbst erstellte Präsentationen bzw. Handouts

Literatur

Handreichung zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten am Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft; Weitere Literatur ist eigenständig zu recherchieren

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	1	0	1
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	0	1	0	1
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	1	0	1

Bachelorarbeit

Semester: WS u/o SS

SWS:selbstständige Arbeit

Sprache: deutsch, bei Bedarf englisch
Zusammenfassung in deutsch
und englisch

Anteil Selbststudium (h):360 h Bachelorarbeit

Fachnummer: 1060

Fachverantwortlich:Prof. Dr. N. Döring, Prof. Dr. P. Klimsa, Prof. Dr. M. Löffelholz, Prof. Dr. A. Will,
Prof. Broll, Dr. Schweiger

Inhalt

Mit der das Studium abschließenden Bachelor-Arbeit sollen die Studierenden ihre Fähigkeit unter Beweis stellen, sich auf der Grundlage von Fachliteratur und der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen mit einem Thema ausführlich wissenschaftlich auseinanderzusetzen und das Vorgehen sowie die Ergebnisse schriftlich darzustellen.

Vorkenntnisse

Vertieftes medientheoretisches und kommunikationswissenschaftliches Fach- und Methodenwissen; erweitertes medientechnisches und informatisches Grundlagenwissen; erweitertes medienwirtschaftliches Grundlagenwissen

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden können sich auf der Grundlage von Fachliteratur und der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen mit einem Thema eigenständig ausführlich wissenschaftlich auseinanderzusetzen, ihr Vorgehen und ihre Erkenntnisse schriftlich sowie in einem Vortrag darzustellen und in der Diskussion zu verteidigen.

Medienformen

ist eigenständig zu recherchieren bzw. zu erstellen

Literatur

Handreichung zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten am Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft; Weitere Literatur ist eigenständig zu recherchieren

Studiengang	V (SWS)	S (SWS)	P (SWS)	LP
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2005)	0	0	0	12
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2007)	0	0	0	12
BA_Angewandte Medienwissenschaft (Version 2009)	0	0	0	12