DHBW
Duale Hochschule
Baden-Württemberg

Modulhandbuch

Studienbereich Wirtschaft
School of Business

Studiengang
Medien
Media

Studienrichtung
Digitale Medien
Digital Media

Studienakademie
MANNHEIM

Curriculum (Pflicht und Wahlmodule)

Aufgrund der Vielzahl unterschiedlicher Zusammenstellungen von Modulen können die spezifischen Angebote hier nicht im Detail abgebildet werden. Nicht jedes Modul ist beliebig kombinierbar und wird möglicherweise auch nicht in jedem Studienjahr angeboten. Die Summe der ECTS aller Module inklusive der Bachelorarbeit umfasst 210 Credits.

	FESTGELEGTER MODULBEREICH		
NUMMER	MODULBEZEICHNUNG	VERORTUNG	ECTS
W3ME_901	Bachelorarbeit	-	12
W3ME_101	Medienprojekt: Grundlagen	1. Studienjahr	10
W3ME_DM101	Technische Grundlagen der Webentwicklung	1. Studienjahr	7
W3ME_DM102	Medienprojektmanagement	1. Studienjahr	6
W3ME_DM103	Visuelle Kommunikation	1. Studienjahr	8
W3ME_DM104	Mathematisch-Naturwissenschaftliche Grundlagen	1. Studienjahr	7
W3ME_DM105	Crossmediales Publishing	1. Studienjahr	7
W3ME_DM701	Schlüsselqualifikationen I	1. Studienjahr	5
W3ME_DM801	Praxismodul I	1. Studienjahr	20
W3ME_102	Medienprojekt: Systeme	2. Studienjahr	10
W3ME_201	Grundlagen des Managements	2. Studienjahr	5
W3ME_DM201	Strategische Kommunikation	2. Studienjahr	6
W3ME_DM202	Mobile Computing	2. Studienjahr	5
W3ME_DM203	Imagedesign und Bewegbilddesign	2. Studienjahr	9
W3ME_DM401	Anwendungsentwicklung	2. Studienjahr	10
W3ME_DM402	Medienplanung- und Realisierung	2. Studienjahr	10
W3ME_DM702	Schlüsselqualifikationen II	2. Studienjahr	5
W3ME_DM802	Praxismodul II	2. Studienjahr	20
W3ME_103	Medienprojekt: Strategien	3. Studienjahr	10
W3ME_202	Integriertes Management	3. Studienjahr	5
W3ME_DM301	Medienforschung	3. Studienjahr	6
W3ME_DM302	Channel Publishing	3. Studienjahr	9
W3ME_DM303	Integrationsseminar zu Medienthemen	3. Studienjahr	5
W3ME_DM403	Künstliche Intelligenz und Datenbanken	3. Studienjahr	10
W3ME_DM404	UX und UI	3. Studienjahr	10
W3ME_DM405	Unternehmenskommunikation	3. Studienjahr	10
W3ME_DM406	Big Data Management und UCD	3. Studienjahr	10
W3ME_DM703	Schlüsselqualifikationen III	3. Studienjahr	5
W3ME_DM803	Praxismodul III	3. Studienjahr	8

Bachelorarbeit (W3ME_901)

Bachelor Thesis

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_901	-	1		

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Bachelorarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
360	0	360	12

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über breites fachliches Wissen und sind in der Lage, auf Basis des aktuellen Forschungsstandes und ihrer Erkenntnisse aus der Praxis in ihrem Themengebiet praktische und wissenschaftliche hemenstellungen zu identifizieren und zu lösen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen das Spektrum der in ihrer Fachdisziplin zur Verfügung stehenden Methoden und können diese im Kontext der Bearbeitung von praktischen und wissenschaftlichen Problemstellungen kritisch reflektieren und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können selbständig und eigenverantwortlich betriebliche Problemstellungen bearbeiten und neue innovative Themenfelder in die praktische Diskussion einbringen. Vor dem Hintergrund einer guten Problemlösung legen sie bei der Bearbeitung besonderes Augenmerk auf die reibungslose Zusammenarbeit mit Kollegen und mit Dritten. In diesem Kontext zeigen sie Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit und Konfliktfähigkeit.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können ihr Fachwissen und ihr Methodenverständnis zur Ableitung einer innovativen und aktuellen betrieblichen Problemstellung für ihre Abschlussarbeit einsetzen. Die Problemstellung, die einen deutlichen Bezug zu der jeweiligen Studienrichtung aufweisen sollte, lösen sie selbstständig unter Berücksichtigung aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse im gewählten Themengebiet innerhalb einer vorgeschriebenen Frist. Hierbei berücksichtigen Sie aktuelle wissenschaftliche und branchenbezogene Quellen sowie die Regeln wissenschaftlichen Arbeitens. Die kritische Reflektion von theoretischen Ansätzen und praktischen Lösungsmustern ist für die Studierenden selbstverständlich. Die Studierenden beherrschen weiterhin die Fachterminologie und sind in der Lage, Begriffe zu operationalisieren, Daten zu erheben, auszuwerten und Ergebnisse zu visualisieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Bachelorarbeit	0	360
Innerhalb einer vorgegebenen Frist wird eine praxisbezogene Problemstellung selbstständig unter Anwendung praxisbezogener sowie wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden bearbeitet.		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Aktuelle Spezialliteratur und Online-Quellen zu den gewählten Themenfeldern und Funktionsbereichen.

Medienprojekt: Grundlagen (W3ME_101)

Media Project: Basics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_101	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Arnulf Mester	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Projektbericht (mit Präsentation)	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	120	180	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben sich projektthemenspezifisches Fachwissen angeeignet (fachinhaltliche Perspektive). Sie haben projektspezifisches Basiswissen für Projekte erworben (Projektmanagement-Perspektive).

METHODENKOMPETENZ

Es wurden grundlegende fach- und projektspezifische Methoden für Projekte erlernt und angewendet.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben in Medienprojekten erste Erfahrungen gesammelt. Sie sind sich der Wichtigkeit der Übernahme von Verantwortung für sich und andere bewusst. Sie sind sensibilisiert für eigene und gruppenbezogene Stärken und Defizite und für das Arbeiten an ihren Defiziten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erproben und erfahren Schlüsselqualifikationen im Kontext einfacher Projekte.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Medienprojekt: Grundlagen	120	180

Spezifische fachliche Inhalte sind projektabhängig;
Allgemeine Inhalte umfassen das Arbeiten in und das Management von (einfachen) Projekten, Ergebnis-/Ziel- und Kundenorientierung, Kooperation, Kommunikation, Prozesse, methodische Fundierung, Reflexion

BESONDERHEITEN

- Für die vor Lehrveranstaltungsbeginn durchzuführende konkrete Konfiguration eines Projektmoduls (z.B. Konkretisierung der Lernziele, Konkretisierung der Projekte/Themen, zugrundeliegende Literatur, Art und Umfang des Beitrags von Lehrenden) ist für einen konkreten Durchlauf die Studiengangsleitung oder ein von ihr lokal benannter Projektmodulbeauftragter oder ein lokal benanntes Projektlehregremium verantwortlich.
- Projektmodule verbinden Theorie und Praxis.
- Ein Projektmodul behandelt ein einzelnes Projekt oder mehrere entsprechend kleinere (Teil-)Projekte.
- Ein Projektmodul beinhaltet im Regelfall Gruppenprojekte, je nach Komplexität aber auch Einzelprojekte.
- Werden statt Einzelprojekte Gruppenprojekte durchgeführt, so sind Gruppen mit i.d.R. drei Teilnehmern anzustreben.
- Es können – insbesondere bei interdisziplinären Projekten – mehrere Lehrende (auch zeitgleich) beteiligt sein. I.d.R. werden Projekte durch mehrere sich fachlich, methodisch und rollenspezifisch ergänzende Lehrende betreut.
- Lehrende können projekt- und projektthemaspezifische Lehrveranstaltungen im Modul anbieten.
- Lehrende können insbesondere über Coaching-Elemente als Berater in Projekte eingebunden sein.
- Neben Gruppen können auch direkt einzelne Studierende Ziel von Coaching- und Reflexionselementen durch Lehrende und Mitstudierende sein.
- Ein Projektmodul kann sich fachlich und inhaltlich auf andere Module beziehen bzw. mit anderen Modulen verbunden sein.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Fachspezifische Literaturangaben richten sich nach den konkreten Projektthemen der Lehreinheit bzw. konkreten Coaching-Anlasses

Becker, F.: Teamarbeit, Teampsychologie, Teamentwicklung, Berlin: Springer

GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement/Gessler, M., SPM Swiss Project Management Association (Hrsg.): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM3): Handbuch für die Projektarbeit, Qualifizierung und Zertifizierung auf Basis der IPMA Competence Baseline Version 3.0, Nürnberg: GMP

Kuster, J. et al: Handbuch Projektmanagement: Agil – klassisch – hybrid, Berlin: Springer Gabler

Siwon, P.: Die menschliche Seite des Projekterfolgs, Heidelberg: dpunkt

Technische Grundlagen der Webentwicklung (W3ME_DM101)

Technical Basics of Web Development

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM101	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Jürgen Redelius	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Kombinierte Modulprüfung (Klausur und Präsentation)	150	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
210	84	126	7

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Studierende werden in die Lage versetzt, Web-Anwendungen in Hinblick auf Usability einzuschätzen. Sie kennen die grundlegende Funktionsweise und Geschichte des Internets sowie einige Basistechnologien. Sie erlernen die Möglichkeiten und Grenzen während der Verwendung von digitalen Medien in Webanwendungen. Die Teilnehmer sind in der Lage, technische und sicherheitsrelevante Zusammenhänge zu verstehen, die mit der Kommunikation und Anwendungen im Internet in Verbindung stehen. Studierende können bei Planungen und Umsetzung fachlich mit Experten z. B. von externen Agenturen argumentieren. Ihnen sind dazu die wichtigen Grundbegriffe und Methoden bekannt.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls eigenständig einfache Websites erstellen und Medien (Bild, Video etc.) fachgerecht einsetzen. Sie erwerben die Fähigkeit, technische und sicherheitsrelevante Instrumente und Verfahren im Modulkontext grundlegend anzuwenden und zu bewerten (z.B. Planung einer für den Zweck optimierten Internetanwendung, Absichern von Daten und Kommunikation, resourcenoptimierte Datenhaltung, kostenoptimierte Anwendungsentwicklung). In dem erlernten Themenbereich sind sie darüber hinaus methodisch in der Lage, selbständig technische Fehlplanungen von Projekten zu erkennen, wobei sie bei komplexen technischen oder sicherheitsrelevanten Strukturen die Problematik benennen, die besseren technischen oder sicherheitsrelevanten Verfahren aufzeigen und zu vertretbaren Beurteilungen kommen können.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Sie erlernen, sich fachlich medientechnischen Herausforderungen zu stellen und Vorgaben mit den ihnen technisch gegebenen Möglichkeiten umzusetzen. Sie lernen auftretende Probleme zu lösen bzw. alternative Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln. Die Studierenden sind sensibilisiert für die technischen Grenzen bei der Umsetzung von Web-Anwendungen. Gleichermaßen sind ihnen die Grenzen der erlernten Methoden und Verfahren bewusst. Die Studierenden können konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und sind offen für Anregungen. Sie entwickeln die Fähigkeit, Konzepte und Vorschläge von Fachspezialisten kompetent zu bewerten. Sie haben gelernt ihren Standpunkt unter Heranziehung von fundierten Grundlagen zu verteidigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden beteiligen sich aktiv an praktischen Aufgaben und übernehmen zunehmend Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie beteiligen sich aktiv an fachlichen Diskussionen und setzen eigene Web-Projekte unter vorgegebenen Bedingungen um. Das kreative Denken und die kritische Auseinandersetzung mit Lösungsansätzen wird angeregt. Die Studierenden lernen, sich sowohl in Kund/-innen als auch in Dienstleister/-innenpositionen hineinzuversetzen. Sie können ihren Standpunkt unter Heranziehung einer grundlegenden technischen Vorbildung begründen und sind in der Lage, die Anwendungsprämissen der einzelnen erlernten Verfahren vor dem Hintergrund konkreter Problemstellungen kritisch zu reflektieren und zu bewerten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Webtechnologien	48	72

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung: Technische Funktionsweise und Geschichte des Internets, Protokolle (HTTP, FTP, u. w.), Transport von Daten im Internet (IP und TCP Protokoll), Usability, DIN EN ISO 9241-11, Sinneskanäle der Mediennutzer, Aufbau, Organisation und Standards (RFC's) im Internet, Domain Name System (DNS), IP-Adressen, Client- Server-Prinzip, Uniform Ressource Locators (URL's), Entities, Zeichencodierung (UTF-8), Audio- und Videoformate, Codecs, Kompressionsverfahren, Pixel- und Vektorgrafiken mit zugehörigen Standards, Tags, Einführung in HTML5, Editoren, Organisation von HTML-Files, Pfade, Validieren von HTML-Files, Einführung in CSS, Validieren von CSS-Styles, Media Queries, Responsive Webdesign.		
Internet-Technologien	36	54
IP-Routing, Clients und Server: E-Mail, Browser, FTP, Ports, Aufbau und Funktionsweise eines Webservers (Beispiel Apache), Statische und dynamische Webserverinhalte HTML5 (Media, Audio, Video, Bild), Struktur eines XML-Dokumentes, Kommentare und CDATA-Abschnitte, Gültige Dokumente erstellen, XML-Dokumente und Datenbindung, XML-Dokumente und CSS-DOM-Skripte, CSS: Aufbau, Struktur und Integration in HTML, PHP, Variablen, Datentypen, Funktionen, Daten aus Web-Formularen und Parameter in URL, in PHP Skripten auswerten, Abgrenzung Serverskripte (bspw. PHP) zu Clientskripten (JavaScript), Grundlagen LINUX: Berechtigungskonzept, File Descriptoren, Apache Webserver, Einführung in die Scriptsprache PHP		

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Böhringer, J. u.a.: Kompendium der Mediengestaltung. Springer Vieweg
Jacobsen,J./Meyer, L.: Praxisbuch Usability und UX. Rheinwerk Computing
Krause, Jörg: PHP 5. Grundlagen und Profiwissen. Hanser Fachbuchverlag
Krüger, S./Balzert, H.: HTML5, XHTML & CSS. W3L Verlag
Laborenz, Kai: CSS-Praxis. Galileo Computing Press Bonn
Young, M. J.: XML – Schritt für Schritt, Microsoft Press Germany
Wolf, J.: HTML5 und CSS3: Das umfassende Handbuch zum Lernen und Nachschlagen.

Medienprojektmanagement (W3ME_DM102)

Media Project Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM102	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Gerald Lembke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Laborübung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Kombinierte Modulprüfung (Seminararbeit (ohne Präsentation) und Präsentation)	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
180	72	108	6

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Als Ausgangsbasis erfassen die Studierenden innerhalb der Lehr- und Lerneinheit Medienprojektplanung die fachspezifischen Grundlagen des Projektmanagements. Die sich herausbildende Fachkompetenz wird schrittweise erweitert um die Spezifika und Fachtermini der Medienbranche. Die Studierenden entwickeln ein tiefergehendes Verständnis für die besonderen Anforderungen an die Planung von Medienprojekten in unterschiedlichster Ausprägung. In der Gegenüberstellung zu klassischen Projekten werden insbesondere unterschiedliche Vorgehensmodelle und Arbeitsprozesse analysiert.

Aufbauend darauf liegt der weitere Fokus auf den an die Planungssequenz anknüpfenden Folgeschritten der Projektrealisierung. Angestrebt wird ein Verständnis für die Bedeutung der Steuerungsprozesse an den Phasenübergängen und innerhalb der einzelnen Realisierungsphasen im Sinne eines zielführenden Projektmanagements.

Ebenso mit einbezogen in die Erarbeitung der fachbezogenen Theorie werden die nicht objektiv quantifizierbaren Faktoren, die essenziell Einfluss nehmen auf den Verlauf und den Erfolg von Projekten. Hierzu zählen Aspekte im Kontext von Team- und Projektkultur, Zusammenhänge aus der Kommunikationswissenschaft, emotional gesteuerte Verhaltensmuster in Verbindung mit Selbstmanagement und Motivation sowie Erkenntnisse aus dem Bereich des Konfliktmanagements.

METHODENKOMPETENZ

Das vorhandene fachspezifische Wissen befähigt die Studierenden, Projekte auf der Basis charakteristischer Merkmalsausprägungen, spezifischer Kennzeichen und darüberhinausgehender Besonderheiten zu klassifizieren und zu typisieren, um damit eine Identifikation des individuellen Profils eines Projektes zu erreichen. Ausgehend von der Erfassung des jeweiligen Projektprofils, werden hierzu die unterschiedlichen Möglichkeiten einer methodischen Herangehensweise an die Projektaufgabe thematisiert und der Aufbau eines umfangreichen und vielgestaltigen Methoden- und Handlungsportfolios angestrebt.

Im direkten Vergleich mit den konventionellen Methoden des Projektmanagements wird zudem herausgearbeitet, auf welchen Vorgehensmodellen agile Methoden aufbauen, aus welchen Paradigmen sich diese Prozessmodelle ableiten, für welche Projektarten agile Verfahren geeignet sind und inwieweit deren Einsatz Einfluss auf die Zielerreichung und den Projekterfolg nehmen kann.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden werden sensibilisiert für eine kooperative und hierarchiefreie Führungskultur und erproben in realen Projektszenarien ihr situatives Führungsverhalten. Im Kontext der Auseinandersetzung mit Modellen zur Identifikation von Persönlichkeitsbildern werden Lösungsmuster abgeleitet, die zu einer individualisierten Rollenzuweisung im Team führen und im Ergebnis einen heterogenen Teamcharakter sicherstellen. Ferner erkennen die Studierenden die Notwendigkeit und kennen Wege, Rahmenbedingungen zu schaffen, die eine intrinsische Form der Motivation fördern.

Spezifisch formulierte Projektaufgaben sind darauf ausgerichtet, die Fähigkeit zum kollaborativen und interdisziplinären Arbeiten zu entwickeln und einen proaktiven Wissenstransfer zu begünstigen. Erprobt werden hierbei auch unterschiedliche Workshop-, Konferenz- und Co-Creation-Formate. Fragestellungen zu kreativen Prozessmodellen, der phasenspezifischen und zieladäquaten Auswahl von Kreativmethoden sowie deren Einsatz und den Verfahren der Ergebnisevaluation, bilden einen weiteren Schwerpunkt.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben umfassende Kompetenzen erworben, um mit auf die Medienbranche ausgerichteten Methoden des Projektmanagements komplexe Medienprojekte zu planen, zu organisieren und zu realisieren. Durch die konkrete Realisierung einer Projektaufgabe haben sie insbesondere Erfahrungen, Fähigkeiten, wie auch ein Verständnis über Wechselwirkungen zwischen den Eigenschaften der Zielvorgaben und den Realisierungs- und Problemlösungstechniken gewonnen. Die im Projektkontext getroffenen Entscheidungen lassen erkennen, dass die Studierenden ein Bewusstsein für die ökonomischen Wirkungszusammenhänge ihres Handelns und die Notwendigkeit der Einbeziehung ökologischer Gesichtspunkte im Hinblick auf die Auswahl und den Einsatz von Ressourcen entwickelt haben.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Medienprojektplanung	36	54
Funktionen, Nutzen und Erfolgskriterien des Projektmanagements, Vorgehensmodelle und Prozessorientierung, Agile Modelle des Projektmanagements, Kriterien der Methodenauswahl, Definition von Projektzielen, Phasen und Lebenszyklus von Projekten, Die Akteure im Projektumfeld und deren Funktionen, Normen, Fachtermini, Richtlinien, Regeln, Projektstrukturierung, Ablauf- und Terminmanagement, Ressourcenmanagement , Kostenplanung, Projektsteuerung und Monitoring, Prozessmanagement, Qualitätsmanagement, Risikomanagement, Anforderungen und Besonderheiten der Projektplanung in der Medienbranche, Klassisches Projektmanagement vs. Medienprojektmanagement.		
Medienprojektrealisierung	36	54
Phasen der Projektrealisierung, Funktion und Bedeutung der Phasenübergänge, Controlling, Informations- und Dokumentationsmanagement, formeller und informeller Informationstransfer, IT- und Medieneinsatz im Projekt, Teambuilding, kommunikationswissenschaftliche Erkenntnisse und deren Anwendung im Projektmanagement, Selbst- und Zeitmanagement, Führung und Motivation, Kooperative und hierarchiefreie Führungskultur, Changemanagement, Konfliktmanagement, kollaborative und interdisziplinäre Arbeitsprozesse, Co-Creation-Formate, Kreativität: Problemkategorisierung, Prozessmodelle und Methoden, Gesprächsführung, Moderation und Präsentation im Projektkontext.		

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Bank, S.: Das ideale Projektteam: Fähigkeiten, Motivation und Teamzusammenstellung, Verlag Springer Gabler Wiesbaden
Baumann, A. et al.: Handbuch Medien – Medien verstehen, gestalten, produzieren, Verlag Europa-Lehrmittel Haan-Gruiten
Böhringer, J. et al.: Kompendium der Mediengestaltung Digital und Print, Verlag Springer Vieweg Wiesbaden
Gessler, M.: Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM3) – Handbuch für die Projektarbeit, Qualifizierung und Zertifizierung, GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement e.V. Nürnberg
Glasl, F.: Konfliktmanagement – Ein Handbuch für Führungskräfte, Beraterinnen und Berater, Verlag Freies Geistesleben Stuttgart
Hesseler, M.: Projektmanagement: Wissensbausteine für die erfolgreiche Projektarbeit, Verlag Franz Vahlen München
Hofert, S.: Agiler führen: Einfache Maßnahmen für bessere Teamarbeit, mehr Leistung und höhere Kreativität, Verlag Springer Gabler Wiesbaden
Kuster, J. et al.: Handbuch Projektmanagement: Agil – Klassisch – Hybrid, Verlag Springer Gabler Wiesbaden
Lauer, T.: Change-Management: Grundlagen und Erfolgsfaktoren, Verlag Springer Gabler Wiesbaden
Mast, C.: Unternehmenskommunikation, Verlag utb Stuttgart
Preußig, J.: Agiles Projektmanagement: Agilität und Scrum im klassischen Projektumfeld, Verlag Haufe Freiburg
Rustler, F.: Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation, Verlag Midas Management Zürich
Schulz v. Thun, F.: Miteinander reden, Verlag Rowohlt Taschenbuch Reinbek
Wagner, R.; Grau, N.: Basiswissen Projektmanagement: Führung im Projekt, Verlag Symposium Publishing Düsseldorf
Wastian, M. et al.: Angewandte Psychologie für das Projektmanagement, Verlag Springer Heidelberg

Visuelle Kommunikation (W3ME_DM103)

Visual Communication

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM103	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Jürgen Redelius	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Laborübung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
240	96	144	8

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Mit diesem Modul erhalten die Studierenden einen Gesamtüberblick über die Wichtigkeit der Gestaltung im crossmedialen Raum. Ferner erfolgt in diesem Modul der erste Einstieg in zentrale Bereiche der Typografie und des Layouts im Printbereich. Insbesondere werden die Studierenden unter wissenschaftlichen Aspekten in grundlegende Gestaltungskonzepte am Beispiel der Anzeigentypografie eingeführt. Sie haben ein Verständnis der wesentlichen Mechanismen der Informationsaufnahme und Verarbeitung durch die Sinne des Menschen und kennen empirische Empfindungsgrößen.

Im Kontext des Themenfelds Corporate Communication werden in der Differenzierung der Begriffe Corporate Identity und Corporate Design Erkenntnisse über die Bedeutung eines integrierten Strategiekonzepts auf der Basis der formulierten Unternehmensphilosophie mit dem Ziel einer identitätsorientierten Unternehmensführung angestrebt. In der Auseinandersetzung mit den Prinzipien des Aufbaus und den Elementen eines visuellen Erscheinungsbildes wird deutlich, welche konkreten Maßnahmen die Unternehmensidentität in eine ästhetisch wahrnehmbare Form überführen.

METHODENKOMPETENZ

Sie wissen um die Wichtigkeit planerisch-gestalterischer Aspekte zur Realisierung von professionellen Medienprodukten und kennen grundlegende Methoden zur Umsetzung digitaler gestalterischer Konzepte.

Die Vertiefung der Grundsätze und Qualitätskriterien der Gestaltung von Marken und Logos führt die Studierenden an Methoden heran, die sie zur Entwicklung ganzheitlicher Systeme und der damit verbundenen Formulierung von anwendungsbezogenen Gestaltungsrichtlinien des Corporate Designs befähigen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können ihre Kreativität in visuelle Problemstellungen einbringen. Sie können eigene Entwürfe darstellen und fachlich-methodisch für Dritte nachvollziehbar begründen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können selbstständig gestalterische Problemlösungen erarbeiten und technisch realisieren, wobei der Focus im Printbereich liegt.

In der kritischen Reflexion von Veränderungstendenzen des Marktes und im Unternehmensumfeld können mit Hilfe des erarbeiteten Wissensspektrums Handlungsoptionen, fokussiert auf die strategischen und operativen Wirkungsfelder der Unternehmenskommunikation, formuliert werden.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Typografie und Layout	48	72

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Aufgaben, Gegenstand und Definition, Informationsaufnahme und Informationsverarbeitung, Modell des visuellen Wahrnehmungsprozesses, Blickverläufe, Font-Technologien und Font-Organisation, Schrift-klassifikation nach DIN 16518, Das Maßsystem und messen, Buchstabe, Schriftgröße, Zeichenabstand, Wortabstand, Zeilenabstand, Schriftfamilie, Satzarten und Auszeichnungen, Schriftmischungen, Schrift als ästhetisch-funktionales Medium, Flächenproportionierungen, DIN-Norm 5008, Anzeigentypografie, Digitale Ganzseitengestaltung, Farbseparation.		
Corporate Communication	48	72
Instrumente des normativen Managements, Fachtermini des CI-Managements, Corporate Identity als Management-Strategie, Ziele und Elemente des CI-Managements, Die strategische Ebene des Corporate Designs, Wirkungsmechanismen des Corporate Designs nach innen und außen, Die operative Ebene des Corporate Designs, Corporate Design als ganzheitliches System, Komponenten des Corporate Designs, Gestaltungsprinzipien und Gestaltungskriterien, Qualitätskriterien des Corporate Designs, Der Entwicklungsprozess im Corporate Design, Design Manual: Aufbau und Implementierung von Gestaltungsrichtlinien, Aufbau von Markenzeichen und Markenbildern, Semiotik, Gestaltung von Markenzeichen: Struktur, Aufbau, Arten, Der Prozess der Abstraktion, Ästhetische und semantische Funktionen eines Logos, Iconisierungsmethoden, Anordnungsarten kombinierter Wort-Bildmarken.		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Baetzgen, A.: Brand Design: Strategien für die digitale Welt, Verlag Schäffer-Poeschel Stuttgart, 2017
Berzler, A.: Visuelle Unternehmenskommunikation (Beiträge zur Medien- und Kommunikationsgesell-schaft), Studienverlag Innsbruck, 2009
Beyrow, M.; Kiedaisch, P.; Klett, B.: Corporate Identity & Corporate Design 4.0: Das Kompendium, Verlag avedition Stuttgart, 2018
Birkigt, K.; Stadler, M. M.; Funck, H. J.: Corporate Identity: Grundlagen, Funktionen, Fallbeispiele, Verlag Moderne Industrie München, 2002
Böhringer, J.: Kompendium der Mediengestaltung, Springer-Verlag Heidelberg, 2001
Bruhn, M.: Kommunikationspolitik, Verlag Franz Vahlen München, 2019
Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, Verlag Franz Vahlen München, 2018
Goldstein, E. B.: Wahrnehmungspsychologie (2. deutsche Auflage), Spektrum - Akademischer Verlag Heidelberg, 2002
Grandt, A.: Visualisierte Kommunikation: Grafische Elemente, Typografie, Layout, Europa Lehrmittel, 2016
Hammer, N.: Mediendesign für Studium und Beruf: Grundlagenwissen und Entwurfssystematik in Layout, Typografie und Farbgestaltung, Springer-Verlag Heidelberg, 2008
Hamann, S.: Logodesign, Verlag mitp Frechen, 2007
Hensel, D.: Understanding Branding: Strategie- und Designprozesse verstehen und anwenden, Verlag Stiebner Grünwald, 2015
Stankowski, A.; Duschek, K.: Visuelle Kommunikation, Verlag Dietrich Reimer Berlin, 1994
Korthaus, C.: Grundkurs Typografie und Layout: Für Ausbildung, Studium und Praxis, Rheinwerk Design, 2016
Willberg, H.-P.: Erste Hilfe in Typografie, Schmid-Verlag Mainz, 1999

Mathematisch-Naturwissenschaftliche Grundlagen (W3ME_DM104)

Mathematical and Scientific Fundamentals

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM104	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Jürgen Redelius	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	150	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
210	84	126	7

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten ein Verständnis der Grundlagen der Mathematik, der Bedeutung ihrer formaler Notation und Techniken mathematischer Beweisführung. Darüber hinaus werden weitere mathematische Grundlagen wie Folgen und Reihen, Vektorprodukte und die Exponentialfunktion auf den komplexen Zahlen behandelt. Das Modul um- reißt das heutige physikalische Weltbild, führt die wesentlichen physikalischen Kenngrößen ein und erklärt das Vorgehen bei Messungen. Sie haben einen Überblick über Ziele, Aufgaben und Problematik der Statistik und kennen Möglichkeiten zur Visualisierung und Interpretation von Daten durch Maßzahlen und Grafiken. Sie lernen ausgewählte Erhebungsverfahren, i. B. Stichproben- und Schätzverfahren.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer die Fähigkeit, mathematische, physikalische und algorithmische Sachverhalte im Umfeld der Digitalen Medien zu erfassen und unter Einsatz der gelernten Regeln und Verfahren ergebnisorientiert zu gestalten, über grundlegende Arbeitstechniken sicher zu verfügen, insbesondere auch über die Möglichkeiten der Informationstechnologie.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer die Fähigkeit die Bedürfnisse und Interessen der Kollegen und Kunden wahrzunehmen, sich mit ihren Vorstellungen und Anforderungen im beruflichen Alltag (selbst-)kritisch auseinanderzusetzen und erfolgreich mit ihnen zusammenzuarbeiten.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben gelernt, in Größenordnungen zu denken und kennen die wesentlichen Maßeinheiten der Physik. Sie sind in der Lage, statistische Werte zu ermitteln und zu beurteilen sowie Zeitreihen zu analysieren und daraus Prognosen ableiten zu können. Darüber hinaus wird das Abstraktionsvermögen sowie analytisches und vernetztes Denken gefördert.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Ausgewählte Gebiete der Mathematik und Physik	30	45

Einführung in das mathematische und physikalische Denken, Minumum/Maximum, Schreibweisen und Symbole der Mathematik, Vektorprodukte, Exponentialfunktion, kontinuierliches Wachstum, Drehbewegung im Komplexen, Polarkoordinaten, Schwingungen Experimente, Messungen, Maßsysteme, Angaben in dB, chemische Elemente, Bindungen, Moleküle, Makromoleküle, Kräfte, Newtonsche Gesetze, relativistische Aspekte, Kurzeinführung zu Wellen, Frequenz, Wellenlänge, Geschwindigkeit, Dispersion, Phasen, Optik: Polarisation insbesondere am Beispiel von Licht, Farbräume und Farbmetrik.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Analysis/Darstellende Geometrie	30	45
Schreibweisen und Symbole der Mathematik, Aussagenlogik, logische Operatoren, Mengen, Aufbau der Zahlen von den natürlichen bis zu den komplexen Zahlen, Eigenschaften von Funktionen, Kurvendiskussion, Vektoren im Raum, Abbildungen durch Matrizenrechnung, Axonometrien, Doppelriss, Zentralperspektive, Kreisdarstellungen.		
Statistik	24	36
Deskriptive Statistik: Grundbegriffe, Beschreibung statistischen Materials (grafische Darstellungen, Maßzahlen/Indexzahlen, Relevanz der Aussagen), Korrelation und Regression (funktionale, stochastische Abhängigkeit), Grundlagen Stochastik (Begriff Wahrscheinlichkeit, Abhängigkeiten, Unabhängigkeiten), Schließende Statistik: Stichproben, Schätzverfahren, Statistische Hypothesentests.		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Bronstein,/Semendjajew: Taschenbuch der Mathematik, Verlag Harri Deutsch
Gerthsen: Physik, Springer-Verlag
Harten, U.: Physik - Einführung für Ingenieure und Naturwissenschaftler, Springer Verlag
Kemnitz, A.: Mathematik zum Studienbeginn, Vieweg Verlag
Pulham, S.: Wirtschaftsmathematik, Springer Gabler-Verlag
Rößler, I.; Ungerer, A.: Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, Physica-Verlag
Schwarze, J.: Grundlagen der Statistik 1 + 2, nwb

Crossmediales Publishing (W3ME_DM105)

Crossemedia Publishing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM105	1. Studienjahr	1	Prof. Dr. Jürgen Redelius	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Laborübung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	150	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
210	84	126	7

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Studierende erhalten einen Überblick über die Drucktechnologien und können die verschiedenen Verfahren und Prozesse in der Praxis einordnen. Sie können sich mit neuen Techniken im Bereich Druck, aber vergleichbar auch aus dem Bereich Medien, auseinandersetzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, fachlich korrekt mit Mitarbeitern oder Kunden über crossemedial-technische Grundthematiken zu kommunizieren.
Hierbei wird die Kompetenz entwickelt, dass Medien/IT-Probleme sowohl mit Laien als auch mit Experten besprochen werden können und auf Vorstellungen des Gesprächpartners fachlich eingegangen werden kann.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden auf den Gebiet der crossmedialen Medienproduktion die Fähigkeiten vertieft, praktische Aufgaben auf diesem Gebiet mit internen und externen Dienstleistern argumentativ auseinanderzusetzen und auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse zu argumentieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Grundkompetenz in der crossmedialen Medien/Informationstechnik erworben, auf der Mediensysteme aufbauen. Für das Planen, Managen und Optimieren komplexer Mediensysteme und der von der IT unterstützten Dienste und Prozesse können sie die Komplexität der darunterliegenden Technologieschichten richtig einschätzen und einordnen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Webpublishing	48	72

Grundlagen der Medienneutralität, Datenformate im crossmedialen Produktionsprozess, OPI-Prozesse, Flexbox in CSS, CSS-Präprozessoren, CSS-Frameworks, DOM (Document Object Model), Einführung in JavaScript (Datentypen, Variablen, Operatoren, Funktionen, Kontrollstrukturen), JavaScript-Bibliotheken, Einführung in XML, DTD, XML-Schema, Ajax, JSON.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Printtechnologien	36	54

Historischer Kontext, Vektor- und Bitmaporientierte Grundlagen crossmedialer Produktionsprozesse, Druckvorlagen- und formerstellung, Einführung in Drucktechniken und Qualitätskriterien, Physikalische und physiologische Grundlagen, Farbmetrik, Densitometrie, Grundlagen Vorstufe, Farbseparation, Colormanagement und Standardisierung, Druckverfahren, Physikalische und chemische Grundlagen, Papier/Herstellung/Verwendung, Grundlagen Papiertechnologie, Druckweiterverarbeitung, Probleme der Bedruckbarkeit, zukünftige Entwicklungen, Sicherheitstechnik, Normen und Standards, Themenbeispiele für Druck: 3-D Printing, Printed electronic, RFID-Techniken, Digitaldruck, JDF, MIS, Fallweise werden auch Innovationen aus dem Bereich Druck behandelt: z. B. Rendering.

BESONDERHEITEN

Die Units finden parallel statt. Wichtig sind die gegenseitigen Bezüge und Vermittlung der Grundlagen der crossmedialen Produktionsprozesse.

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Bann, David: Die moderne Druckproduktion: Der umfassende Ratgeber für Design, Layout, Materialkunde und Einkauf im Digitaldruck, Print on Demand, sowie traditionelle Druckverfahren inklusive Weiterverarbeitung, Stiebner

Böhringer, J., Bühler, P., et al.: Kompendium der Mediengestaltung Digital und Print: Konzeption und Gestaltung, Produktion und Technik für Digital- und Printmedien, Springer Vieweg, 2014

Bühler, P., Schlaich P., et. al.: Visuelle Kommunikation: Wahrnehmung – Perspektive – Gestaltung, Bibliothek der Mediengestaltung, Springer Vieweg, 2017

Bühler, P., Schlaich P., et. al.: Printdesign: Entwurf – Layout – Printmedien, Bibliothek der Mediengestaltung, Springer Vieweg, 2018

Bühler, P., Schlaich P., et. al.: Webdesign: Interfacedesign - Screendesign - Mobiles Webdesign, Bibliothek der Mediengestaltung, Springer Vieweg, 2017

Kipphan: Handbuch der Printmedien, Springer

Teschner, Helmut: Druck- und Medientechnik: Informationen gestalten, produzieren, verarbeiten, 2017, Christiani

Wäger, M.: Grafik und Gestaltung: Design und Mediengestaltung von A bis Z, 2016, Rheinwerk Design

Schlüsselqualifikationen I (W3ME_DM701)

Key Qualifications I

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM701	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	60	90	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über erste Basisqualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage, eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können
- Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,
- Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,
- geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können
- offen kommunizieren,
- eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,
- autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,
- die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,
- Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,
- erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,
- Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden
- können sich schnell in neuen Situationen zurechtzufinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,
- überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,
- zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,
- lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens	30	45

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kennzeichen und Formen wissenschaftlicher Arbeiten, Kriterien zur Beurteilung wissenschaftlicher Arbeiten, Konkretisierung wissenschaftlicher Themen, Problemstellungen und Zielformulierungen, Methoden der digitalgestützten Literaturrecherche –Strukturierung und –Auswertung, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit, Arbeiten mit fremden Quellen (sprachliche Ausgestaltung, Zitiertechnik, Abbildungen/Tabellen, Zitieren aus den digitalen Medien, Konzeption und Formulierung eines Forschungsdesigns (primäre/sekundäre Methoden: Beobachtungen, Befragungen, Inhaltsanalysen, Experimente)		
Präsentations- und Kommunikationskompetenz	30	45
Präsentation eigener Projektarbeiten und praktischer Projekte, Grundlagen der Rhetorik, Aussprache und Verständlichkeit, Struktur durch Kernbotschaften, Die Macht des ersten Eindrucks, Chronologie vs. „Das Wichtigste zuerst“, Interaktion mit Zuhörern, Der pointierte Redeschluss, Grundlagen der Kommunikation, Meetingkultur, Lächeln, Pausen und Wiederholungen, Rhetorisches Storytelling, Grundlagen Atem- und Stimmtraining, Tipps gegen Redeangst: „Exit-Strategien“, Metaphern, Bilder, Vergleich und Co., Freie Rede und richtiges Zitieren, Lebendige Rhetorik statt Monotonie, Medieneinsatz richtig planen (im Zeitalter der digitalen Medien), Feedback-Techniken und Regeln, Transaktions-Analyse		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Renner, H.-G. u. Strasmann, J. Das Outdoor-Seminar in der betrieblichen Praxis, Hamburg:Verlag Windmühle
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Praxismodul I (W3ME_DM801)

Practical Module I

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM801	1. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
600	0	600	20

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über einen Überblick zu ihrem Ausbildungsbetrieb hinsichtlich aller wichtigen betriebswirtschaftlichen, rechtlichen und sozialen Gegebenheiten. Sie verstehen den Unternehmenszweck und haben einen Überblick über das relevante Marktumfeld. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen unter Anleitung in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte Lösungsvorschläge zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können mit Abschluss des Moduls, unter Anleitung für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auswählen und anwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden nach anleitender Diskussion einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie weitestgehend die Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind unter Anleitung in der Lage, auf der Basis weitgehend selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Praxismodul I - Projektarbeit I	0	600

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Die Praxismodule dienen grundsätzlich dem Transfer und der Vertiefung der in den Theoriephasen erlernten Inhalte sowie dem Kennenlernen der Praxislösungen. Ein weiteres wesentliches Ziel ist das Erlernen und die Anwendung von Handlungskompetenz durch die Studierenden. Die Studierenden zeigen, dass sie über die grundsätzliche persönliche und fachliche Befähigung verfügen, crossmediale interdiziplinäre (Technik, Wirtschaft, Gestaltung) Aufgaben im betrieblichen Kontext zu realisieren und die Erkenntnisse der jeweiligen Fachwissenschaft (z.B.: Betriebswirtschaftslehre, Marketing, Informatik, Gestaltung,) auf eine betriebliche Fragestellung angewandt werden können. Die Studierenden erfahren die relevanten Funktionen aus Sicht der Planung und Herstellung/Realisierung in der betriebsspezifischen Anwendung. Sie lernen diesbezüglich Aufgaben sowie erste Arbeitstechniken und Problemlösungsmethoden in der betrieblichen Anwendung kennen. Die Studierenden können betriebliche Prozesse qualifiziert bewerten, verarbeiten und weiterentwickeln. Die zu bearbeitende Fragestellung wird einer wissenschaftlich fundierten Problemlösung zugeführt. Nach Abschluss des Moduls haben die Studierenden gelernt, • über einen längeren Zeitraum an einem Projekt teils selbständig, teils unter Anleitung zu arbeiten. • sich mit Arbeitstechniken und unternehmensspezifischen Richtlinien vertraut zu machen und diese in der Praxis anzuwenden. • sich in den betrieblichen Ablauf und in das Kollegenteam zu integrieren Die Projektbearbeitung umfasst • die Vorbereitung, das Erarbeiten und die Präsentation von Entwürfen und deren technischer Realisierung. Die Produkte und Produktionen haben in Qualität und Umfang den Anforderungen an die interdisziplinären Befähigungen für Berufe der Medienindustrie zu genügen. • die Anfertigung einer schriftlichen Dokumentation des Projektes, die den Kriterien fachwissenschaftlichen Arbeitens zu genügen hat.		
Praxismodul I - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	0	0

-

BESONDERHEITEN

Anfertigung der Projektarbeit I.

Die Inhalte des Praxismoduls I orientieren sich an den jeweiligen studienrichtungsspezifischen theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den Rahmenausbildungsplan für das Studium am Lernort Praxis, der inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Dualen Partners angepasst wird. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen sinnvoll und es kann auch von der zeitlichen Abfolge des Rahmenausbildungsplans abgewichen werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius-
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Medienprojekt: Systeme (W3ME_102)

Media Project: Systems

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_102	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Arnulf Mester	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Projektbericht (mit Präsentation)	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	110	190	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben sich projektthemenspezifisches Fachwissen angeeignet (fachinhaltliche Perspektive). Sie haben methodenspezifisches Fachwissen für Mediensysteme mittlerer Komplexität erworben (Projektmanagement-Perspektive).

METHODENKOMPETENZ

Es wurden fach- und projektspezifische Methoden für Medienprojekte mittlerer Komplexität erlernt und angewendet. Die Studierenden sind in der Lage, Methoden zur Vernetzung komplexer Mediensysteme zu entwickeln.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben in Medienprojekten mittleren Komplexitätsgrads Erfahrungen gesammelt. Sie haben Verantwortung für sich und andere übernommen und reflektiert. Sie können eigene und gruppenbezogene Stärken und Defizite erkennen, an ihren Defiziten arbeiten und Synergieeffekte in der Gruppenarbeit reflektieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erproben und erfahren Schlüsselqualifikationen im Kontext von Projekten mittleren Komplexitätsgrads.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Medienprojekt: Systeme	110	190

Spezifische fachliche Inhalte sind projektabhängig;
Allgemeine Inhalte umfassen das Arbeiten in und das Management von Projekten mittlerer Komplexität,
Ergebnis-/Ziel- und Kundenorientierung, Kooperation, Kommunikation, Prozesse, methodische Fundierung, Reflexion

BESONDERHEITEN

- Für die vor Lehrveranstaltungsbeginn durchzuführende konkrete Konfiguration eines Projektmoduls (z.B. Konkretisierung der Lernziele, Konkretisierung der Projekte/Themen, zugrundeliegende Literatur, Art und Umfang des Beitrags von Lehrenden) ist für einen konkreten Durchlauf die Studiengangsleitung oder ein von ihr lokal benannter Projektmodulbeauftragter oder ein lokal benanntes Projektlehregremium verantwortlich.
- Projektmodule verbinden Theorie und Praxis.
- Ein Projektmodul behandelt ein einzelnes Projekt oder mehrere entsprechend kleinere (Teil-)Projekte.
- Ein Projektmodul beinhaltet im Regelfall Gruppenprojekte, im Einzelfall auch Einzelprojekte.
- Es können – insbesondere bei interdisziplinären Projekten – mehrere Lehrende (auch zeitgleich) beteiligt sein. I.d.R. werden Projekte durch mehrere sich fachlich, methodisch und rollenspezifisch ergänzende Lehrende betreut.
- Lehrende können projekt- und projektthemaspezifische Lehrveranstaltungen im Modul anbieten.
- Lehrende können insbesondere über Coaching-Elemente als Berater in Projekte eingebunden sein.
- Neben Gruppen können auch direkt einzelne Studierende Ziel von Coaching- und Reflexionselementen durch Lehrende und Mitstudierende sein.
- Ein Projektmodul kann sich fachlich und inhaltlich auf andere Module beziehen oder mit anderen Modulen verbunden sein.

Die Prüfungsdauer gilt für die Präsentation.

VORAUSSETZUNGEN

Das vorherige Medienprojektmodul sowie die für das Projektthema relevanten fachlichen Module.

LITERATUR

Fachspezifische Literaturangaben richten sich nach den konkreten Projektthemen der Lehreinheit bzw. konkreten Coaching-Anlasses

Becker, F.: Teamarbeit, Teampsychologie, Teamentwicklung, Berlin: Springer

GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement/Gessler, M., SPM Swiss Project Management Association (Hrsg.): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM3): Handbuch für die Projektarbeit, Qualifizierung und Zertifizierung auf Basis der IPMA Competence Baseline Version 3.0, Nürnberg: GMP

Kuster, J. et al: Handbuch Projektmanagement: Agil – klassisch – hybrid, Berlin: Springer Gabler

Siwon, P.: Die menschliche Seite des Projekterfolgs, Heidelberg: dpunkt

Grundlagen des Managements (W3ME_201)

Basics of Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_201	2. Studienjahr	2	Prof. Herbert Moser	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Planspiel/Simulation, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls sind die Teilnehmer in der Lage, wirtschaftliche und rechtliche Fachbegriffe in Beziehung zu konkreten Problemstellungen zu setzen. Die wichtigsten betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Grundlagen ihres Berufsfelds sind ihnen bekannt. Sie können die Grundbegriffe und Modelle an Beispielen erläutern.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls grundlegende betriebswirtschaftliche Modelle und Instrumente im Modulkontext anwenden (z.B. eine Marketingkonzeption entwickeln, Kostenstrukturen gestalterischer Leistungen planen). In dem erlernten Themenbereich sind sie darüber hinaus methodisch in der Lage, selbständig Fälle von Rechtsverletzungen zu erkennen, wobei sie bei schwierigen Rechtsproblemen die Problematik benennen, die richtigen rechtlichen Vorschriften auffinden und zu vertretbaren Beurteilungen kommen können.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sensibilisiert für die sich auf den Modulkontext beziehenden ökonomischen, sozialen wie auch ethischen Spannungsfelder. Gleichermaßen sind ihnen die Grenzen der erlernten Methoden bewusst.
Die Studierenden können konstruktiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und sind offen für Anregungen. Sie haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung von betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Argumentationen zu verteidigen. Sie können hierbei mit Kritik umgehen und adäquat kritisieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich aktiv an fachlichen Diskussionen und übernehmen zunehmend Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie können ihren Standpunkt unter Heranziehung einer fundierten betriebswirtschaftlichen bzw. rechtlichen Argumentation begründen und sind in der Lage, die Anwendungsprämissen der einzelnen erlernten Verfahren vor dem Hintergrund konkreter Problemstellungen kritisch zu reflektieren und zu bewerten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen des Managements	55	95

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Branchenspezifische Auswahl aus betriebswirtschaftlichen Grundlagen, aus juristischen Grundlagen und Marketing. Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Einführung in die Kostentheorie / Kosten / Kostenarten, Kalkulation von medialen Maßnahmen. Rechtliche Grundlagen: rechtliche Verfassung wirtschaftlicher Existenzen / Rechte und Pflichten von Freiberuflern und Firmen, Grundlagen des Vertragsrechts. Medienrecht: Presse- und Verlagsrecht, Rundfunkrecht, Recht Digitaler Medien, Datenschutz, Recht der künstlerischen Berufe / Urheberrecht, Vertragsrecht, Schuldrecht, Nutzungsrecht, Verantwortlichkeit und Haftung. Marketing: Grundbegriffe, Marktforschung, Marketing-Konzeption, Marketingziele, Marketingstrategie, Operatives Marketing, Online-Marketing.		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Bleicher, K.: Das Konzept Integriertes Management. Berlin/New York: Campus
Bruhn, M./Meffert, H.: Exzellenz im Dienstleistungsmarketing, Fallstudien zur Kundenorientierung, Wiesbaden: Gabler
Covey, S. R.: Die effektive Führungspersönlichkeit, Frankfurt am Main: Campus
Fechner, F.: Medienrecht, Tübingen: Mohr Siebeck
Hackenberg, H.: Was kostet Grafik-Design? Vergütung für Visuelle Kommunikation, Frankfurt am Main: Verl. Form 2000
Homburg, C./Krohmer, H.: Marketingmanagement, Wiesbaden: Gabler
Josse, G.: Basiswissen Kostenrechnung, München: C. H. Beck
Kotler, P.: Grundlagen des Marketing, München: Pearson Studium
Meffert, H./Burmann, C./Kirchgeorg, M./Eisenbeiß, M.: Marketing, Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer Gabler
Rogner, A.: Medienrecht in der Praxis, München: UVK Lucius
Rosenstiel, L.v./Regnet, E./Domsch, M.E.: Führung von Mitarbeitern: Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement, Stuttgart: Schäffer & Co.
Schulze, G.: Meine Rechte als Urheber, München: Beck
Welge, M./Al-Laham, A.: Strategisches Management. Grundlagen - Prozess – Implementierung, Wiesbaden: Gabler, Stuttgart: Schaeffer-Poeschel
Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München: Vahlen
Zollondz, H.-D.: Marketing-Mix, Berlin: Cornelsen

Strategische Kommunikation (W3ME_DM201)

Strategic Communication

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM201	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Gerald Lembke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio oder Seminararbeit (ohne Präsentation)	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
180	66	114	6

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden lernen in diesem Modul grundlegende Technologien (z. B. 2D-, 3D-Bearbeitungen, Print/Non-Print) kennen und vertiefen gestalterische Themenkomplexe für die Strategieformulierung und die Ableitung einer Unternehmenskommunikation. Sie üben diese anhand anschaulicher Praxisbeispiele. In dem Modul wird der Begriff »Cross-Media-Design« behandelt und dessen Elemente erarbeitet. Es werden die spezifischen gestalterischen Merkmale crossmedialer Produkte herausgearbeitet wodurch die Befähigung zu Konzeption, Entwurf und Realisation von crossmedialen Mediensystemen erlangt wird. Wichtig ist hierbei auch die Fähigkeit, angrenzende Disziplinen (z.B. Wahrnehmungspsychologie, Typografie/Layout) zu identifizieren und in den Entwurfsprozess zu integrieren. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, ihr kreatives Potentialim Hinblick auf die Verwirklichung eigener Projektideen einzusetzen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind dazu befähigt, Themenstellungen so zu bearbeiten, dass sie Inhalt, Design und Entwicklung sowie Management des Projekts zielgruppenorientiert lösen können und sind in der Lage, Cross-Media-Produktionen zu konzeptionieren und zu planen. Die Studierenden kennen die Elemente der crossmedialen visuellen Kommunikation sowie deren medienadäquaten Einsatz. Sie kennen die grundsätzlichen Gestaltungsprinzipien und können sie mediengerecht umsetzen, analysieren und bewerten.
Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Kompetenz erworben, fachlich korrekt mit Mitarbeitern oder Kunden über crossemedial-technische Grundthematiken zu kommunizieren.
Hierbei wird die Kompetenz entwickelt, dass Medien/IT-Probleme sowohl mit Laien als auch mit Experten besprochen werden können und auf Vorstellungen des Gesprächspartners fachlich eingegangen werden kann.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Sie wissen um die Wichtigkeit planerisch-gestalterischer Aspekte zur Realisierung von professionellen Mediensystemen im crossmedialen Bereich.
Die Studierenden haben die Bedeutung von Computeranimationen und grundsätzliche Gestaltungsprinzipien und Modelling-Technologien kennengerlernt und können sie medien-adäquat umsetzen. Sie können einfache Gestaltungsaufgaben sowohl technisch wie gestalterisch mit entsprechendem Mitteleinsatz planen und umsetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können selbstständig gestalterische crossmediale Problemlösungen erarbeiten und technisch realisieren.

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls die Grundkompetenz in der crossmedialen Medien/Informationstechnik erworben, auf der Mediensysteme aufbauen. Für das Planen, Managen und Optimieren komplexer Mediensysteme und der von der IT unterstützten Dienste und Prozesse können sie die Komplexität der darunterliegenden Technologieschichten richtig einschätzen und einordnen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Crossmedia-Design	33	57

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kennenlernen von Arbeitstechniken und Arbeitsabläufen sowie Problemen des »Cross-Media-Design«, Einführung in crossmediale Applikationen, Analyse/Definition von Gestaltungskriterien und Absichten, Orientierung und Navigation, gestalterisch-typografische Probleme und deren Optimierung, mediengerechte Aufbereitung von Texten, Bildern und Animationen, Farbtheorien und Farbgestaltung, Entwicklung crossmedialer Farbleitsysteme unter Berücksichtigung interkultureller Aspekte, Funktionsübungen mit den Mitteln Form und Farbe, Screen/Print-Layouttechniken, Interaktion als wesentliches Element crossmedialer Systeme, Ansprache der Rezipienten auf kognitiver und emotionaler Ebene, Responsive Design, Grid-Systeme.		
Interaktive Medien/3D	33	57
Entstehungsphasen eines Animationsfilms, Aufgaben d. filmischen Postproduktion, Einführung Adobe After Effects, Bedienkonzept/Arbeitsablauf, Grundlagen Keyframing, Interpolationsarten, Zeitleiste/Diagrammeditor, Ankerpunktmanipulation/-animation, Ebenensystem (2D), Maskierungsarten, Textanimationen, Animationsvorgaben, Ebenensystem mit erweiterter 3D-Funktionalität, Einführung Maxon Cinema 4D, Kennenlernen der Benutzeroberfläche, Navigation im C4D-Editor, Selektieren/Transformieren von Objekten, Objektgruppen/-hierarchien, Parametrisches Modeling vs. Polygonales Modeling, Modeling-Objekte, Modelingstrategien, Grundlagen 3D-Animation, Keyframingtechniken, Tag-System, Drei-Punkt-Beleuchtungsmodell, Indirekte Beleuchtung mit Global Illumination, Texturierung: Materialien definieren und zuweisen, Rendereinstellungen, Multipass-Rendering, Compositing von 2D- und 3D-Daten in AE und C4D		

BESONDERHEITEN

Dieses Modul fokussiert ausgewählte medientechnische und gestalterische Themen für die Funktion der Unternehmenskommunikation.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Bartel, S.: Farben im Webdesign, X.media.press, Springer-Verlag,
Birn, J.: Lighting & Rendering, Rodenburg Verlag
Franz, A.W. & Franz, J.C.: Multimedia Produktion: Das Handbuch für Management
Fries, C.: Grundlagen der Mediengestaltung, Hanser
Meyer, C. and T.: Creating Motion Graphics with After Effects: Essential and Advanced Techniques
Thissen, F.: Kompendium Screen-Design, Springer-Verlag
v. Koenigsmarck, A.: CINEMA 4D, Das Kompendium, Bd. 1: Modellieren – Texturieren – Rendern, Animation Verlag
v. Koenigsmarck, A.: CINEMA 4D, Das Kompendium: Bd. 2, Animation Verlag

Mobile Computing (W3ME_DM202)

Mobile Computing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM202	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Jürgen Redelius	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden werden mit allen fachlichen Grundlagen vertraut gemacht, die für die erfolgreiche Konzeption von auf mobilen Technologien beruhenden Produkten und Dienstleistungen notwendig sind. Die Studierenden kennen die Basistechnologien, auf denen Produkte und Dienstleistungen des Mobile Business aufbauen und können zwischen deren jeweiligen Einsatzbereichen differenzieren. Ihnen sind die wesentlichen Charakteristika der dominierenden mobilen Plattformanbieter und der damit verbundenen Märkte bekannt.
Auf Grundlage ihrer Kenntnisse über Architekturansätze für mobile Anwendungen sind sie in der Lage, technisch und wirtschaftlich adäquate Lösungen für unterschiedliche geschäftliche Szenarien auszuwählen. Gleichzeitig erkennen sie die rechtlichen Auflagen und Risiken. Sie kennen verschiedene Ansätze zur Konzeptionalisierung von Geschäftsmodellen sowie verbreitete Strategien zur Monetarisierung mobiler Angebote. Die Studierenden werden eingeführt in die Besonderheiten des UX Designs für mobile Apps und kennen wichtige Muster zur Sicherstellung einer adäquaten Usability.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können nach Abschluss des Moduls auf Basis unterschiedlicher Ansätze ihnen vorgelegte Geschäftsmodelle beschreiben und analysieren. Sie haben sich darüber hinaus ein strukturiertes Vorgehen angeeignet, um eigene Geschäftsmodelle zu generieren und mit Methoden aus dem Lean-Startup-Umfeld zu explorieren und zu validieren.
Die Studenten haben wesentliche Elemente nutzerzentrierter Produktdesignprozesse kennengelernt und erprobt (Schritte des Design Thinking, Organisation von Design Sprints, Problemdefinition, User Research, Kreativtechniken etc.). Sie können auf dieser Basis die Entwicklung von Produkten und Produktinnovationen unterstützen und auf niedrigem Komplexitätsgrad auch anleiten. Die Studierenden haben ein differenziertes Verständnis der komplexen Marktzusammenhänge im Umfeld des Mobile Business und können die rasante Weiterentwicklung in diesem Bereich kompetent begleiten und nuanciert erörtern.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben sich die enormen gesellschaftlichen Veränderungen bewusst gemacht, die durch die sogenannte „Mobile Revolution", angestoßen worden sind. Sie sind sensibilisiert für die soziale Verantwortung, die mit dem Angebot neuartiger digitaler Produkte einhergeht, und sie sind vertraut mit den möglichen negativen Auswirkungen wie Verlust der Privatsphäre, Onlinesucht usw. Die Studierenden haben sich Methoden zur kreativen Problemlösung im Team angeeignet. Sie sind in der Lage, gemeinsam Hypothesen über das gestellte Problem zu bilden und aus den divergierenden Ideen der Teammitglieder einen gemeinsamen Lösungsansatz zu bilden. Sie haben die Erfahrung gemacht, dass ein motiviertes Team unter Zeitdruck schnell hochwertige Produktideen generieren und validieren kann.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erkennen den Zusammenhang zwischen wirtschaftlichen und medientechnischen Anforderungen. Praxisbeispiele und die Reflexion der Vorlesungsinhalte an Übungsbeispielen fördern die Umsetzungsfähigkeiten der Studierenden für mobile Unternehmensanwendungen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Mobile Development	22	38

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Gängige Architekturen mobiler Anwendungen: Technologie mobiler Clientanwendungen (Web, App, Hybrid, Cross-Platform), Technologien und Betriebsmodelle mobiler Backendarchitekturen und ihre wirtschaftlichen Implikationen (monolithische Serveranwendungen vs. Microservices, Hosting der Server vs. Cloud-Modelle), Performance und Skalierung, Vorteile und Einsatzbereiche von Cloud-Infrastruktur (insbesondere BaaS), Rechtliche Rahmenbedingungen durch Datenschutz- und Datensicherheitsauflagen (u. a. DSGVO), Infrastruktur und Entwicklungsprozesse am Beispiel einer mobilen Web App mit Cloud-Backend.		
Mobile Commerce	33	57
Grundkonzepte E-Commerce und Mobile Commerce, Schlüsseltechnologien und Plattformen des Mobile Commerce (Kommunikationstechnologien, mobile Endgeräteklassen, mobile Entwicklungsframeworks (Mobile App Development Platforms z. B. DevOps), Geschäftsmodelltypologien und Erlösmodelle (Wirtz), Mobile Geschäftsfelder (Stähler), Geschäftsmodellgenerierung mit dem Business Model Canvas, typische Geschäftsmodelle und Monetarisierungsstrategien im Mobile Commerce, Mobile Serviceangebote: Web, App, Chat und Voice, Konzeption und technische Umsetzungstools für mobile (webbasierte) Produkte und Services (z. B. Java, IDE Java Servlets, Cloud IDE), Einführung in Anwendungsmodellierung (UML) – Grundverständnis Garbage Collection – UI Entwicklung mit Client-Programmiersprachen (z.B.: SAP UI5 und AngularJS): Design Guidelines z.B. von SAP und Google – Entwickeln von UI's für die verschiedensten Geschäfts- und Anwendungsszenarien auf Basis von Design Guidelines – Entwickeln von Prototypen.		

BESONDERHEITEN

Beide Units bieten einen Block mit praktischen Übungen, der die zunächst theoretisch vermittelten Konzepte am konkreten Beispiel anwendbar und erfahrbar machen soll. In der Vorlesung „Mobile Commerce" wird innerhalb eines Design Sprints mit Design Thinking Methoden ein App Prototyp entwickelt. In „Mobile Development" werden anhand eines vorgegebene Bespielprojektes Vorgehensweisen und Elemente eines typischen Entwicklungsprozesses mobiler Anwendungen ausprobiert.

VORAUSSETZUNGEN

Die Übungen auf Basis eines Beispielprojektes (siehe oben) setzen Grundkenntnisse in Webentwicklung (HTML, CSS und Javascript) und Internet-Technologien voraus, wie sie im Modul „Technische Grundlagen" erworben worden sein sollten.

LITERATUR

Christensen, Clayton M.: The Innovator's Dilemma – When New Technologies Cause Great Firms to Fail. Boston: Harvard Business Review Press
Holland, Heinrich: Digitales Dialogmarketing – Grundlagen, Strategien, Instrumente.
Wiesbaden: Springer Gabler
Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves: Business Model Generation – A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers. New Jersey: John Wiley & Sons
Ries, Eric: The Lean Startup – How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. New York: Crown Business
Sharon, Tomer: Validating Product Ideas – Through Lean User Research. New York: Rosenfeld Media
Stähler, Patrick: Geschäftsmodelle in der digitalen Ökonomie – Merkmale, Strategien und Auswirkungen. Köln: Josef Eul Verlag
Turowski, Klaus/Pousttchi, Key: Mobile Commerce – Grundlagen und Techniken. Heidelberg: Springer- Verlag
Vollmer, Guy: Mobile App Engineering – Eine systematische Einführung - von den Requirements zum Go Live. Heidelberg: dpunkt.verlag
Wirtz, Bernd W.: Business Model Management – Design – Instrumente – Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen. Wiesbaden: Springer Gaber

Imagedesign und Bewegbilddesign (W3ME_DM203)

Picturedesign and Moviedesign

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM203	2. Studienjahr	1	Prof. Dr. Jürgen Redelius	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Laborübung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
270	99	171	9

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studenten haben einen Überblick über die modernen Bild- und Videotechnologien. SIe können professionelle Workflows planen und praktisch anwenden. Sie können interaktive Anwendungen programmieren und haben einen Überblick über die dazugehörigen Technologien. Darüber hinaus lernen die Studierenden in diesem Modul die grundlegenden AV- und Animationstechniken anhand einer konkreten Projektdurchführung kennen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden erlernen aktuelle Methoden der visuellen Medienproduktion. Sie bereiten diese nach praktischen Regeln konzeptionell vor und prüfen die eingesetzten Methoden auf ihre Umsetzbarkeit.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden werden in der Lage versetzt, fremde und eigene Medienproduktion in Bezug auf Ihre Wirkung auf den Betrachter kritisch zu reflektieren und eigenständig situationsgerechte Lösungen zu finden.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erlernen ein Verständnis von übergreifenden Zusammenhängen und Prozessen. Sie können komplexere Mediensysteme und die darunterliegende Technologien planen, managen und optimieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Digitale Fotografie und Bildbearbeitung	44	76

Geschichte der Fotografie, Terminilogien in die Fotografie (z. B. Blende, Belichtungszeit, Tiefenschärfe, Einstellungen und Bildausschnitte), marketingrelevante Einsatzgebiete (Kommunikation, Social Media, Events, Portraits, u. a.), Bildanalyse, Präsentation, Farbe und Licht, Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen analoger und digitaler Fotografie, Kameratechnik, Bildgestaltung, Bildbearbeitung am Computer, Fotografieren in der Praxis, Techniken der digitalen Bildbearbeitung anhand professioneller Software (Adobe Photoshop), Digitalisierung, Quantisierung, Speicherung Grauwertmodifikationen, Segmentierung und Merkmale von Bildern, ICC-basiertes Farbmanagement, RGB-/CMYK- und Lab-Abläufe, Medienrechtliche Aspekte der Bildweitergabe und -Verteilung, Bearbeitung von Bildern auf mobilen Endgeräten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Audiovisuelle Technik	55	95

Einführung in die gängigen Videoformate, Auflösungsbedingte Umstellung im Gestaltungsprozess, After Effects Einführung: Grafiken, Umgang mit Datenbeständen, Projekt-Strukturierung, Videocodecs, Projektplanung: Locationscouting, Drehbuch, Materialbeschaffung, Kamera, Assistenz, Organisation, Umgang mit Technik: Video-/Photo-Kamera, Licht, Ton, Final Cut Pro (o. ä.), Einführung, Digitalisierung, Schnitt, Ausgabe, Planung des Medieneinsatzes, Kreativ- Konzeptionelles Arbeiten, Exposés, Drehbücher, Storieboards entwerfen.

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Hogl, Marion: Digitale Fotografie: Die umfassende Fotoschule für Technik, Bildgestaltung und Motive. Vierfarben
Mühlke, S.: Photoshop CS5. Das Praxisbuch. Galileo Press
Schmidt, U.: Professionelle Videotechnik: Grundlagen, Filmtechnik, Fernsehtechnik, Geräte- und Studiotechnik in SD, HD, DI, 3D. Springer Vieweg
Strauch, T./Engelke, C.: Filme machen: Denken und Produzieren in filmischen Einstellungen. UTB GmbH

Anwendungsentwicklung (W3ME_DM401)

Application Development

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM401	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Jürgen Redelius	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Laborübung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	180	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	110	190	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Grundelemente der objektorientierten Programmierung (Java oder Python). Sie kennen die Syntax und Semantik dieser Sprachen und können ein Programmdesign selbstständig entwerfen, codieren und ihr Programm auf Funktionsfähigkeit testen. Sie kennen verschiedene Strukturierungsmöglichkeiten und Datenstrukturen und können diese exemplarisch anwenden. UI Entwicklung mit Client-Programmiersprachen (z.B.: SAP UI5 und AngularJS): Die Studierenden sind in der Lage, um mit Hilfe der dazugehörigen UI-Bibliotheken einfache Programme anhand exemplarischer Design-Guidelines zu entwickeln.

Die Teilnehmer sind nach Abschluss in der Lage, grundlegende Datenbankwerkzeuge einzuordnen und eine Modellierung für relationale Datenbanksysteme (RDBMS) gegebener Problemstellungen durchzuführen. Sie können vorhandenen Datenbank Schemas normalisieren und sind in der in der Lage, Anfragen an RDBMS in SQL zu formulieren. Sie haben Kenntnis unterschiedlicher Datenbankkonzepte.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden kennen die Entwurfsmethoden für relationale Datenbanken. Sie sind in der Lage, relationale Datenbanken bzgl. der Einsatzfähigkeit im beruflichen Umfeld einzuschätzen und zu bewerten.
Die Studierenden sind in der Lage, einfache Programme selbständig zu erstellen und auf Funktionsfähigkeit zu testen, sowie einfache Entwurfsmuster in ihren Programmentwürfen einzusetzen. Die Studierenden können eine Entwicklungsumgebung verwenden, um Programme zu erstellen, zu strukturieren und auf Fehler hin zu untersuchen (inkl. Debugger).

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können existierende Codes/Programme analysieren und kritisch beurteilen. Sie können sich selbstständig in Entwicklungsumgebungen einarbeiten und diese zur Programmierung und Fehlerbehebung einsetzen. Sie sind in der Lage, Design- und Entwicklungskonzepte kompetent mit Kunden und den Experten aus der Entwicklung zu diskutieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben die Teilnehmer ein Verständnis von übergreifenden Zusammenhängen und Prozessen im Themengebiet »Anwendungsentwicklung« erlangt und eine kritische Urteilsfähigkeit entwickelt. Sie sind in der Lage, die Entwicklung von Geschäftsanwendungen kompetent mit Kunden und den Experten der Entwicklungseinheiten zu diskutieren und zu analysieren und hierdurch einen entscheidenden Beitrag zum Projekterfolg leisten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung in Programmiertechniken	55	95

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Kenntnisse in prozeduraler Programmierung: Algorithmenbeschreibung, Datentypen, E/A-Operationen und Dateiverarbeitung, Operatoren, Kontrollstrukturen, Funktionen, Stringverarbeitung, Kenntnisse in objektorientierter Programmierung: Objektorientierter Programmentwurf, Idee und Merkmale der objektorientierten Programmierung, Klassenkonzept, Operatoren, Überladen von Operatoren und Methoden, Vererbung und Überschreiben von Operatoren, Polymorphismus, Templates oder Generics, Klassenbibliotheken, Speicherverwaltung.		
Einführung in Datenbanken und Anwendungsmodellierung	55	95
Einführung und Überblick: Grundlegende Konzepte Konzeptioneller DB-Entwurf: Methodik, ER-Modell, Logischer DB-Entwurf: Relationales Datenmodell, Abbildung ER-Modell ins Relationale Modell, Basic SQL: Implementierung von Relationalen DB-Schemata, Datenmanipulation, Abfrage von Relationen, Sichten, Transaktionen, Transaktionsverarbeitung: Recovery und Concurrency Control, Architektur von Datenbanksystemen: Physische Datenorganisation, Anfrageoptimierung, Weiterführende Konzepte und -anwendungen, Einführung in Anwendungsmodellierung (UML), Grundverständnis Garbage Collection, UI Entwicklung mit Client-Programmiersprachen (z.B.: SAP UI5 und AngularJS): Design Guidelines z.B. von SAP und Google, Entwickeln von UI's für die verschiedensten Geschäfts- und Anwendungsszenarien auf Basis von Design Guidelines, Entwickeln von Prototypen.		

BESONDERHEITEN

Dieses Modul beinhaltet zusätzlich bis zu 20h begleitetes Selbststudium in Form von Übungsstunden, Laboren oder Projekten. Hierbei werden Übungsaufgaben und/oder vertiefende Aufgabenstellungen von den Studierenden bearbeitet.

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Arnold, K./Gosling, J./ Holmes, David: Die Programmiersprache Java, München, Addison-Wesley
Engelbrecht E., Wegelin M.: SAP Fiori: Implementierung und Entwicklung, SAP Press
Goll, J.: Java als erste Programmiersprache: Grundkurs für Hochschulen, Springer Vieweg
Klein, B.: Einführung in Python 3: Für Ein- und Umsteiger, Hanser
Kofler, M.: Python – Der Grundkurs, Rheinwerk Computing
Leitenbauer, Datenbank Modellierung, Franzis-Verlag
Nagl, Computertechnologie und Managementpraxis, Addison-Weslesy
Niemann, A.: Objektorientierte Programmierung in Java, Der methodische und ausführliche Einstieg – 3. Aufl., Bonn, bhv
Nikolai Preiß: Entwurf und Verarbeitung relationaler Datenbanken, Oldenbourg-Verlag
Ramez A. Elmasri, Shamkant B. Navathe: Grundlagen von Datenbanksystemen, Pearson Studium
Ratz. D. et. al.: Grundkurs Programmieren in Java, Hanser
Rupp A., Rupp M.: Praxishandbuch SAP UI5 – Von der Idee zur App Espresso Tutorials
The PostgreSQL Global Development Group, PostgreSQL 8.0 Documentation

Medienplanung- und Realisierung (W3ME_DM402)

Plan Media and Realize It

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM402	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Gerald Lembke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Kombinierte Modulprüfung (Seminararbeit (ohne Präsentation) und Projektarbeit (ohne Präsentation))	180	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	110	190	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erlernen, was unter werblicher Kommunikation zu verstehen ist. Sie erlernen die Grundlagen der Mediaplanung, des Mediaeinkaufs und der Werbewirkungskontrolle. Sie reflektieren diese anhand von praktischen Beispielen. Sie vertiefen die Fähigkeiten, klassische und hybride Mediaplanungen in analogen (bspw. Print, TV/Radio) und digitalen Medien (online, mobile) zu konzipieren und für die Umsetzung vorzubereiten. Sie erfahren, wie mit Programmatic Advertising automatisierte Prozesse gemanagt werden können.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind methodisch in der Lage, Medien- und Mediamanagement abzugrenzen. Ihnen werden die Grundlagen des Werbemanagements vermittelt. Sie erlernen die unterschiedlichen Wirkweisen verschiedener Medienformen und Mediagattungen (Print, TV, Radio, POS, Kino-, Außen- und Ambientwerbung, Digital (online, mobile, dOoH, search, content), Weiterempfehlung). Sie können unterschiedliche Mediakonzepte (paid-/owned-/earned-Media) zielgerichtet einsetzen und lernen den klassischen Planungsprozess innerhalb Mediaagenturen mit praktischen Methodiken (Schalt- und Streupläne, Werbemittel- und Werbeträgerselektion, Zielgruppensegmentation, Mediaerfolgsgrößen) kennen. Ferner werden Fähigkeiten zur Leistungsbewertung von Mediaangeboten (Media KPI) und deren Einkaufs- und Abrechnungs-/ Vergütungsmethoden erlernt. Sie erfahren Vorgehensweisen für die digitale Transformation durch u.a. Programmatic Advertising, Real Time Bidding, Programmatic Buying.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, mit Medien- und Mediaplanern aus Agenturen, Unternehmen und Marketingabteilungen Werbemaßnahmen zu entwickeln. Sie entwickeln auf Grund fachlicher und methodischer Fähigkeiten ihre Kommunikationskompetenz. Für diese Zusammenarbeit mit internen/externen Personen werden die Grundlagen aus Präsentation, Rhetorik und interpersoneller Kommunikation geübt und gezielt ausgebaut. Der Umgang mit fachlichen und sozialen Konflikten auf Grund in der Regel unterschiedlicher Interessenlagen bei der Medien- und Mediaplanung wird thematisiert und reflektiert.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erlernen den gesamten Prozess der Planung von Medien und Media in Organisationen und gewinnen damit konkrete Einblicke in die Umsetzung von Werbekampagnen und Werbemaßnahmen. Sie erfahren durch die Arbeit an konkreten Planungsprojekten geführte Theorie-Praxis-Transfererfahrungen, die sie später in der Arbeit als Medien- oder Mediamanager nutzen können.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Medien- und Marketingkonzeption	55	95

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Abverkaufswerbung, Agenturbriefing, Aktionswerbung am POS, Anzeigenwerbung, Außenwerbung, Bewegtbildwerbung, Copy Strategy, Dialogmarketing, Displaywerbung, Earned Media, Handelswerbung, Haushaltsdirektwerbung, Imageaufbau, Integrierte Kommunikation, Kampagnenplanung, Kommunikationsmix, Konsumentenforschung, Markendreiklang (Bekanntheit, Sympathie, Verwendung), Marketingmix, Mediaeinkauf, Mediaplanung, Mediengattungen, Onlinewerbung, Owned Media, Paid Media, Personas.		
Medien-Automatisierung	55	95
Programmatic Advertising, Prospektwerbung, Radiowerbung, Reichweitenaufbau, Share of Advertisment, Share of Media, Share of Voice, Social Media, Streuplanung, Suchmaschinenmarketing, Werbemittel, Werbeträger, Werbewirkung, Werbezeiteneinkauf, Werbeziele, Werbung, Word of Mouth, Zielgruppen.		

BESONDERHEITEN

In diesem Modul geht es um den Einsatz digitaler Medien in Marketingfunktionen allgemein. In praktischen Übungen erhalten die Studierenden am PC Zugang zu einer beispielhaften Markt-Media-Studie sowie ausgewählten Auswertungs- und Planungsprogrammen (mediMACH, mds online, TOP).

Die Prüfungdsdauer gilt für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Bruhn, M./Esch, F.-R./Langner, T. (Hrsg.): Handbuch Strategische Kommunikation Grundlagen – Innovative Ansätze – Praktische Umsetzungen. 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, 2016 Wiesbaden, Springer-Gabler.
Hofsäss, M./ Engel, D.: Praxishandbuch Mediaplanung. Cornelsen Verlag.
Engel, D.: Strategie statt Streudienst – Wie datengetriebenes Planning einen Mehrwert in der Mediaplanung schafft, in: Baetzgen, A.: Brand Planning – Starke Strategien für Marken und Kampagnen/ Stuttgart: Schäffer Poeschel.
Geskey, R.D.: Media Planning & Buying in the 21st Century - Integrating Traditional & Digital Media. Create Space Independent Publishing.
Homburg, Ch.: Marketingmanagement- Strategie - Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung. 6., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer-Gabler
Jones, J.-P.: How advertising works: the rule of research. New York: SAGE
Jones, J.-P.: The advertising business: Operations, Creativity, Media Planning, Integrated Communications. New York: SAGE
Kelley, L./ Sheehan, K./ Jugenheimer, D.W.: Advertising Media Planning: A Brand Management Approach. London: Routledge.
Löffler, J.-T.: Media – Planung für Märkte. Hamburg: Axel Springer AG
Marx, A.: Media für Manager – alles, was Sie über Medien und Media-Agenturen wissen müssen. 2., aktualisierte und überarbeitete Auflage, Wiesbaden: Springer-Gabler
Schnettler, J.: Werbung planen: Konzeption, Media und Kreation. Berlin: Cornelsen Scriptor
Unger, F./Fuchs, W./ Michel, B.: Mediaplanung - Methodische Grundlagen und praktische Anwendungen. 6., aktualisierte Auflage, Wiesbaden: Springer-Gabler

Schlüsselqualifikationen II (W3ME_DM702)

Key Qualifications II

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM702	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	55	95	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über erweiterte Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können
- Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent einsetzen,
- Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,
- geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können
- offen kommunizieren,
- eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,
- autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen verstehen,
- Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,
- erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,
- die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,
- Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden
- können sich schnell in neuen Situationen zurechtzufinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,
- überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,
- zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,
- lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Vertiefung wissenschaftliches Arbeiten	28	48

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Wissenschaftstheorie: Kennzeichen von Wissenschaften und Gegenstandsbereich der Wissenschaftstheorie - ausgewählte wissenschaftstheoretische Grundpositionen (z.B. Rationalismus, Empirismus, kritischer Rationalismus, historische Wissenschaftstheorie, anarchistische Erkenntnistheorie, Konstruktivismus) - wissenschaftstheoretische Grundbegriffe (z.B. Definition, Axiom, Hypothese, Erklärung, Gesetz, Theorie, Wahrheit).		
Wissenschaftstheorie und Methoden der empirischen Forschung	27	47
Aufarbeitung der Erfahrungen aus der Projektarbeit 2, Differenzierung Projektarbeit und Bachelorarbeit, selbstständige Planung eines Forschungs- bzw. Gestaltungsprozesses, Erarbeitung eines Methodendesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema durch die Studierenden (Wahl und Konkretisierung des Themas, Problemstellung und Zielformulierung, Literaturrecherche und Informationsbeschaffung, Auswahl und Ausarbeitung von Analyse- bzw. Gestaltungsmethoden, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit).		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Oppel,K.: Business Knigge International. Freiburg: Haufe
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Praxismodul II (W3ME_DM802)

Practical Module II

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM802	2. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Projektarbeit	Siehe Pruefungsordnung	ja
Präsentation	30	ja
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
600	0	600	20

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über vertiefte Einblicke in den für die Studienrichtung relevanten Bereichen im Kontext gesellschaftlicher und digitaler Herausforderungen. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen in ihrer Komplexität zu erfassen und zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte Lösungsvorschläge zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie die Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis weitgehend selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Praxismodul II - Projektarbeit II	0	600

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Im zweiten Studienjahr verlagert sich die Gewichtung der Lehrinhalte zunehmend auf komplexere Aufgabenstellungen. Die Studierenden werden damit betraut, den Fokus von Detailproblemen und -lösungen zu einem Denken in Systemen und Prozessen zu verlagern. Dazu gehören ebenso gezielte Informationsrecherchen wie die Interpretation von Kundenanforderungen und die Planung von Workflow-Lösungen, die sowohl gestalterische wie auch wirtschaftliche und technische Aspekte umfassen können. Die Studierenden arbeiten dabei zunehmend selbständig oder eigenverantwortlich im Team. Sie zeigen, dass sie über systematische und strategische Befähigungen verfügen, um Aufgabenstellungen effizient zu realisieren. Im sozialen Umgang zeigen sie sich teamfähig, denken mit, sind offen für Anregungen und Kritik. Nach Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage • nach entsprechender Einweisung eine überschaubare Aufgabenstellung zu bearbeiten und am Tagesgeschäft mitwirken. • Relevante und effiziente Problemlösungstechniken anzuwenden. • kreative Eigenleistungen in den spezifischen Themenfeldern einzubringen. • die fachlichen Kenntnisse durch Selbststudium zu erweitern. • Projektmanagementtechniken gezielt anzuwenden. • ihre eigenen Fähigkeiten und die Kompetenzen ihrer Kollegen richtig einzuschätzen. Die Projektbearbeitung umfasst • die Vorbereitung, das Erarbeiten und die Präsentation von Entwürfen und deren technischer Realisierung. Die Produkte und Produktionen haben in Qualität und Umfang den Anforderungen an die interdisziplinären Befähigungen für Berufe der Medienindustrie zu genügen. • die Anfertigung einer schriftlichen Dokumentation des Projektes, die den Kriterien fachwissenschaftlichen Arbeitens zu genügen hat. • In der zu erstellenden Projektarbeit 2 soll gezeigt werden, dass die während des Studiums erlernten Kenntnisse und erworbenen Fähigkeiten erfolgreich in die Praxis umgesetzt werden können. Dazu wird eine projektartige Aufgabe unter Einsatz wissenschaftlicher Methoden bearbeitet. Der betreuende Professor begleitet den Studenten während seiner und leitet ihn insbesondere zum wissenschaftlichen Arbeiten an. Das Praxismodul umfasst die schriftliche Ausarbeitung der Projektarbeit 2 und wird in einem Seminar an der Dualen Hochschule präsentiert.		
Praxismodul II - Präsentation	0	0
-		
Praxismodul II - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	0	0
-		

BESONDERHEITEN

Anfertigung der Projektarbeit II und Präsentation der Projektarbeit II.

Die Inhalte des Praxismoduls II orientieren sich an den jeweiligen studienrichtungsspezifischen theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den Rahmenausbildungsplan für das Studium am Lernort Praxis, der inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Dualen Partners angepasst wird. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen sinnvoll und es kann auch von der zeitlichen Abfolge des Rahmenausbildungsplans abgewichen werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schnell, R. / Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M. / Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C. / Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Medienprojekt: Strategien (W3ME_103)

Media Project: Strategies

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_103	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Arnulf Mester	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Projektbericht (mit Präsentation) oder Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden haben sich projektthemenspezifisches Fachwissen angeeignet (fachinhaltliche Perspektive). Sie haben medienstrategisches Fachwissen für Projekte höherer Komplexität erworben (Projektmanagement-Perspektive).

METHODENKOMPETENZ

Es wurden fach- und projektspezifische Strategien für Medienprojekte höherer Komplexität erlernt und angewendet.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben in Projekten höheren Komplexitätsgrads Erfahrungen gesammelt. Sie haben individuelle Projektverantwortung übernommen und reflektiert. Sie können eigene und gruppenbezogene Stärken und Defizite erkennen und im Projektgeschehen zielführend berücksichtigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erproben und erfahren strategische Schlüsselqualifikationen im Kontext von Projekten höheren Komplexitätsgrads.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Medienprojekt: Strategien	100	200

Spezifische fachliche Inhalte sind projektabhängig;
Allgemeine Inhalte umfassen das Arbeiten in und das Management von Projekten höheren Komplexitätsgrads, Ergebnis-/Ziel- und Kundenorientierung, Kooperation, Kommunikation, Prozesse, methodische Fundierung, Reflexion

BESONDERHEITEN

- Für die vor Lehrveranstaltungsbeginn durchzuführende konkrete Konfiguration eines Projektmoduls (z.B. Konkretisierung der Lernziele, Konkretisierung der Projekte/Themen, zugrundeliegende Literatur, Art und Umfang des Beitrags von Lehrenden) ist für einen konkreten Durchlauf die Studiengangsleitung oder ein von ihr lokal benannter Projektmodulbeauftragter oder ein lokal benanntes Projektlehregremium verantwortlich.
- Projektmodule verbinden Theorie und Praxis.
- Ein Projektmodul behandelt ein einzelnes Projekt oder mehrere (kleinere) Projekte.
- Ein Projektmodul beinhaltet im Regelfall Gruppenprojekte, im Einzelfall auch Einzelprojekte.
- Bei Gruppenarbeit sind auch kleine Gruppen unter 5 Teilnehmern möglich. Insbesondere in den ersten Gruppenprojekt-Semestern ist dies zur Einübung notwendig. I.d.R. sind bei Gruppenprojekten im ersten Studienjahr 3-4 Teilnehmer, im zweiten Studienjahr 4 bis 5 Teilnehmer und im dritten Studienjahr 5 bis 6 Teilnehmer einzuplanen.
- Es können – insbesondere bei interdisziplinären Projekten – mehrere Lehrende (auch zeitgleich) beteiligt sein. I.d.R. werden Projekte durch mehrere sich fachlich, methodisch und rollenspezifisch ergänzende Lehrende betreut.
- Lehrende können projekt- und projektthemaspezifische Lehrveranstaltungen im Modul anbieten.
- Lehrende können insbesondere über Coaching-Elemente als Berater in Projekte eingebunden sein.
- Neben Gruppen können auch direkt einzelne Studierende Ziel von Coaching- und Reflexionselementen durch Lehrende und Mitstudierende sein.
- Ein Projektmodul kann sich auf andere Module beziehen oder mit anderen Modulen verbunden sein.

- Projektmodule verbinden Theorie und Praxis.
- Ein Projektmodul behandelt ein einzelnes Projekt oder mehrere (kleinere) Projekte.
- Ein Projektmodul beinhaltet im Regelfall Gruppenprojekte, im Einzelfall auch Einzelprojekte.
- Bei Gruppenarbeit sind auch kleine Gruppen unter 5 Teilnehmern möglich. Insbesondere in den ersten Gruppenprojekt-Semestern ist dies zur Einübung notwendig. I.d.R. sind bei Gruppenprojekten im ersten Studienjahr 3-4 Teilnehmer, im zweiten Studienjahr 4 bis 5 Teilnehmer und im dritten Studienjahr 5 bis 6 Teilnehmer einzuplanen.
- Es können – insbesondere bei interdisziplinären Projekten – mehrere Lehrende (auch zeitgleich) beteiligt sein. I.d.R. werden Projekte durch mehrere sich fachlich, methodisch und rollenspezifisch ergänzende Lehrende betreut.
- Lehrende können projekt- und projektthemaspezifische LV im Modul anbieten.
- Lehrende können insbesondere über Coaching-Elemente als Berater in Projekte eingebunden sein.
- Neben Gruppen können auch direkt einzelne Studierende Ziel von Coaching- und Reflexionselementen durch Lehrende und Mitstudierende sein.
- Ein Projektmodul kann sich auf andere Module beziehen oder mit anderen Modulen verbunden sein.

Die Prüfungsdauer gilt für die Präsentation.

VORAUSSETZUNGEN

Die vorherigen Medienprojektmodule sowie die für das Projektthema relevanten fachlichen Module.

LITERATUR

Fachspezifische Literaturangaben richten sich nach den konkreten Projektthemen der Lehreinheit bzw. konkreten Coaching-Anlasses

Becker, F.: Teamarbeit, Teampsychologie, Teamentwicklung. Springer

GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement, Gessler, M., SPM Swiss Project Management Association (Hrsg.): Kompetenzbasiertes Projektmanagement (PM3): Handbuch für die Projektarbeit, Qualifizierung und Zertifizierung auf Basis der IPMA Competence Baseline Version 3.0

Kuster, J. et al: Handbuch Projektmanagement: Agil – klassisch – hybrid. SpringerGabler

Siwon, P.: Die menschliche Seite des Projekterfolgs, dPunkt

Integriertes Management (W3ME_202)

Integrated Management

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_202	3. Studienjahr	2	Prof. Herbert Moser	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Case Study, Rollenspiel

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung oder Portfolio	20	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit verschiedenen Führungsansätzen vertraut und können dieses Wissen mit Ansätzen der neueren Managementforschung verknüpfen. Sie haben sich mit den zentralen Einflussgrößen auf den Führungserfolg auseinandergesetzt und ein Verständnis für eine situative Interpretation des Führens entwickelt. Sie sind in der Lage, anhand von Fallstudien managementbezogene Probleme mehrdimensional zu analysieren, in ihrer sachlich-inhaltlichen wie sozial-motivationalen Vernetzung zu verstehen, ergebnisorientiert aufzubereiten und Lösungsstrategien selbstständig zu entwickeln. Die Studierenden wissen um die zunehmende Unternehmenskultur von "Startups" innerhalb der Organisationen und reflektieren deren Auswirkungen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen nach Abschluss des Moduls über umfassende und detaillierte Kenntnisse der wichtigsten Führungstheorien und ihrer Implikationen auf die Realisierung praktischer integrativer Führungskonzeptionen, insbesondere von Methoden und Techniken.
Sie sind in der Lage, alternative Ansätze zu bewerten, kritisch miteinander zu vergleichen und auf ihre praktische Arbeit, sowie auf die Situation ihres Ausbildungsunternehmens zu übertragen. Die Studierenden sind mit den grundlegenden Fragestellungen, Methoden und Techniken zur Initiierung und Steuerung von unternehmerischen Änderungsprozessen vertraut.
Die Studierenden können alle zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zum Wissenserwerb nutzen. Dabei können sie Routineforschungsaufgaben mit minimaler Anleitung übernehmen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden haben ein Gefühl für vielschichtige und komplexe Probleme im Führungsalltag von Unternehmungen entwickelt und können konstruktiv mit dieser Situation umgehen. Sie sind sich ihrer besonderen Verantwortung im Prozess der Unternehmens- wie Mitarbeiterführung bewusst und haben sich mit normativen Fragestellungen einer umfassenden Managementethik auseinandergesetzt. Sie sind in der Lage unternehmerisches Verhalten als Führungskräfte innerhalb von Organisationen, sowie verantwortungsbewusstes, eigenverantwortliches und strategisches Denken und Handeln zu übernehmen.
Die Studierenden können effektiv in einer Arbeitsgruppe mitarbeiten und sind in der Lage, die Gruppenleitung zu übernehmen. Sie haben gelernt, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu begründen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden können Verantwortung für die eigene Arbeit übernehmen und diese kritisch evaluieren. Sie können auch mit kritischen Kommentaren über die eigene Leistung konstruktiv umgehen. Sie stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich theoretisch fundiert an differenzierten fachlichen Diskussionen und übernehmen Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie können dem Lehrenden angemessen Feedback geben. Sind sich aber auch zugleich der Grenzen der Erklärungskraft sowie theoretischer wie praktischer Konzepte im Führungsalltag bewusst.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Integriertes Management	50	100

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Grundlagen der Mitarbeiterführung: Organisationsdynamik, Aufgaben, Verantwortungen und Elemente, Agiles Management, Startup-Methoden, Modelle, Intracorporate und Entrepreneurship, Konzeptionen und Theorien der Personalführung, Methoden der Personalauswahl. Kommunikation, Rhetorik und Gesprächsführung: Kritik-, Konflikt-, Personalentwicklungs-, Beurteilungs- und Bewerbungsgespräche, Verhandlung, Persönlichkeitstypen.		

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die mündliche Prüfung.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Bartscher, T./Nissen, R.: Personalmanagement, Hallbergmoos: Pearson
Bauer, J.: Arbeit – Warum unser Glück von ihr abhängt und wie sie uns krank macht, München: Blessing
Bauer, J.: Selbsteuerung - Die Wiederentdeckung des freien Willens, München: Blessing
Frey, B. S./Osterloh, M.: Managing Motivation, Wiesbaden: Gabler
Goleman, D./Boyatzis, R./McKnee, A.: Emotionale Führung, Berlin: Ullstein
Hofert, S.: Das agile Mindset: Mitarbeiter entwickeln, Zukunft der Arbeit gestalten, Wiesbaden: Springer Gabler
Schulz von Thun, F./Ruppel, J./Stratmann, R.: Miteinander reden: Kommunikationspsychologie für Führungskräfte, Reinbek bei Hamburg: Rowohlt
Schwarz, G.: Konfliktmanagement – Konflikte erkennen, analysieren, lösen, Wiesbaden: Springer Gabler
Shapiro, D. M./Neubauer, J.: Verhandeln, Frankfurt/New York: Campus

Medienforschung (W3ME_DM301)

Mediaresearch

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM301	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Gerald Lembke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Laborübung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Seminararbeit (ohne Präsentation)	120	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
180	60	120	6

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach Beendigung des Moduls sind die Studierenden in der Lage, medienspezifische Fragestellungen systematisch zu bearbeiten und entsprechende Forschungsprojekte dazu durchzuführen. Die Grundlagen hierzu werden in dem Modul vermittelt. Die Teilnehmer kennen die wissenschaftlichen Hintergründe, Modelle und Ansätze zur Konzeption und Umsetzung von Medienprojekten im Forschungskontext.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen grundlegende wissenschaftliche Vorgehensweisen, Modelle und Instrumente im Modulkontext systematisch anzuwenden. Sie sind methodisch in der Lage, empirische Befragungen oder Untersuchungen zu designen, durchzuführen und auszuwerten. Zudem sind sie nach Modulabschluss fähig, theoretische Ansätze in die praktische Umsetzung zu bringen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden werden anhand der zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zu analytisch-kritischem Denken und methodengestütztem Umgang mit entsprechenden Forschungsprojekten befähigt. Sie können über Inhalte und Probleme aus dem Bereich mit Fachleuten und Laien kommunizieren und sowohl einzeln als auch im Team medienbezogene Fragestellungen lösen und Argumente theoretisch fundiert verteidigen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Teilnehmer erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen Fragestellungen üben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen im Medienumfeld vorzubereiten. Sie sind in der Lage, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten als auch mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen. Ferner sind die Teilnehmer fähig, konkrete Problemstellungen im Medienkontext kritisch zu hinterfragen und zu bewerten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Quantitative Methoden	30	60

Abgrenzungen zu qualitativen Methoden, Medien- und marketingrelevante Bezüge, Grundbegriffe der Markt- und Medienforschung, quantitative Prozess- und Forschungsdesigns, Verfahren der Datenerhebung, Grundlagen zur Messung, Experimente und Befragungen im Medienbereich, Erstellung von Erhebungsdesigns, Kernaspekte der (quantitativen) Datenauswertung, komplexere Analyseverfahren im Überblick, Besonderheiten des Projektmanagements im Medienkontext, Durchführung von praxisbezogenen Medienprojekten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Qualitative Methoden	30	60

Entwicklung von qualitativen Studiendesigns, Abgrenzung zu quantitativen Designs, Techniken und Methoden der Datenerhebung im qualitativen Bereich (u.a. Einzel- und Gruppeninterviews), ausgewählte Testdesigns, Grundlagen der (qualitativen / inhaltsanalytischen) Datenauswertung sowie Durchführung von anwendungsbezogenen Medienprojekten.

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Backhaus, K./Erichson, B./Plinke, W./ Weiber, R: Multivariate Analysemethoden – Eine anwendungsorientierte Einführung, Springer Verlag.
Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P.: Marktforschung – Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Gabler Verlag.
Hug, T:/Poscheschnik, G.: Empirisch forschen – Die Planung und Umsetzung von Projekten im Studium, utb Verlag.
Janssen, J./Laatz, W.: Statistische Datenanalyse mit SPSS – Eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem und das Modul Exakte Test, Springer Verlag.
Kuß, A./Wildner , R./Kreis, H.: Marktforschung – Grundlagen der Datenerhebung und Datenanalyse, Springer Gabler Verlag.
Mikos, L./Wegener, C.: Qualitative Medienforschung – Ein Handbuch, utb Verlag.

Channel Publishing (W3ME_DM302)

Channel Publishing

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM302	3. Studienjahr	1	Prof. Dr. Gerald Lembke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Übung

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Portfolio	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
270	90	180	9

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erlernen theoretische Grundlagen für das Publizieren von digitalen Medieninhalten. Dazu gehören zuvorderst theoretische Kenntnisse im Rezeptionsverhalten von Onlinebesuchern und -Kunden, um virtuelle Kundenbewegungen erkennen und beschreiben zu können. Auf dieser Grundlage werden Kenntnisse vermittelt, wie digitale Medien im Besonderen für die sozialen Kanäle ansprechend und qualifiziert gestaltet werden müssen. Es werden aktuelle Online-Systeme zur technischen Unterstützung dargestellt.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden lernen wissenschaftliche Vorgehensweisen, Modelle und Instrumente für die Analyse, Inhaltsredaktion und die technischen Begleitungen digitaler Kundenprozesse anwenden. Sie sind methodisch in der Lage, stets relevante Redaktionstools und Kanäle (Channel) zu identifizieren, technisch zu administrieren und mit relevanten Inhalten zu füllen. Zudem sind sie nach Modulabschluss fähig, theoretische Ansätze in die praktische Umsetzung zu bringen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden werden in die Lage versetzt, mit anderen Seminarteilnehmern, Kommilitonen und externen Ansprechpartnern, unterschiedliche Interessen und Vorgehensweisen zu akzeptieren, abzuwägen, zu strukturieren und schließlich zu vereinbaren. Dies erfordert ausgeprägte Kommunikations- und Konfliktfähigkeiten. Sie können als spätere Medienmanagerinnen bzw. späterer Medienmanager die Kommunikation mit externen Dienstleistern (z. B. Content-Agenturen) aufnehmen und führen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Teilnehmer üben sich im Umgang mit komplexen Projektaufgabenstellungen und bereiten sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen als Social Media- oder Contentmanager vor. Sie sind in der Lage, auf der Grundlage von geeigneten theoretischen Konstrukten aus der anwendungsorientierten Forschung sinnvolle pragmatische Lösungsmethoden zu formulieren und in konstruktive Lösungen zu überführen. Ferner sind die Teilnehmer fähig, praktische Problemstellungen im Social-Media-Kontexten kritisch zu hinterfragen und zu bewerten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Medienrecht	30	60
Einführung in Medienrecht, DSGVO, Urheberrecht, Nutzungsrechte, das allgemeine Persönlichkeitsrecht (Recht am eigenen Bild), Telemediengesetz (TMG, z. B. Impressumspflichten), Was sind Unterlassungsansprüche, Content-Providing (Werkbegriff, Verwertungsrechte, Grenzen des Urheberrechts), rechtliche Probleme der Verlinkung, Datenschutzrecht BDSG, Providerdatenschutz, Störerhaftung, Domains und Domainstreitigkeiten.		

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Blogs und Social Networks	30	60
Mediensysteme und Crossmedialität, Grundlagen des Multichannel Marketing, Aufbau und Management der eigenen Community, Integrierte Kommunikation, Online Reputation, Social Media und Content-Marketing, Redaktionelle Konzepte von Blogsystemen, Community Management, Content- und Social Mediastrategien, Darstellungsformen und Brand Storytelling, Kalkulation und Controlling, Location Based Services, Social-Media-Recht (Urheber- und Bildrechte für Content), Social Media Monitoring und – Messgrößen, Blog- und Social Media-Kampagnen entwickeln		
Online-Systeme	30	60
Technologien des Publizierens und Single Source Publishing, Social-Media-Management-Systeme, Konzeptionstools: Design Patterns, Wire Frames, User Centered Design und -Communication, Social Media-Werkzeuge: Tools, Widgets, APIs, Blogs und Social Media technisch in Unternehmensprozesse und -workflows einbinden, Messung von Usability, User Experience-Grundlagen, Retargeting und Remarketing von Portalinhalten, Mobile-Media-Ansätze		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Diehm, S./Sintermann, L.: Erfolgreiche Blogtexte: Inspiriert und kreativ schreiben für guten Content. mitp
Dörr/Schwartmann: Medienrecht (Start ins Rechtsgebiet), C. F. Müller
Fechner, F., Mayer, J. C.: Medienrecht: Vorschriftensammlung, C. F. Müller
Fechner, F.: Medienrecht: Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia, Verlag Mohr Siebeck
Grabs, A./Bannour, K./Vogl, E.: Follow me!: Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Instagram und Co. Rheinwerk Computing
Kreutzer, R.: Social-Media-Marketing kompakt: Ausgestalten, Plattformen finden, messen, organisatorisch verankern. Springer Gabler
Lembke, G.:Social Media Marketing: Analyse, Strategie, Konzeption, Umsetzung. Cornelsen, Kindle-Edition
Löffler, M.: Think Content!: Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web. Galileo Computing
Rupp, M.: Storytelling für Unternehmen: Mit Geschichten zum Erfolg in Content Marketing, PR, Social Media, Employer Branding und Leadership. mitp

Integrationsseminar zu Medienthemen (W3ME_DM303)

Integrationseminar of Mediatopics

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM303	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Gerald Lembke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Seminar, Übung, Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Seminararbeit (mit Präsentation) oder Projektbericht (ohne Präsentation)	Siehe Pruefungsordnung	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten einen vertieften Einblick in aktuelle Trends zu Digitalen Medien, in allgemeine oder branchenbezogene Aspekte des Managements von Informationssystemen und Informationstechnik in Unternehmen, in theoretische und/oder praktische Konzepte der Entwicklung oder Anwendung von Informationssystemen in Unternehmen.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten die Möglichkeit, ihre eigene inhaltlich/theoretische wie methodische Argumentationsbasis zu überprüfen, zu hinterfragen und kritisch zur Diskussion zu stellen. Sie lernen insbesondere, ihren Standpunkt unter Heranziehung einer theoretisch fundierten Argumentation zu begründen. Sie entwickeln ein Gefühl für vielschichtige Problemstellungen und können konstruktiv mit komplexen, schlecht strukturierten Situationen umgehen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden erhalten die Möglichkeit, ihre eigene Wertebasis kritisch zu hinterfragen und in einem intensiven Diskurs mit den Seminarteilnehmern weiterzuentwickeln.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten eine Plattform, auf der sie den Umgang mit komplexen und schlecht strukturierten Problemstellungen einüben können, um sich so auf die zukünftigen beruflichen Herausforderungen vorzubereiten. Durch die Beschäftigung mit systemischer Komplexität lernen sie in der Endphase ihrer Ausbildung, Komplexität nicht als Last, sondern als Herausforderung und Chance zu begreifen. Sie erhalten hierzu die Möglichkeit, sowohl mit geeigneten theoretisch-modellhaften Konstrukten wie mit sinnvollen pragmatischen Lösungsmethoden die gestellten umfassenden Fragen einer konstruktiven Lösung zuzuführen und einer intensiven Diskussion auszusetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Integrationsseminar zu Medienthemen	50	100
Gegenstand des Seminars ist es, aktuelle Entwicklungen der Digitalen Medien oder in verwandten Disziplinen wissenschaftlich fundiert aufzuarbeiten und mit aktuellen Fragen der Unternehmenspraxis zu verknüpfen. Dies kann branchenübergreifend und/oder branchenspezifisch geschehen.		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Aktuelle Literatur entsprechend der thematischen Seminar-Ausrichtung.

Künstliche Intelligenz und Datenbanken (W3ME_DM403)

Artificial Intelligence and Databases

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM403	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Jürgen Redelius	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Laborübung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	180	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	110	190	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden können Techniken und Methoden der KI einordnen und in kleinen Anwendungen an Beispielen umsetzen. Sie kennen die Grundlagen der konnektionistischen, der logikbasierten und der kooperativen Paradigmen. Dabei werden digitale Medien unterschiedlicher Granularität aus dem kognitiven Blickwinkel betrachtet.

Die Teilnehmer sind nach Abschluss in der Lage, grundlegende Datenbankwerkzeuge einzuordnen und eine Modellierung für relationale Datenbanksysteme (RDBMS) gegebener Problemstellungen durchzuführen. Sie können vorhandenen Datenbank Schemas normalisieren und sind in der in der Lage, Anfragen an RDBMS in SQL zu formulieren. Sie haben Kenntnis unterschiedlicher Datenbankkonzepte.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, die Relevanz der Künstlichen Intelligenz sowie Methoden und Techniken im fachlichen Kontext und beruflichen Anwendungsfeld einzuschätzen.

Die Studierenden kennen die Entwurfsmethoden für relationale Datenbanken. Sie sind in der Lage, relationale Datenbanken bzgl. der Einsatzfähigkeit im beruflichen Umfeld einzuschätzen und zu bewerten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden weisen einen hohen Grad an Reflexivität auf. Wichtige Kompetenzaspekte hierbei sind Lernfähigkeit und diie eigenständige Suche nach situativ angemessenen Lösungen. Sie können stichhaltig und sachangemessen argumentieren und Sachverhalte plausibel darstellen und nachvollziehbar begründen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls haben ein Verständnis von übergreifenden Zusammenhängen, Techniken und Prozessen erworben und in diesem Themenfeld eine kritische Urteilsfähigkeit entwickelt.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung in Künstliche Intelligenz	55	95
Analyse von Bildern und gesprochener Sprache mit Neuronalen Netzen und Mustererkennungsmethoden, Textverstehen mit formalen Grammatiken und Regelsystemen, Maschinelles Lernen, Wissensrepräsentation mit Ontologien und Semantischen Netzen, Automatisches Schließen und Deduktionssysteme, Planen und intelligente, heuristische Suche, Expertensysteme und ihre Anwendungen, Kooperative Agentensystemen.		

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Einführung in Datenbanken und Anwendungsmodulierung	55	95

Einführung und Diskussion von Industrie 4.0 und Internet of Things (IOT) – Microservices – autonomes Fahren an konkreten Szenarien in der Wirtschaft und den dazugehörigen IT Architekturen – Anwendungs- und Service-Integration in einer Cloud Platform – Lernende Systeme im Umfeld von Sprach- und Maschinensteuerung – Integration von Karten-Daten und Dienstleistungen – Steuerung von IOT Systemen mittels real-time Systemen –
Real-Time-Computing:
Architektur und Funktionsweise eines real-time Computing Systems; welche Geschäftsprozesse werden dadurch unterstützt – Anforderungen an Ausfallsicherheiten und System-Wiederherstellung – Blockchain, Bitcoin Technologie.

BESONDERHEITEN

Dieses Modul beinhaltet zusätzlich bis zu 20h begleitetes Selbststudium in Form von Übungsstunden, Laboren oder Projekten. Die Studenten entwickeln eine konkrete Anwendung in einer Cloud Plattform mit Anbindung an Services einer anderen Cloud Plattform. Prototyp-Entwicklung eines IOT Szenarios mit Integration von Cloud Services für »Machine Learning«, Datenanalyse und Sprachsteuerung.

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Ertel W.: Grundkurs Künstliche Intelligenz: Eine praxisorientierte Einführung, Springer Vieweg
Görz G., Schneeberger J., Schmid U.: Handbuch der Künstlichen Intelligenz, Oldenbourg Verlag
Nikolai Preiß: Entwurf und Verarbeitung relationaler Datenbanken, Oldenbourg Verlag
Ramez A. Elmasri, Shamkant B. Navathe: Grundlagen von Datenbanksystemen, Pearson Studium
Russell S., Norvig P.: Künstliche Intelligenz, Pearson Studium - IT

UX und UI (W3ME_DM404)

UX and UI

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM404	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Jürgen Redelius	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Laborübung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	180	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, gestalterische und technische Aspekte abzugrenzen und in Beziehung zueinander setzen, um gebrauchstaugliche interaktive und mobile Produkte zu erreichen. Die wichtigsten gestalterischen und technischen Grundlagen sind ihnen bekannt und können in konkreten Problemstellungen zielorientiert angewendet werden. Studierende kennen die Grundlagenbegriffe im Bereich Usability/UX und können mit den wichtigsten Normen umgehen. Sie kennen Usability/UX-Methoden und Instrumente, um interaktive Projekte nutzer- und kundenzentriert durchführen zu können.

METHODENKOMPETENZ

Studierende kennen nach erfolgreicher Beendigung des Moduls wichtige Methoden der Usability und des User Experience Design und haben erste Erfahrungen mit der Anwendung ausgewählter Methoden im geschützen Umfeld sammeln können. Sie haben den Entwurf von Web-Oberflächen, inklusive des manuellen und programmgestützten Sketchings praktisch durchgeführt und eigene Mockups erstellt. Sie lernen anhand von Fallbeispielen typische Fehler im Interaktionsdesign. Sie sind der Lage, einfache Sketches und Mockups zu erstellen. Die Studierenden kennen den Design-Prozess.

Sie sind in der Lage, die Wichtigkeit des Perspektivwechsels hin zu den potentiellen Nutzern bei der Konzeption und Umsetzung zu reflekieren und mit den entsprechenden Methoden (z.B. Personas) zu realisieren. Sie können Usability/UX-Engineering-Prozesse im Unternehmen und in Entwicklungsprojekten einbetten.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind sensibilisiert für die sich aus dem Modulkontext ergebenden technischen und gestalterischen Spannungsfelder. Sie können die Themenfelder abgrenzen und zueinander in Beziehung setzen. Sie haben verstanden, dass User Experience den Begriff Usability um ästhetische und emotionale Faktoren wie eine ansprechende, »begehrenswerte« Gestaltung, Aspekte der Vertrauensbildung oder Spaß bei der Nutzung (Joy of use) erweitert.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden stellen gezielt Verständnisfragen, beteiligen sich aktiv an fachlichen Diskussionen und übernehmen zunehmend Mitverantwortung für den Lernerfolg. Sie können ihren Standpunkt unter Heranziehung einer fundierten technischen bzw. gestalterischen Argumentation begründen und sind in der Lage, die Anwendungsprämissen der einzelnen erlernten Vorgehensweisen, Modelle und Techniken vor dem Hintergrund konkreter Problemstellungen kritisch zu reflektieren und zu bewerten.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
User Experience	50	100
Prinzipien der nutzerorientierten Entwicklung und Gestaltung – Analyse und Darstellung des Nutzungskontextes – Joy of use – Erhebung und Definition von Nutzungsanforderungen – Methoden und Prinzipien des User Interface-Designs: Gestaltungsprinzipien fu¨r Graphical User Interfaces (GUIs) und Natural User Interfaces (NUIs); Prototyping.		

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Usability	50	100
Grundkenntnisse der menschlichen Wahrnehmung, der menschlichen Kognition, der Mensch-Maschine-Kommunikation – Usability-Normen (insbesondere die Normenreihe DIN EN ISO 9241) und -Heuristiken – Usability-Engineering und Usability-Evaluation – Kenntnisse von analytischen und empirischen Usability-Evaluationsmethoden in Theorie und Praxis – Usability-Tests und andere Evaluationsmethoden.		

BESONDERHEITEN

Dieses Modul beinhaltet zusätzlich bis zu 20h begleitetes Selbststudium in Form von Übungsstunden, Laboren oder Projekten. Hierbei werden Übungsaufgaben und/oder vertiefende Aufgabenstellungen von den Studierenden bearbeitet.

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Csikszentmihalyi, M.: The Psychology of Optimal Experience, Harper Perennial, 2008
Grünwied, G.: Usability von Produkten und Anleitungen im digitalen Zeitalter: Handbuch für Entwickler, IT-Spezialisten und technische Redakteure Mit Checklisten und Fallstudien, Publicis Publishing, 2017
Hassenzahl, M.: Experience Design, Technology for all the right reasons, Morgan & Claypool Publishers, 2010
Jacobsen, J.: Praxisbuch Usability und UX: Was jeder wissen sollte, der Websites und Apps entwickelt - bewährte Methoden praxisnah erklärt, Rheinwerk Computing, 2017
Moser, C.: User Experience Design: Mit erlebniszentrierter Softwareentwicklung zu Produkten, die begeistern, X.media.press, 2012
Richter, M.: Usability und UX kompakt: Produkte für Menschen, Springer Vieweg, 2016

Unternehmenskommunikation (W3ME_DM405)

Online-Communication

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM405	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Gerald Lembke	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Kombinierte Modulprüfung (Seminararbeit (ohne Präsention) und (Projektarbeit (ohne Präsentation))	180	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden erhalten vertiefte Erkenntnisse zu den Grundlagen der Werbung, der PR sowie der Markenführung. Sie lernen wichtige Fachbegriffe, Modelle und Theorie zur Thematik kennen. Sie sind in der Lage, wichtige markenbezogene bzw. werbespezifische Entscheidungen zu treffen und komplexe Sachverhalte kritisch zu bewerten. Sie verfügen über solide Kenntnisse der Elemente des Markenmanagements und der Werbung / PR und können Vorschläge zur Markenentwicklung und deren Umsetzung unterbreiten.

METHODENKOMPETENZ

Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden grundlegende Vorgehensweise, Modelle und Instrumente im Modulkontext systematisch anwenden. Sie sind methodisch in der Lage, Probleme der Markenentwicklung und Werbung/PR zu erkennen und Lösungen dafür zu erarbeiten. Zudem sind sie befähigt, theoretische Ansätze in die praktische Umsetzung zu bringen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Teilnehmer werden anhand der zur Verfügung stehenden Lern- und Arbeitsmittel zu analytisch-kritischem Denken und methodengestütztem Umgang mit entsprechenden Aufgaben und Fallstudien befähigt. Sie können über Inhalte und Probleme der Markenführung, Werbung und PR mit Experten und Laien sprechen und sowohl einzeln als auch im Team komplexe themenspezifische Fragestellungen lösen und Argumente professionell verteidigen. Sie können mit Kritik gut umgehen und adäquat kritisieren.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Teilnehmer stellen gezielt Verständnisfragen und beteiligen sich an fachlichen Diskussionen. Sie können ihren Standpunkt unter Heranziehung einer fundierten Argumentation begründen und sind in der Lage, die Anwendungsprämissen der einzelnen erlernten Methode vor dem Hintergrund konkreter Problemstellungen kritisch zu reflektieren. Die Studierenden können die Herausforderungen der Markenführung sowie der Werbung / PR in der praktischen Anwendung verknüpfen und die einzelnen theoretischen Ansätze mit unternehmerischen Entscheidungen vernetzen.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Markenentwicklung	50	100
Unternehmenskommunikation durch Markenentwicklung, Rahmenbedingungen und Grundlagen des Markenmanagements, Strategische Entwicklung und Positionierung von Marken, ausgewählte Markenstrategien im Überblick, Modelle und Theorien zur Markenentwicklung sowie zum Markenmanagement, verhaltenswissenschaftliche Grundlagen zur Thematik sowie Übungsaufgaben aus der Unternehmenskommunikation, Abläufe für die Entwicklung einer Marke, Evaluationsstrategien von Marken.		

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Werbung und PR	50	100
Modelle und Instrumente der Werbung, begleitete Analyse praktischer Beispiele aus der Unternehmenskommunikation, Grundzüge des Konsumentenverhaltens (z. B. Customer Journey u. a.), Methoden des Storybuildings/Storytellings, Werbewirkungskontrolle, Umsetzung crossmedialer Werbung und PR in digitalen und analogen Kanälen, digitale Vertrauensbildung, Praxisaufgaben und Fallstudien zur Anwendung, aktuelle Trends und Einordnung neuerer und kreativer Werbe und PR-Kampagnen.		

BESONDERHEITEN

Die Prüfungsdauer gilt nur für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Esch, F.-R./Herrmann, A./Sattler, H: Marketing – Eine managementorientierte Einführung. Vahlen Verlag.
Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, Vahlen Verlag.
Honal, A.: Aktuelle Marketing- und Management-Trends – Das Beste aus Theorie und Praxis, Dr. Kovac Verlag.
Kroeber-Riel, W./Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Werbung, Kohlhammer Verlag.
Kroeber-Riel, W./Groeppel-Klein, A.: Konsumentenverhalten, Vahlen Verlag
Langner, T/ Esch, F.-R./Bruhn, M.: Handbuch Techniken der Kommunikation – Grundlagen – Innovative Ansätze – Praktische Umsetzungen, Springer Gabler Verlag.
Ternès, A./Englert, M.: Digitale Unternehmensführung – Kommunikationsstrategien für ein exzellentes Management, Springer Gabler Verlag.
Zerfaß, A./Pleil, T: Handbuch Online-PR – Strategische Kommunikation in Internet und Social Web, Herbert von Halem Verlag.

Big Data Management und UCD (W3ME_DM406)

Big Data Management and UCD

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM406	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Jürgen Redelius	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Übung, Laborübung, Case Study

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Klausur oder Portfolio	180	ja

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
300	100	200	10

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Das Modul gibt einen Einblick in grundlegende Aspekte des Datenmanagements mit den Schwerpunkten Knowledge Discovery in Databases (KDD) und Data Mining. Ziel ist die Vermittlung grundlegender Kenntnisse und Fähigkeiten für die automatisierte Aufbereitung, Analyse und Auswertung großer Datenmengen (Big Data). Neben grundlegenden Methoden und Verfahren des Data Mining werden auch Textmining- und Webmining berücksichtigt. Die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten ermöglichen ein Grundverständnis für die Methoden der Datenanalyse und Datenauswertung sowie für den Umgang mit entsprechenden Entwicklungswerkzeugen. Anwendungsbereiche sind: die Auswertung, Analyse und Präsentation großer unstrukturierter Datenbestände und Textkorpora, das Auffinden von unbekannten Strukturen, Mustern und Zusammenhängen, die Dateninterpretation sowie die Analyse und Auswertung von Daten.

Der Entwicklungsprozess moderner Projekte umschließt die gleichzeitige Entwicklung multipler Medienformate und damit auch die Kooperation nicht nur tendenziell vieler Kollaborateure, sondern auch vieler verschiedener Gebiete. In der Gestaltung und Umsetzung arbeiten ha¨ufig heterogene Teams aus Design, Informatik, Marketing und vielen anderen Disziplinen an potenziell unterschiedlichen Orten zusammen. Das Modul »User Centered Development« vermittelt grundlegendes Wissen zur Realisierung von interdisziplina¨ren, multimedialen Projekten. Als verbindende Perspektive wird bei deren Konzeption der (zuku¨nftige) Nutzer eines Produktes mit seinen Aufgaben, Zielen und Eigenschaften in den Mittelpunkt des Entwicklungsprozesses gestellt wird. In diesem Rahmen werden klassische Schnittstellenkompetenzen z.B. aus dem Bereich User Experience (UX) Design und Informationsarchitektur behandelt. Zusa¨tzlich werden Methoden und Werkzeuge des verteilten Entwicklungsmanagement vorgestellt.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden erwerben in diesem Modul ein Spektrum an Methoden und Techniken zur Bearbeitung von Themenstellungen und Problematiken. Sie können angemessene Methoden auswählen und anwenden, um neue Lösungen zu erarbeiten. Beispielsweise kennen sie Entwicklungsmodelle des User Centered Design und können diese in konkreten Anwendungsfällen anwenden. Nach Abschluss des Moduls können die Studierenden die Relevanz verschiedener Methoden und Techniken im fachlichen Kontext und im beruflichen Anwendungsfeld einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Wichtige Kompetenzaspekte, die in diesem Modul vermittelt werden, sind neben der kritischen Beurteilung der Durchfu¨hrbarkeit und Beurteilung von interdisziplina¨ren Projekten die Bewertung erreichter Ergebnisse mit entsprechenden Testverfahren. Sie sind in der Lage, Managementaufgaben innerhalb solcher Projekte eigensta¨ndig wahrzunehmen. Dies wird beispielsweise dadurch ermöglicht, dass der disziplinu¨bergreifende Nachvollzug fachlicher Aufgaben im Rahmen des Projektmanagements von ihnen bewusst in die Projektplanung, Projektsteuerung und das Projektcontrolling einbezogen wird.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden erlangen in diesem Modul die Befa¨higung, u¨ber alle Phasen des Projekts mit dem Team, mit Dienstleistern oder Kunden reflexiv und sachgerecht zu kommunizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Big Data Management	50	100
Einfu¨hrung und Definitionen – Teamfu¨hrung – Entwicklungsprozessmodelle – Methoden und Werkzeuge zur Kollaboration – Verteilte Projektarbeit und -management – Informationsarchitektur – User Experience – Usability Methoden – Prototyping – ausgewa¨hlte Projektsituationen – optionale Themen: Produktion von interaktiven Anwendungen, Mobile Design, Human-Computer Interaction, Usability-Testing.		
User Centered Development	50	100
Cloud-Platform-Architekturen und Services – Authorisierungs- und Trust Management – Security – Datenqualitätsprozesse – Daten-Integrations-Konzepte – Data Management Dienste: Management von Dokumenten, Sensor Daten (IOT), Karten und Routen, Social Media Daten, Business-Suite (ERP, CRM, HR, …) Transaktionsdaten (Cloud und onPremise), demographische Daten, Wissensdatenbanken – Integrierte Entwicklungsumgebungen: Entwicklungssprachen, Transportsysteme, (automatisches) Testen – Update Management in der Cloud – Integrationskonzepte für Cloud mit onPremise Systemen.		

BESONDERHEITEN

Dieses Modul beinhaltet zusätzlich bis zu 20h begleitetes Selbststudium in Form von Laborübungen.

Die Prüfungsdauer gilt für die Klausur.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

Cleve, J.: Data Mining, De Gruyter Oldenbourg
Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D.: “About Face 3: The Essentials of Interaction Design”; Wiley Publishing, Indianapolis
Endsley, M.: Designing for Situation Awareness: An Approach to User-Centered Design, Second Edition, CRC Press
Gabriel, R.: Datawarehouse und Data Mining, W3I
Grünwied, G.: Usability von Produkten und Anleitungen im digitalen Zeitalter: Handbuch für Entwickler, IT-Spezialisten und technische Redakteure – Mit Checklisten und Fallstudien, Publicis Publishing
Jacobsen, J.: Praxisbuch Usability und UX: Was jeder wissen sollte, der Websites und Apps entwickelt - bewährte Methoden praxisnah erklärt, Rheinwerk Computing
Kotu, V,: Predictive Analytics and Data Mining: Concepts and Practice with RapidMiner, Morgan Kaufmann
Köppen, V.: Data Warehouse Technologien, mitp Professional
Krishnan, K.: Social Data Analytics: Collaboration for the Enterprise (The Morgan Kaufmann Series on Business Intelligence)
Morville, P.; Rosenfeld, L.: Information Architecture for the World Wide Web. O'Reilly Media Inc., Sebastopol
Moser, C.: User Experience Design: Mit erlebniszentrierter Softwareentwicklung zu Produkten, die begeistern, X.media.press
Nielsen, J.; Loranger, H.: Web Usability. Addison-Wesley, Mu¨nchen
Norman A. Drapner,W.: User Centered System Design: New Perspectives on Human-computer Interaction, CRC Press
Richter, M.: Usability und UX kompakt: Produkte für Menschen, Springer Vieweg

Schlüsselqualifikationen III (W3ME_DM703)

Key Qualifications III

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM703	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Vorlesung, Seminar, Laborübung, Planspiel/Simulation, Rollenspiel

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Unbenoteter Leistungsnachweis	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
150	50	100	5

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über alle Qualifikationen für das wissenschaftliche Studium und können deren Anwendbarkeit für praktische Situationen kritisch einschätzen. Des Weiteren sind sie in der Lage eine betriebliche Problemstellung in strukturierter wissenschaftlicher Herangehensweise zu bearbeiten.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden können
- Methoden und Techniken in verschiedenen Situationen reflektiert und kompetent in angemessener Weise einsetzen,
- Literaturrecherchen durchführen und quellenkritische Auswertungen der Literatur vornehmen,
- geeignete wissenschaftliche Untersuchungsmethoden und -techniken auswählen und anwenden.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden können
- offen kommunizieren
- eigene und fremde Kommunikationsmuster erkennen, kritisch analysieren und einschätzen,
- autonom und selbstsicher eigene Positionen vertreten und andere Positionen zu verstehen,
- die erlernten Methoden in rationaler, verständnisorientierter und fairer Weise und nicht-manipulativ einsetzen,
- Konflikte in ausgleichender Weise bewältigen,
- erkennen, welche ethischen Implikationen und Verantwortung Forschung hat,
- Pluralität von Theorien und Methoden sinnvoll einsetzen.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden
- können sich schnell in neuen Situationen zurechtzufinden, in neue Aufgaben einarbeiten sowie sich in Teams und Kulturen integrieren,
- überzeugen als selbstständig denkende und verantwortlich handelnde Persönlichkeiten mit kritischer Urteilsfähigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft,
- zeichnen sich aus durch fundiertes fachliches Wissen, Verständnis für übergreifende Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, theoretisches Wissen in die Praxis zu übertragen,
- lösen Probleme im beruflichen Umfeld methodensicher sowie zielgerichtet und handeln dabei teamorientiert.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Projektskizze zur Bachelorarbeit	25	50

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Aufarbeitung der Erfahrungen aus der Projektarbeit 2, Differenzierung Projektarbeit und Bachelorarbeit, selbstständige Planung eines Forschungs- bzw. Gestaltungsprozesses, Erarbeitung eines Methodendesigns (Exposé) für ein mögliches Bachelorarbeitsthema durch die Studierenden (Wahl und Konkretisierung des Themas, Problemstellung und Zielformulierung, Literaturrecherche und Informationsbeschaffung, Auswahl und Ausarbeitung von Analyse- bzw. Gestaltungsmethoden, Festlegung des Aufbaus und der Gliederung der Arbeit) unter Anleitung durch Dozenten. Hierbei muss das von den Studierenden bearbeitete Thema nicht mit dem aktuellen Bachelorarbeitsthema identisch sein.		
Wissensmanagement	25	50
Grundlagen eines persönlichen Informations- und Wissensmanagements, Wissensmodell von Probst et. al., Wissenserwerb durch kollaboratives und organisatorisches Lernen, Konzepte der Wissensteilung und des Wissenstransfers, Methoden der Nutzung von Mitarbeiterwissen (z. B. Storytelling), Integration von Wissen, Markt- und Kundeninformationen in elektronischen Datenbanken, Aufbau von Informations- und Wissensdatenbanken, Nutzung von OpenSource-Produkten zur Informationssammlung und Strukturierung, Methoden der Bewertung von immateriellen Gütern, Strategien des persönlichen Wissensmanagements.		

BESONDERHEITEN

-

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
- Hollinger,T.: Führungskräftetraining mit Pferden. Können Menschen von Tieren lernen? Hamburg:igel
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Schneider, D.: Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
- Stickel-Wolf, C. /Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen

Praxismodul III (W3ME_DM803)

Practical Module III

FORMALE ANGABEN ZUM MODUL

MODULNUMMER	VERORTUNG IM STUDIENVERLAUF	MODULDAUER (SEMESTER)	MODULVERANTWORTUNG	SPRACHE
W3ME_DM803	3. Studienjahr	2	Prof. Dr. Joachim Weber	Deutsch/Englisch

EINGESETZTE LEHRFORMEN

Projekt

EINGESETZTE PRÜFUNGSFORMEN

PRÜFUNGSLEISTUNG	PRÜFUNGSUMFANG (IN MINUTEN)	BENOTUNG
Mündliche Prüfung	30	ja
Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	Siehe Pruefungsordnung	Bestanden/ Nicht-Bestanden

WORKLOAD UND ECTS-LEISTUNGSPUNKTE

WORKLOAD INSGESAMT (IN H)	DAVON PRÄSENZZEIT (IN H)	DAVON SELBSTSTUDIUM (IN H)	ECTS-LEISTUNGSPUNKTE
240	0	240	8

QUALIFIKATIONSZIELE UND KOMPETENZEN

FACHKOMPETENZ

Die Studierenden verfügen über tiefgehende und umfassende Erkenntnisse in den für die Studienrichtung relevanten Bereichen im Kontext gesellschaftlicher und digitaler Herausforderungen, insbesondere auch im Themenbereich der belegten Wahlmodule. Sie sind in der Lage, praktische Problemstellungen in ihrer Komplexität zu erfassen, zu analysieren, um darauf aufbauend unter Hinzuziehung vermittelter Lehrveranstaltungsinhalte effiziente und effektive Lösungsvorschläge zu entwickeln.

METHODENKOMPETENZ

Die Studierenden sind mit Abschluss des Moduls in der Lage, für komplexe Praxisanwendungen angemessene Methoden auszuwählen und anzuwenden. Sie können die Möglichkeiten, Praktikabilität und Grenzen der eingesetzten Methoden einschätzen.

PERSONALE UND SOZIALE KOMPETENZ

Die Studierenden sind dafür sensibilisiert, mit an ihre Rolle geknüpften Erwartungshaltungen in ihrem Arbeitsumfeld umzugehen. Sie tragen durch ihr kooperatives Verhalten in Teams dazu bei, dass die gemeinsamen Ziele erreicht werden. Für übertragene Aufgaben übernehmen sie die Verantwortung.

ÜBERGREIFENDE HANDLUNGSKOMPETENZ

Die Studierenden sind in der Lage, auf der Basis selbstständig vorgenommener Situationsanalysen unter Hinzuziehung ihrer theoretischen Kenntnisse und Kompetenzen, zielführende Handlungsprogramme umzusetzen, zu kontrollieren und gegebenenfalls zu modifizieren.

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Praxismodul III - Mündliche Prüfung	0	240

LERNEINHEITEN UND INHALTE

LEHR- UND LERNEINHEITEN	PRÄSENZZEIT	SELBSTSTUDIUM
Die Studierenden sollen vertiefte berufspraktische Erfahrungen sammeln und betriebliche Zusammenhänge zwischen den relevanten Funktionsbereichen erkennen und bewerten können. Sie sollen die in den Theoriephasen erlernten Inhalte vertiefen und auf praktische Fragestellungen in den Unternehmen transferieren können. Ziel ist die selbständige Lösung eines betrieblichen Problems aus dem Bereich der Digitalen Medien, das folgende Themenbereiche umfassen kann: Print-Bereich: • Creation/Gestaltung, Pre-Press, Press; Post-Press, Cross-Media-Produktion, • Applikationen wie beispielweise CS (Creative Suite) von Adobe • Fotografie/Bildbearbeitung/Retusche • Color-Management • Workflow-Management (beispielsweise pdf-Workflow) • weitere firmenspezifische Problematiken im Rahmen der Aufgabenstellungen des Print-Bereichs. Non-Print/Cross-Media-Bereich: •Software-Engineering einschließlich Entwicklungstools • Benutzeroberflächen • Informationssysteme • Standardisierung • Datenschutz • Datensicherheit • Usability • User-Experience • Rolle der Telekommunikation im Unternehmen (beispielsweise Bürokommunikation, Telekomdienste, LAN, WAN) • Multimedia • Rechenzentrumsorganisation • Big Data • Networked Communication • Mobile Anwendungen (wie E-Payment) • App-Entwicklungen • Web-Programmierung • weitere firmenspezifische Problematiken im Rahmen der Aufgabenstellungen des Non-Print/IT-Bereichs Übergreifende Bereiche: • Digitale Medien in der Presse/Öffentlichkeitsarbeit und im Marketing, Customer Relationship Management (CRM)		
Praxismodul III - Bericht zum Ablauf und zur Reflexion des Praxismoduls	0	0

-

BESONDERHEITEN

Die Inhalte des Praxismoduls III orientieren sich an den jeweiligen studienrichtungsspezifischen theoretischen Schwerpunkten in den einzelnen Semestern und dienen als Grundlage für den Rahmenausbildungsplan für das Studium am Lernort Praxis, der inhaltlich an die Besonderheiten des jeweiligen Dualen Partners angepasst wird. Dabei sind betriebliche Schwerpunktsetzungen und Anpassungen sinnvoll und es kann auch von der zeitlichen Abfolge des Rahmenausbildungsplans abgewichen werden.

VORAUSSETZUNGEN

-

LITERATUR

- Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer-Verlag
- Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica-Verlag
- Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft mbH
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg-Verlag
- Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen-Verlag
- Stickel-Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler-Verlag
- Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen-Verlag