

Modulhandbuch

Bachelor

Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft

Studienordnungsversion: 2014

gültig für das Studiensemester 2016

Erstellt am: 02. Mai 2016

aus der POS Datenbank der TU Ilmenau

Herausgeber: Der Rektor der Technischen Universität Ilmenau

URN: urn:nbn:de:gbv:ilm1-mhb-33

Inhaltsverzeichnis

Name des Moduls/Fachs	1.FS	2.FS	3.FS	4.FS	5.FS	6.FS	7.FS	Abschluss	LP	Fachnr.
	VSP	VSP	VSP	VSP	VSP	VSP	VSP			
Kompetenzfeld Kommunikationswissenschaft und Medien										
Einführung in die Kommunikationswissenschaft								FP	7	101224
Einführung in die Kommunikationswissenschaft	2 2 0							PL 60min	7	100084
Kommunikatorforschung								FP	7	101225
Kommunikatorforschung		2 2 0						PL	7	100085
Medieninhaltsforschung								MO	5	101226
Medieninhaltsforschung			1 1 0					SL	5	9123
Rezeptionsforschung								FP	7	101227
Rezeptionsforschung				2 2 0				PL	7	100086
Medienpsychologie, Medienpolitik								FP	6	100088
Medienpolitik	2 0 0							SL	3	9206
Medienpsychologie	2 0 0							PL 60min	3	685
Virtuelle Welten, Digitale Spiele								FP	7	101228
Virtuelle Welten, Digitale Spiele			2 2 0					PL 90min	7	9125
Medienproduktforschung								FP	7	101229
Medienproduktforschung				2 2 0				PL	7	100087
Kompetenzfeld Sozialwissenschaftliche Methoden										
Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Methoden 1								FP	13	9127
Einführung in die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens	2 0 0							SL	4	8321
Quantitative Methoden der Kommunikationswissenschaft		2 1 1						PL 60min	7	100001
Qualitative Methoden der Kommunikationswissenschaft			1 0 0					SL	2	100002
Statistik und Datenanalyse								FP	10	101230
Statistik/Datenanalyse								PL 60min	7	9128
Statistik			2 0 0					VL	5	8312
Übung Datenanalyse			0 2 0					VL	2	9129
Methodentraining				0 1 1				SL	3	9132
Kompetenzfeld Berufsfeldorientierung und Schlüsselqualifikation										
Berufsfeldorientierung								FP	8	101231
Berufsfeldorientierung			0 2 2	0 2 2				PL	8	9133
Forschungsseminar								FP	8	101232
Forschungsseminar					0 2 1			PL	8	8319

Praxiswerkstatt					FP	10	1056
Praxiswerkstatt 1			0 3 0		PL	5	1760
Praxiswerkstatt 2				0 3 0	PL	5	9142
Medienprojekt					FP	9	101234
Medienprojekt					PL	9	8320
Fachpraktikum					MO	30	101233
Fachpraktikum					SL	30	1059
Englisch, Fachsprache Medien (C1)					FP	6	101235
Englisch, Fachsprache Medien (C1)	0 2 0	0 2 0			PL	6	5008
Kompetenzfeld Medientechnik und Informationstechnologien							
Mathematische Grundlagen					MO	5	101237
Mathematische Grundlagen	2 2 0				SL	5	1024
Angewandte Medientechnik					FP	7	101238
Angewandte Medientechnik		2 1 0	2 1 1		PL	7	5312
Multimedia-Anwendungen					FP	13	101071
Multimedia-Programmierung	2 1 0				SL	4	100003
Multimedia-Tools		2 0 1			PL	4	8326
Strukturierung multimedialer Informationen		1 0 1			SL	5	9134
Kompetenzfeld Medienwirtschaft und Medienrecht							
Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften					FP	6	9137
Grundlagen der BWL		2 1 0			PL 90min	3	959
Grundlagen der VWL			2 1 0		PL 90min	3	549
Marketing 1					FP	5	101401
Marketing 1	2 1 1				PL 60min	5	727
Projektmanagement					FP	7	101241
Projektmanagement				1 1 1	PL	7	7480
Medienmanagement					FP	6	1073
Medienmanagement 1				2 0 0	SL	2	964
Medienmanagement 2				1 2 0	PL	4	965
Recht,insb. Medienrecht					FP	5	100004
Einführung in das Recht		2 0 0			SL 90min	2	551
Einführung in das Medienrecht			2 1 0		PL 90min	3	552
Bachelorarbeit					FP	16	
Bachelorarbeit und Kolloquium					BA 6	12	1060
Exposee und Kandidatenseminar				0 1 0	VL	4	9140

Modul: Einführung in die Kommunikationswissenschaft

Modulnummer101224

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Jeffrey Wimmer

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Studierende bekommen einen Überblick über die zentralen Themen, Traditionen, Grundbegriffe und theoretischen Ansätze der Kommunikationswissenschaft. Im begleitenden Seminar werden die Inhalte der Vorlesung ergänzt und vertieft.

Voraussetzungen für die Teilnahme

keine

Detailangaben zum Abschluss

Einführung in die Kommunikationswissenschaft

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 100084 Prüfungsnummer: 2400468

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jeffrey Wimmer

Leistungspunkte: 7 Workload (h): 210 Anteil Selbststudium (h): 165 SWS: 4.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2555

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	2	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Studierende bekommen einen Überblick über die zentralen Themen, Traditionen, Grundbegriffe und theoretischen Ansätze der Kommunikationswissenschaft. Im begleitenden Seminar werden die Inhalte der Vorlesung ergänzt und vertieft.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

Die Vorlesung gibt einen ersten Einblick in das System der klassischen Massenmedien (Printmedien, Rundfunk und Internet) und beleuchtet Phänomene öffentlicher Kommunikation. Dabei werden die Grundlagen der Kommunikationswissenschaft als empirische Sozialwissenschaft an der Schnittstelle zwischen theoriegeleiteter Forschung und Gesellschaftskritik einerseits und beruflicher bzw. ökonomischer Praxis andererseits deutlich. Folgende Fragen stehen im Mittelpunkt:

- Welche Medien gibt es, wie finanzieren sie sich und wer macht sie?
- Wie werden Medien genutzt und wie wirken sie - auf den Einzelnen und die Gesellschaft?
- Was ist Öffentlichkeit und welche Rolle spielen darin Journalismus, Public Relations und Werbung?
- Wie hängen Massenmedien und Individual- bzw. Gruppenkommunikation zusammen, z.B. in den Social Media?

Das Seminar ergänzt und vertieft die Themen der Vorlesung mittels Lektüre wissenschaftlicher Texte, darauf aufbauenden Referaten und gemeinsamen Diskussionen. Im Referat können die Studierenden Präsentationstechniken entwickeln und einüben. Ein Reader mit den zu behandelnden Texten steht zu Beginn des Seminars zur Verfügung.

Medienformen

Vorlesung: Power-Point-Präsentation (auch als Skript)
 Seminar: Alle zu lesenden Texte stehen als PDF-Dateien zur Verfügung.

Literatur

Wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfung 60 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Medientechnologie 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Modul: Kommunikatorforschung

Modulnummer101225

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Martin Löffelholz

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

siehe Fachbeschreibung

Vorraussetzungen für die Teilnahme

siehe Fachbeschreibung

Detailangaben zum Abschluss

Kommunikatorforschung

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch und Englisch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 100085 Prüfungsnummer: 2400469

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Martin Löffelholz

Leistungspunkte: 7 Workload (h): 210 Anteil Selbststudium (h): 165 SWS: 4.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2552

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	2	0															

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Lehrveranstaltung ermöglicht es den Studierenden, die wichtigsten Theorien und Befunde der Kommunikatorforschung kennenzulernen. Darüber hinaus werden den Studierenden Einblicke in die Berufsfelder Journalismus, Public Relations und Werbung vermittelt. Darüber hinaus ermöglicht es die Lehrveranstaltung den Studierenden, wichtige Schritte des empirischen Forschungsprozesses nachzuvollziehen und auf konkrete Fragestellungen der Kommunikatorforschung anzuwenden. In dem begleitenden Seminar werden Kenntnisse über Rahmenbedingungen, Prozesse und Probleme journalistischen Arbeitens, der Public Relations und der Werbung vertiefend vermittelt.

This course assists you in getting to know the fundamental research approaches to communicator research as well as basic structures, strategies and vocational fields of public communication, particularly journalism, public relations and advertising. Furthermore, this course imparts basic knowledge on empirical social research and its application to practical problems. The seminar will focus particularly on constraints, processes and challenges in journalism, public relations and advertising.

Vorkenntnisse

Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft
 Basic knowledge of communication and media science

Inhalt

Die Vorlesung führt in die Kommunikatorforschung ein und behandelt vertiefend die spezifischen Felder der Kommunikatorforschung. In einem ersten Schritt lernen die Studenten die Grundlagen der Systemtheorie, Handlungstheorie und sozialintegrativer Theorien kennen. In einem zweiten Schritt werden die Berufs- und Forschungsfelder Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus und Werbung vorgestellt. Prof. Claus-Erich Boetzkes, Honorarprofessor am IfMK und Moderator der Tagesschau, gibt darüber hinaus Einblicke in die Berufspraxis des Journalisten. In dem begleitenden Seminar werden Kenntnisse über Rahmenbedingungen, Prozesse und Probleme journalistischen Arbeitens, der Public Relations und der Werbung vertiefend vermittelt.

The course offers an introduction to communicator research in general and selected fields of professional specialization. In a first step, students will acquire fundamentals of systems theory, theory of action and social integrative theories and discuss their application to communicator research. In a second step, students will analyze journalism, public relations and advertising with regard to theoretical approaches, findings and the status quo of the professions. Additionally, Prof. Claus-Erich Boetzkes, honorary professor at the IfMK and anchorman of the newscast "Tagesschau", will deliver insights into the daily work of journalists. The seminar will focus particularly on constraints, processes and challenges in journalism, public relations and advertising.

Medienformen

Wichtige studienbegleitende Materialien werden den Studierenden auf der E-Learning-Plattform moodle.tu-ilmenau.de zur

Verfügung gestellt. Darüber hinaus wird ein Semesterapparat in der Universitätsbibliothek Ilmenau eingerichtet. Weitere Informationen erhalten Sie in der Lehrveranstaltung.

All relevant course materials will be made available on the online learning platform moodle.tu-ilmenau.de. Additionally, the required readings and further literature can be found on a reference shelf in the library. Further information is given in the course.

Literatur

Wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

- alternative studienbegleitende Prüfungsleistung (Prüfungsanmeldung zu Beginn des Semesters), zusammengesetzt aus 40 Punkten Klausur (45 min), 20 Punkten mündliche Präsentation und 40 Punkten Forschungsexposé; werden insgesamt weniger als 50 Punkte erreicht, müssen alle Teilleistungen inkl. Seminarteilnahme wiederholt werden

alternative course-related examination (examination registration at the beginning of the semester), consisting of 40 points written test (45 min), 20 points oral presentation and 40 points research proposal; with less than 50 points reached, all parts of the examination - including participation in the seminar - must be taken again

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Modul: Medieninhaltsforschung

Modulnummer 101226

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Modulabschluss:

Lernergebnisse

siehe Fachbeschreibung

Voraussetzungen für die Teilnahme

siehe Fachbeschreibung

Detailangaben zum Abschluss

Medieninhaltsforschung

Fachabschluss: Studienleistung alternativ

Art der Notegebung: Testat / Generierte Noten

Sprache: deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 9123

Prüfungsnummer: 2400380

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 128	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2554

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							1	1	0												

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vorkenntnisse

Die Inhalte der Veranstaltungen "Einführung in die Kommunikationswissenschaft" sowie "Einführung in die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens" und "Methoden der empirischen Kommunikationsforschung 1" bilden die notwendigen Voraussetzungen

Inhalt

Die Vorlesung "**Medieninhaltsforschung**" (engl. media content research) führt ein in die Fragestellungen, Theorien, Methoden und Ergebnisse der kommunikationswissenschaftlichen Medieninhaltsforschung. Dabei werden z.B. Inhalte und Qualität von Nachrichtensendungen, Merkmale der Sportberichterstattung, politische Diskurse in Online-Medien, Personendarstellungen in der Werbung und in digitalen Spielen oder Sexualitätsdarstellungen in Musikvideos in den Blick genommen. Der Schwerpunkt der Veranstaltung liegt in der Vermittlung von Methodenkompetenz: Quantitative und qualitative Inhaltsanalyse sowie Methoden der Qualitäts- und Evaluationsforschung werden vorgestellt. Die für die Kommunikationswissenschaft zentrale Methode der Inhaltsanalyse wird in der begleitenden Übung von den Studierenden selbst angewendet, indem in eigenen kleinen Forschungsprojekten jeweils ausgewählte Medieninhalte untersucht werden. Integraler Bestandteil der Lehrveranstaltung ist die Teilnahme an einer Versuchspersonenstunde.

Weitere Informationen zur Veranstaltung Medieninhaltsforschung sind auf der E-Learning-Plattform moodle im Raum Medieninhaltsforschung" zu finden: <http://moodle2.tu-ilmenau.de/>

Medienformen

Präsentationsfolien, wissenschaftliche Begleittexte, Internet-Links, E-Learning-Plattform moodle

Literatur

Einsehbar im Raum "Medieninhaltsforschung" auf <http://moodle2.tu-ilmenau.de/>

Detailangaben zum Abschluss

60 minütiger schriftlicher Test (60%) und Forschungsbericht (40%)

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Modul: Rezeptionsforschung

Modulnummer101227

Modulverantwortlich: Dr. Christoph Kuhlmann

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

siehe Fachbeschreibung

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

Teilleistungen:

- Seminarteilnahme,
- Kurzpräsentation,
- Erbringung von Hausaufgaben,
- Klausur zum Vorlesungsstoff (60 min, 50% der Note),
- Exposé (50% der Note, Abgabetermin 28.8.2015)

Rezeptionsforschung

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch und Englisch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 100086 Prüfungsnummer: 2400470

Fachverantwortlich: Dr. Christoph Kuhlmann

Leistungspunkte: 7 Workload (h): 210 Anteil Selbststudium (h): 165 SWS: 4.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2551

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2	2	0									

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, die Theorien, Ansätze und methodischen Vorgehensweisen der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung zu verstehen und zu erklären.

Die Studierenden können die Befunde der empirischen Forschungsliteratur im Bereich der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung unter Berücksichtigung methodischer Fragestellungen verstehen und bewerten. Die Studierenden sind befähigt, die Theorien sowie die Resultate dieser Studien für die Lösung von medien- und kommunikationspraktischen sowie kommunikationswissenschaftlichen Problemen anzuwenden und für die Konzeption von Forschungsprojekten einzusetzen.

Vorkenntnisse

Inhalt

In der Vorlesung werden die Grundzüge der Mediennutzungs- und -wirkungsforschung gelehrt. Es wird erläutert, warum (bestimmte) Personen (bestimmte) Angebote der Massenmedien nutzen und welche Konsequenzen dies für Kognitionen, Emotionen, Einstellungen und Handlungen hat.

In den Seminaren werden die Grundzüge der Mediennutzungs- und -wirkungsforschung auf Basis der Lektüre und Diskussion wissenschaftlicher Grundagentexte und empirischer Studien erarbeitet und vertieft.

Medienformen

PPT-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

- Wünsch, Carsten/Schramm, Holger/Gehrau, Volker/Bilandzic, Helena (2014): Handbuch Medienrezeption. Baden-Baden: Nomos.
- Jäckel, Michael (2008): Medienwirkungen: Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kunczik, Michael/Zipfel, Astrid (2005): Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln, Weimar, Wien: Böhlau.
- Schenk, Michael (2007): Medienwirkungsforschung. 2. Aufl. Tübingen: Mohr.
- Schweiger, Wolfgang (2007): Theorien der Mediennutzung: Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag.
- Schweiger, Wolfgang/Fahr, Andreas (2013): Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden: Springer VS Verlag.

Detailangaben zum Abschluss

Klausur zum Stoff der Vorlesung (max. 20% Multiple Choice, 100 Punkte). Die Seminarleistung setzt sich aus der Bewertung

einer Hausarbeit, mündlichen Präsentationen/Referaten sowie aktiver Mitarbeit zusammen. (Die Seminarleistung betrifft nur den Studiengang AMW.)

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Modul: Medienpsychologie, Medienpolitik

Modulnummer100088

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden sind in der Lage, Fragestellungen, Methoden, Theorien und Befunde der Medienpsychologie und der Medienpolitik zu verstehen, zu erklären und teilweise auch selbst forschend zu nutzen bzw. zu erzeugen.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

Medienpolitik

Fachabschluss: Studienleistung

Art der Notegebung: Testat unbenotet

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 9206

Prüfungsnummer: 2400464

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Leistungspunkte: 3	Workload (h): 90	Anteil Selbststudium (h): 68	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2551

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	0	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind befähigt, die grundlegenden Probleme und Lösungsmöglichkeiten der medienpolitischen Gestaltung des Mediensystems in der Bundesrepublik zu verstehen und zu bewerten.

Die Studierenden sind fähig, eine entscheidungstheoretisch basierte Analyse von medienpolitischen Auseinandersetzungen durchzuführen.

Die Studierenden sind in der Lage, Interdependenzen zwischen medientechnologischen Entwicklungen, ökonomischen Rahmenbedingungen sowie den sich verändernden Prozessen von Medienproduktion und Rezeption auf der einen Seite und den Optionen und Restriktionen der medienpolitischen Gestaltung auf der anderen Seite zu erkennen und zu bewerten.

Die Studierenden können medienpolitische Probleme erkennen und Informationen zu den Problemen recherchieren und aufbereiten.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

Das Fach vermittelt den Teilnehmern einen Einblick in die verschiedenen Formen der Regulierung, angefangen von Formen der ethischen Selbstregulierung, über unterschiedliche Formen der Media Governance bis hin zu staatlichen Steuerungsmaßnahmen. Behandelt werden Presse, Rundfunk und Internet. Dabei wird auch die internationale Perspektive berücksichtigt. Die Studierenden beschäftigen sich mit einem selbstgewählten konkreten medienpolitischen Problem, rekonstruieren die politische Debatte über das Problem, analysieren es aus einer entscheidungstheoretischen Perspektive und präsentieren ihr Rechercheergebnis in der Veranstaltung.

Medienformen

Power-Point-Präsentationen, studienbegleitende Unterlagen zum Download im WWW

Literatur

Seufert, Wolfgang und Gundlach, Hardy (2012): Medienregulierung in Deutschland: Ziele, Konzepte, Maßnahmen. NOMOS.
 Beck, Klaus (2012): Das Mediensystem Deutschlands: Strukturen, Märkte, Regulierung. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
 Puppis, Manuel (2010): Einführung in die Medienpolitik. UVK.
 Hachmeister, Lutz & Anschlag Dieter. (2013). Rundfunkpolitik und Netzpolitik. Strukturwandel der Medienpolitik in Deutschland. Köln H.v.Halem

Detailangaben zum Abschluss

Erledigung von Hausaufgaben und Präsentation von Rechercheergebnissen zu aktuellen medienpolitischen Fragestellungen.

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Medienpsychologie

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 685 Prüfungsnummer: 2400269

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 3 Workload (h): 90 Anteil Selbststudium (h): 68 SWS: 2.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2554

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	0	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

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

Vorkenntnisse

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

Inhalt

Die Vorlesung "Medienpsychologie" (engl. Media Psychology) führt ein in die psychologische Forschung zur Mediennutzung und Medienwirkung: Welche Gedanken und Gefühle, welche körperlichen Reaktionen und Verhaltensweisen treten bei unterschiedlichen Situationen und Kulturen vor, während und nach der Nutzung von Medien auf? Dabei werden "alte" Medien (Presse, Radio, Fernsehen, Musik etc.) sowie "neue" Medien (Computer, Internet, Handy etc.) einbezogen. Weitere Informationen zur Vorlesung "Medienpsychologie" unter <http://moodle2.tu-ilmenau.de/>
 Integraler Bestandteil der Lehrveranstaltung ist die Teilnahme an einer Versuchspersonenstunde.

Medienformen

Basistexte, Übungsaufgaben, Website

Literatur

<http://moodle2.tu-ilmenau.de/>

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfung, 60 Minuten

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Modul: Virtuelle Welten, Digitale Spiele

Modulnummer101228

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

siehe Fachbeschreibung

Vorraussetzungen für die Teilnahme

siehe Fachbeschreibung

Detailangaben zum Abschluss

Virtuelle Welten, Digitale Spiele

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notegebung: Gestufte Noten
 Sprache: deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 9125 Prüfungsnummer: 2400382

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 7 Workload (h): 210 Anteil Selbststudium (h): 165 SWS: 4.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2557

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2	2	0												

Lernergebnisse / Kompetenzen

Computerspiele haben mittlerweile im Bereich der Produktionskosten und des Umsatzes klassische Medien wie Kino- und Fernsehfilme längst überholt. Mit der zunehmenden Verbreitung von Spielekonzepten wie Browser-Games, Spiele-Apps auf Smartphones und Tablets sowie Social Games haben Computerspiele eine nie zuvor erreichte Durchdringung unseres Alltags erreicht. Nicht erst seit dem kurzzeitigen Hype um Second Life zeigt sich, dass virtuelle Welten dabei auch als Grundlage für andere Zwecke jenseits des reinen Spielens eine zunehmend wichtigere Grundlage bilden können. Ziel der Vorlesung ist es, die grundlegenden Mechanismen bei der Erstellung virtueller Welten mit Fokus auf den Bereich digitale Spiele zu erläutern. Im Rahmen des Seminars werden die Teilnehmer Gelegenheit haben, die Inhalte anhand praxisnaher Beispiele selber zu testen und umzusetzen.

Vorkenntnisse

- Grundlegende Programmierkenntnisse (Algorithmen & Programmierung oder Multimedia-Programmierung)
- 3D-Auszeichnungssprachen und Bildformate (Strukturierung Multimedialer Informationen)
 - Erfahrungen bei der Umsetzung von Multimedia-Anwendungen (Multimedia Tools)

Inhalt

- Game Genres
- Grundlagen des Game Designs
- Alterseinstufung von Spielen
- Plattformen und Sprachen
- Spieleentwicklungsprozess
- Aufbau von Computerspielen
- Szenengraphen
- X3D (erweitert)
- WebGL
- 3D-Interaktionstechniken
- Augmented Reality
- Game AI
- Sound in Spielen

Medienformen

Literatur

wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben

Detailangaben zum Abschluss

* schriftliche Prüfung

Die Klausur wird ausschließlich für Studierende des Studiengang AMW/AMK und MW angeboten!

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Modul: Medienproduktforschung

Modulnummer101229

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Paul Klimsa

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

siehe Fachbeschreibung

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

Medienproduktforschung

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache: deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 100087

Prüfungsnummer: 2400471

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Paul Klimsa

Leistungspunkte: 7	Workload (h): 210	Anteil Selbststudium (h): 165	SWS: 4.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2553

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2	2	0									

Lernergebnisse / Kompetenzen

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

Vorkenntnisse

keine Vorkenntnisse erforderlich

Inhalt

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

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

Medienformen

Beamer, Tafel

Literatur

wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben

Detailangaben zum Abschluss

- schriftliche Klausur im Prüfungszeitraum 60 min. = 2 LP
- Hausarbeit = 5 LP

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Modul: Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Methoden 1

Modulnummer9127

Modulverantwortlich: Dr. Christoph Kuhlmann

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden sind in der Lage, die Prinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens sowie die grundlegenden Methoden empirischer Forschung zu verstehen, zu erklären und anzuwenden.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

keine

Detailangaben zum Abschluss

Einführung in die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens

Fachabschluss: Studienleistung alternativ

Art der Notegebung: Testat unbenotet

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 8321

Prüfungsnummer: 2400259

Fachverantwortlich: Dr. Andreas Schwarz

Leistungspunkte: 4	Workload (h): 120	Anteil Selbststudium (h): 98	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2552

SWS nach Fachsemester	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	0	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

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

Vorkenntnisse

Abiturwissen

Inhalt

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

Medienformen

Vorlesungspräsentationen, Übungsaufgaben, Weblog

Literatur

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

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Quantitative Methoden der Kommunikationswissenschaft

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min Art der Notegebung: Gestufte Noten
 Sprache: deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 100001 Prüfungsnummer: 2400465

Fachverantwortlich: Dr. Christoph Kuhlmann

Leistungspunkte: 7 Workload (h): 210 Anteil Selbststudium (h): 165 SWS: 4.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2551

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	1	1															

Lernergebnisse / Kompetenzen

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

Vorkenntnisse

Einführung in die Kommunikationswissenschaft

Inhalt

Die Grundlagen der wichtigsten quantitativen empirischen Methoden der Kommunikationsforschung (Befragung, Beobachtung, Inhaltsanalyse) sowie der grundlegenden Untersuchungsdesigns (Querschnitt, Längsschnitt, Experiment) werden vermittelt.

Das gewonnene Wissen über den Forschungsprozess und die Datenerhebung wird am Beispiel der Befragung in den Begleitseminaren in einem praktischen Forschungsprojekt angewendet.

The basic principles of the most important quantitative empirical methods of communication research (survey, observation, content analysis) and the fundamental designs of research (cross section, longitudinal section, experiment) are communicated.

The obtained knowledge about the process of research and the collection of data are applied in a questionnaire, which is developed in the accompanying seminar.

Medienformen

Powerpoint, Auflichtprojektion, Tafel

Literatur

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

Detailangaben zum Abschluss

Klausur (max. 100 Punkte)

Ein Teil der Klausur (max. 20%) erfolgt im Einfachauswahlverfahren („Multiple Choice“).

max. 15 Bonuspunkte für Mitarbeit im Forschungsprojekt

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Medientechnologie 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Qualitative Methoden der Kommunikationswissenschaft

Fachabschluss: Studienleistung alternativ

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 100002

Prüfungsnummer: 2400466

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Jens Wolling

Leistungspunkte: 2	Workload (h): 60	Anteil Selbststudium (h): 49	SWS: 1.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2551

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							1	0	0												

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden sind in der Lage, das qualitative Forschungsparadigma zu verstehen und zu erklären sowie unterschiedliche Methoden der qualitativen Forschung zur Datenerhebung und Datenauswertung gezielt anzuwenden. Die Studierenden sind befähigt, ein qualitatives Forschungsdesign zu entwerfen und darauf aufbauend eine qualitative Studie zu planen, durchzuführen, auszuwerten und zu interpretieren.

Vorkenntnisse

Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Methoden 1

Inhalt

Das Fach vermittelt den Teilnehmern methodologische und methodische Kenntnisse im Bereich der qualitativen Kommunikationsforschung und leitet die Studierenden zur aktiven Durchführung eines qualitativen Forschungsvorhabens an.

Medienformen

Power-Point-Präsentationen

Literatur

- Meyen, Michael; Löblich, Maria; Pfaff-Rüdiger, Senta und Riesmeyer, Claudia (2011): Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Wagner, Hans (2008): Qualitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft. Reinhard Fischer.
- Mikos, Lothar und Wegener, Claudia (2005): Qualitative Medienforschung: Ein Handbuch. UVK.

Detailangaben zum Abschluss

Durchführung eine qualitativen Studie und Präsentation der Studie (unbenotet)

verwendet in folgenden Studiengängen

- Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
- Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
- Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Modul: Statistik und Datenanalyse

Modulnummer 101230

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden

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

Voraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

Statistik/Datenanalyse

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 9128 Prüfungsnummer: 2400385

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 7 Workload (h): 210 Anteil Selbststudium (h): 165 SWS: 4.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2554

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden

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

Vorkenntnisse

Spezielle Vorkenntnisse sind fuer diese Grundlagen-Vorlesungen nicht notwendig.

Inhalt

Die Statistik-Vorlesung fuehrt ein in die Darstellung, Analyse und Interpretation quantitativer Daten. Statistik wird dabei explizit als Forschungsstatistik aufgefasst. Es geht um grundlegende Statistik-Kompetenz fuer Alltag, Studium/Wissenschaft und Beruf.

Weitere Informationen zur Vorlesung "Statistik" sind auf der E-Learning-Plattform moodle im Bereich Medienkonzeption/Medienpsychologie zu finden: <https://moodle2.tu-ilmenau.de/>

Medienformen

Übungsaufgaben, e-Learning-Plattform moodle, Basistexte

Literatur

Einsehbar auf <http://moodle2.tu-ilmenau.de/>

Detailangaben zum Abschluss

schriftliche Prüfung, 60 Minuten

Über den moodle-Raum werden regelmäßig Einreichungsaufgaben gestellt (insgesamt maximal fünf), durch deren Lösung Sie Bonuspunkte für die Abschlussklausur sammeln können. Pro Einreichungsaufgabe können Sie einen Punkt sammeln.

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

ACHTUNG: Fach wird nicht mehr angeboten!

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Modul: Statistik/Datenanalyse



TECHNISCHE UNIVERSITÄT
ILMENAU

Statistik

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 8312

Prüfungsnummer: 2400435

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 116	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2554

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2	0	0												

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden

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

Vorkenntnisse

Spezielle Vorkenntnisse sind fuer diese Grundlagen-Vorlesungen nicht notwendig.

Inhalt

Die **Statistik-Vorlesung** fuehrt ein in die Darstellung, Analyse und Interpretation quantitativer Daten. Statistik wird dabei explizit als Forschungsstatistik aufgefasst. Es geht um grundlegende Statistik-Kompetenz fuer Alltag, Studium/Wissenschaft und Beruf. Weitere Informationen zur Vorlesung "Statistik" sind auf der E-Learning-Plattform moodle im Bereich Medienkonzeption/Medienspsychologie im Moodle-Raum unter <http://www.moodle2.tu-ilmenau.de> zu finden.

...
Integraler Bestandteil der Lehrveranstaltung ist die Teilnahme an einer Versuchspersonenstunde.

Medienformen

Übungsaufgaben, e-Learning-Plattform moodle

Literatur

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

ACHTUNG: Fach wird nicht mehr angeboten!

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
Modul: Statistik/Datenanalyse

Übung Datenanalyse

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache: deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 9129

Prüfungsnummer: 2400436

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 2	Workload (h): 60	Anteil Selbststudium (h): 49	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2554

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							0	2	0												

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden

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

Vorkenntnisse

Spezielle Vorkenntnisse sind fuer diese Grundlagen-Vorlesungen nicht notwendig.

Inhalt

Die Übung greift die Inhalte der Statistik-Vorlesung auf und vertieft anhand von Beispielen die grundlegende Statistik-Kompetenz.

Es werden 14-tägig Aufgaben bereitgestellt, die die Studierenden in Vorbereitung auf die jeweilige Übung selbstständig lösen sollen. In der Übung werden die Aufgaben dann gemeinsam geprüft und der ideale Lösungsweg sowie mögliche Stolpersteine präsentiert.

Darüber hinaus werden regelmäßig Einreichungsaufgaben gestellt, durch deren Lösung die Studierenden Bonuspunkte für die Abschlussklausur sammeln können. Pro Einreichungsaufgabe kann ein Punkt gesammelt werden.

Medienformen

moodle2.tu-ilmenau.de

Literatur

Bortz, J., Schuster, C. (2010): Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler. Berlin: Springer

Kuckartz, U., Rädiker, S., Ebert, T., Schehl, J. (2010): Statistik. Eine verständliche Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Methodentraining

Fachabschluss: Studienleistung schriftlich Art der Notengebung: Testat / Generierte Noten
 Sprache: deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 9132 Prüfungsnummer: 2400387

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 3 Workload (h): 90 Anteil Selbststudium (h): 68 SWS: 2.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2554

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										0	1	1									

Lernergebnisse / Kompetenzen

Bereich Forschungsmethoden: Die Studierenden sind befähigt, vertiefte Kenntnisse in empirischen Methoden der Datenerhebung und Datenanalyse zur Beantwortung kommunikationswissenschaftlicher Fragestellungen anzuwenden.
 Bereich Konzeptionsmethoden: Die Studierenden sind befähigt, Techniken und Methoden der Medienkonzeption (teilweise inklusive Medienproduktion) sachgerecht und zielorientiert anzuwenden
 Die Studierenden sind befähigt, ihre Ergebnisse korrekt und verständlich aufzubereiten und einem fachwissenschaftlichen Publikum mündlich und schriftlich zu präsentieren.

Vorkenntnisse

Techniken wissenschaftlichen Arbeitens
 Empirische Forschungsmethoden
 Statistik

Inhalt

Bereich Forschungsmethoden: In den verschiedenen Wahlpflichtveranstaltungen werden unterschiedliche Methoden der kommunikationswissenschaftlichen Forschung, aber auch der praktischen Konzeption und Gestaltung von Medienangeboten vermittelt und eingeübt. Im Bereich der empirischen Forschung sind dies beispielsweise spezifische Formen der Datenerhebung (Befragung, Inhaltsanalyse, Beobachtung, Verhaltensspuren), ausgewählte Forschungsdesigns (Experimente, Längsschnittstudien) oder fortgeschrittene Formen der Datenanalyse.
 Bereich Konzeptionsmethoden: Im Bereich der Medienkonzeption sind Wahlpflichtangebote zu Entwurf und Umsetzung von unterschiedlichen Medienformaten geplant (z.B. Poster, Flyer, Videoclips, Websites, Apps etc.).

Medienformen

Power-Point-Präsentationen; studienbegleitende Unterlagen, Nutzung der E-Learning-Plattform moodle

Literatur

Aufgrund des sehr breiten Spektrums an möglichen Inhalten der verschiedenen Lehrveranstaltungen können keine übergreifenden Literaturempfehlungen ausgesprochen werden. Die relevante Literatur wird in der jeweiligen Veranstaltung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

"schriftlichen Studienleistung (sSL)" meint: Erbringung von Teilleistungen während der Lehrveranstaltung sowie Abschlussbericht (schriftlich). Zu Beginn der Lehrveranstaltung werden die konkreten Anforderungen durch die Lehrenden bekannt gegeben.

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Modul: Berufsfeldorientierung

Modulnummer101231

Modulverantwortlich: Dr. Andreas Schwarz

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

siehe Fachbeschreibung

Vorraussetzungen für die Teilnahme

siehe Fachbeschreibung

Detailangaben zum Abschluss

Berufsfeldorientierung

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 9133

Prüfungsnummer: 2400388

Fachverantwortlich: Dr. Andreas Schwarz

Leistungspunkte: 8

Workload (h): 240

Anteil Selbststudium (h): 150

SWS: 8.0

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien

Fachgebiet: 2552

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							0	2	2	0	2	2									

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden verfügen über die wesentlichen theoretischen und methodischen Kenntnisse, um Problemstellungen eines thematisch eingegrenzten Berufsfeldes bearbeiten zu können. Sie sind in der Lage, die erworbenen Kenntnisse und instrumentellen Fertigkeiten auf kleinere, praxisnahe Problemstellungen anzuwenden, Lösungsmöglichkeiten zu entwickeln und hinsichtlich ihrer Güte zu bewerten. Einzelheiten zu den spezifischen Zielen der Angebote in dem jeweiligen Wahlpflichtfach können dem Bereich "Lehrveranstaltungen" im Webangebot des Instituts für Medien und Kommunikationswissenschaft entnommen werden.

Vorkenntnisse

Grundlegendes kommunikationswissenschaftliches Fach- und Methodenwissen, wirtschaftswissenschaftliche Grundkenntnisse, medientechnisches und informatisches Grundlagenwissen sowie Diskussionsvermögen und Teamdenken werden vorausgesetzt.

Inhalt

Im Wahlpflichtfach Berufsfeldorientierung werden berufsfeldspezifische Kenntnisse und instrumentelle Fertigkeiten vermittelt und gefestigt. Die unterschiedlichen Themenstellungen adressieren den jeweils gewählten Bereich und decken dabei ein breites Spektrum von Medienberufen ab. Die in den Angeboten des Wahlpflichtfaches erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen bereiten die Studierenden auf nachfolgende Module/Fächer vor, insbesondere das Fachpraktikum, das Medienprojekt sowie die Praxiswerkstatt.

Medienformen

PP-Präsentation, Videos, Skripte, Social Software/Media zur kollaborativen Wissenserarbeitung

Literatur

Wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Modul: Forschungsseminar

Modulnummer 101232

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

siehe Fachbeschreibung:

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

Vorraussetzungen für die Teilnahme

siehe Fachbeschreibung

Detailangaben zum Abschluss

Modulabschluss:

Entweder Einzelleistungen im Fach "Forschungsseminar" oder Abschluss von 2 Angeboten "Proseminar" des Bachelor-Studiengangs "Medienwirtschaft"

Details zum Abschluss:

Die Abschlussnote ergibt sich entweder aus dem Fachabschluss des Faches "Forschungsseminar" oder aus dem arithmetischen Mittel der beiden gewählten Angebote aus dem Fach "Proseminar"

Forschungsseminar

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notegebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch und Englisch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 8319 Prüfungsnummer: 2400256

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Nicola Döring

Leistungspunkte: 8 Workload (h): 240 Anteil Selbststudium (h): 218 SWS: 3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2554

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																0	2	1			

Lernergebnisse / Kompetenzen

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

Vorkenntnisse

Qualitative und Quantitative Methoden der empirischen Kommunikationsforschung; medientheoretisches und kommunikationswissenschaftliches Grundlagenwissen, medientechnisches und informatisches Grundlagenwissen, medienwirtschaftliches Grundlagenwissen

Inhalt

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

Medienformen

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

Literatur

wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Modul: Praxiswerkstatt

Modulnummer1056

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Paul Klimsa

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

siehe Fachbeschreibung

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

erfolgreicher Abschluss aus Praxiswerkstatt 1 und Praxiswerkstatt 2

Praxiswerkstatt 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 1760

Prüfungsnummer: 2400392

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Paul Klimsa

Leistungspunkte: 5	Workload (h): 150	Anteil Selbststudium (h): 116	SWS: 3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2553

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																0	3	0			

Lernergebnisse / Kompetenzen

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

Vorkenntnisse

medienwissenschaftliches, medientechnisches und medienwirtschaftliches Grundlagenwissen

Inhalt

Praxiswerkstätten zielen wie die anderen Fächer in den berufsfeldorientierenden Modulen auf die Vermittlung und Festigung berufsfeldspezifischer Kenntnisse und instrumenteller Fertigkeiten für ein breites Spektrum von Medienberufen.

Insbesondere dienen sie der Vertiefung der zuvor in spezifischen Anwendungsbereichen (z. B. Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus, Medienmanagement) erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen.

Das Angebotsspektrum für dieses Wahlpflichtfach orientiert sich am Ilmenauer Modell der Medienausbildung und umfasst die Praxiswerkstätten Medienkommunikation, Medienkonzeption/ Medienproduktion sowie Medienmanagement / E-Business.

Die konkreten Themenstellungen jedes Angebots werden rechtzeitig vor Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Medienformen

Folien, Tafelbilder, Reader, IT-Anwendungen

Literatur

wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Detailangaben zum Abschluss

alternative Prüfungsleistung

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Praxiswerkstatt 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: deutsch und englisch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 9142 Prüfungsnummer: 2400393

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Paul Klimsa

Leistungspunkte: 5 Workload (h): 150 Anteil Selbststudium (h): 116 SWS: 3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2553

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																			0	3	0

Lernergebnisse / Kompetenzen

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

Vorkenntnisse

medienwissenschaftliches, medientechnisches und medienwirtschaftliches Grundlagenwissen

Inhalt

Praxiswerkstätten zielen wie die anderen Fächer in den berufsfeldorientierenden Modulen auf die Vermittlung und Festigung berufsfeldspezifischer Kenntnisse und instrumenteller Fertigkeiten für ein breites Spektrum von Medienberufen.

Insbesondere dienen sie der Vertiefung der zuvor in spezifischen Anwendungsbereichen (z. B. Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus, Medienmanagement) erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen.

Das Angebotsspektrum für dieses Wahlpflichtfach orientiert sich am Ilmenauer Modell der Medienausbildung und umfasst die Praxiswerkstätten Medienkommunikation, Medienkonzeption/ Medienproduktion sowie Medienmanagement / E-Business.

Die konkreten Themenstellungen jedes Angebots werden rechtzeitig vor Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Medienformen

Folien, Tafelbilder, Reader, IT-Anwendungen

Literatur

wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben

Detailangaben zum Abschluss

alternative Prüfungsleistung

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Modul: Medienprojekt

Modulnummer101234

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

siehe Fachbeschreibung

Vorraussetzungen für die Teilnahme

siehe Fachbeschreibung

Detailangaben zum Abschluss

Medienprojekt

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ
 Sprache: Deutsch, auf Nachfrage
 Englisch

Art der Notegebung: Gestufte Noten
 Pflichtkennz.: Pflichtfach
 Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 8320 Prüfungsnummer: 2400258

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 9 Workload (h): 270 Anteil Selbststudium (h): 270 SWS: 0.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2556

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																270 h					

Lernergebnisse / Kompetenzen

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

Vorkenntnisse

berufsfeldspezifische Grundkenntnisse, insbesondere aus den Angeboten der Wahlpflichtfächer "Organisationskommunikation/Journalismus" und "Medienproduktion/ Medienmanagement"

Inhalt

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

Medienformen

ist selbst zu recherchieren bzw. zu erarbeiten

Literatur

ist selbst zu recherchieren

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

- Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
- Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
- Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Modul: Fachpraktikum

Modulnummer 101233

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Modulabschluss:

Lernergebnisse

siehe Fachbeschreibung

Voraussetzungen für die Teilnahme

siehe Fachbeschreibung

Detailangaben zum Abschluss

Fachpraktikum

Fachabschluss: Studienleistung alternativ
 Sprache: Deutsch, auf Nachfrage
 Englisch

Art der Notengebung: Testat unbenotet
 Pflichtkennz.: Pflichtfach
 Turnus: ganzzjährig

Fachnummer: 1059 Prüfungsnummer: 2400266

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 30 Workload (h): 900 Anteil Selbststudium (h): 900 SWS: 0.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2556

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
													22 Wochen								

Lernergebnisse / Kompetenzen

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

Vorkenntnisse

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

Inhalt

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

Medienformen

selbstständige Recherche bzw. Bekanntgabe im Praktikumsbetrieb

Literatur

selbstständige Recherche bzw. Bekanntgabe im Praktikumsbetrieb

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

- Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
- Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
- Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
- Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Modul: Englisch, Fachsprache Medien (C1)

Modulnummer101235

Modulverantwortlich: Dr. Kerstin Steinberg-Rahal

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

siehe Fachbeschreibung

Vorraussetzungen für die Teilnahme

siehe Fachbeschreibung

Detailangaben zum Abschluss

Englisch, Fachsprache Medien (C1)

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ Art der Notengebung: Generierte Noten
 Sprache: Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 5008 Prüfungsnummer: 2000016

Fachverantwortlich: Dr. Kerstin Steinberg-Rahal

Leistungspunkte: 6 Workload (h): 180 Anteil Selbststudium (h): 135 SWS: 4.0
 Zentralinstitut für Bildung Fachgebiet: 673

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				0	2	0	0	2	0												

Lernergebnisse / Kompetenzen

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

Vorkenntnisse

Abiturniveau (B2) entsprechend europäischem Referenzrahmen

Inhalt

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

Medienformen

Video, DVD, CD, Kassette

Literatur

wird im Kurs bekannt gegeben

Detailangaben zum Abschluss

Abschlussklausur

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Mathematik 2009

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Modul: Mathematische Grundlagen

Modulnummer101237

Modulverantwortlich: Dr. Rita Gerlach

Modulabschluss:

Lernergebnisse

siehe Fachbeschreibung

Vorraussetzungen für die Teilnahme

siehe Fachbeschreibung

Detailangaben zum Abschluss

siehe Fachbeschreibung

Modul: Angewandte Medientechnik

Modulnummer101238

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Alexander Gerd Raake

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden sind fähig, auf der Grundlage der audiovisuellen Wahrnehmungsfähigkeiten des Menschen medientechnische Systeme für die Ein-/Ausgabe und Speicherung zu bewerten.

Voraussetzungen für die Teilnahme

Abiturkenntnisse

Detailangaben zum Abschluss

Das Modul wird mit einer 120-minütigen schriftlichen Prüfung über den Inhalt der zweisemestrigen Vorlesung und den zugehörigen Übungen abgeschlossen. Außerdem ist der Nachweis der erfolgreichen Teilnahme am Praktikum (bewertet) notwendig. Die Noten aus der schriftlichen Prüfung und dem Praktikum werden entsprechend ihres Gewichtes (Anzahl der Leistungspunkte) zur Endnote zusammen gefasst.

Angewandte Medientechnik

Fachabschluss: mehrere Teilleistungen
 Sprache: Deutsch

Art der Notengebung: Generierte Noten

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 5312

Prüfungsnummer: 210207

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Alexander Gerd Raake

Leistungspunkte: 7	Workload (h): 210	Anteil Selbststudium (h): 131	SWS: 7.0
Fakultät für Elektrotechnik und Informationstechnik			Fachgebiet: 2182

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	1	0	2	1	1												

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden:

- wissen, wie die auditive und visuelle Wahrnehmung beim Menschen funktioniert und welche Schlussfolgerungen sich daraus in Hinblick auf die Anforderungen an Geräte und Abläufe ergeben.
- kennen die medientechnische Verarbeitungskette (Vorproduktion - Produktion - Postproduktion - Wiedergabe) und verstehen, wie sich einzelne Geräte und Prozesse dort einordnen.
- entwickeln eines quantitativen Verständnisses für medientechnische Größen (z.B. Frequenz, Schalldruckpegel, Brennweite, Farbmodelle) und einfacher Zusammenhänge zwischen ihnen.
- sind in der Lage, medientechnische Geräte anhand ihrer technischen Parameter zu vergleichen, um die passende Auswahl für eine gestellte Aufgabe zu treffen.
- erwerben im Praktikum Grundfertigkeiten beim Umgang mit Geräten zur Aufnahme (Mikrofon, Kamera) und Wiedergabe (Lautsprecher, Monitor).
- können einfache Aufgaben zur Medienbearbeitung unter Nutzung der entsprechenden Hard- und Software lösen (Audio-Mischpult, Videoschnitt-Software).
- besitzen Fähigkeit zur Kommunikation mit Ingenieuren und Anwendern über den Einsatz von medientechnischen Geräte und über Abläufe bei der Medienproduktion und -rezeption.
- können Zusammenhänge zwischen technischen und wirtschaftlichen Aspekten bei der Medienproduktion und -verbreitung herstellen und in Hinblick auf eine gestellte Aufgabe beurteilen.
- sind in der Lage, aktuelle Entwicklung in der Medientechnik einzuordnen und deren Bedeutung für die eigene berufliche Tätigkeit einzuschätzen.

Vorkenntnisse

Abiturstoff

Inhalt

Die Studierenden lernen die Grundlagen der auditiven und visuellen Wahrnehmung und deren Leistung und Grenzen für medientechnische Systeme kennen. Im Weiteren werden Verfahren und Geräte zur Medienein- und -ausgabe sowie zur Speicherung, Verarbeitung und Übertragung von elektronischen Medien erläutert.

Medienformen

Skripte zur Vorlesung, Demonstrationen, Übungsaufgaben

Literatur

- A. Holzinger: Basiswissen Multimedia (Band 1: Technik), Vogel Buchverlag, Würzburg 2002, ISBN 3-8023-1914-1
- R. Malaka, A. Butz, H. Hußmann: Medieninformatik - Eine Einführung, Pearson Studium München 2009, ISBN 978-3-8273-7353-3
- P. A. Henning: Taschenbuch Multimedia, Hanser Fachbuch 2007, ISBN 3-4464-09718
- U. Schmidt: Digitale Film- und Videotechnik, Carl Hanser Verlag München 2008, ISBN 978-3-446-41250-7
- J. Friedrich: Tontechnik für Mediengestalter: Töne hören - Technik verstehen - Medien gestalten; Springer-Verlag Berlin (X.media.press) 2008, ISBN 978-3-540-71869-7 (9,95 €)
- Th. Görne: Tontechnik; Carl Hanser Verlag München 2011, ISBN 978-3-446-42395-4

Detailangaben zum Abschluss

Das Fach wird mit einer 120-minütigen schriftlichen Prüfung und dem Nachweis der erfolgreichen Teilnahme am Praktikum abgeschlossen. Die Noten aus der schriftlichen Prüfung und dem Praktikum werden entsprechend ihres Gewichtes (Anzahl der Leistungspunkte) zur Endnote zusammen gefasst.

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Medienwirtschaft 2011

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Medienwirtschaft 2010

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Medienwirtschaft 2009

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Modul: Multimedia-Anwendungen

Modulnummer101071

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Multimedia-Programmierung

Lernergebnisse

Die Modellierung und Beschreibung von Strukturen, Verfahren und deren Zusammenhängen in Form von Datenstrukturen und Algorithmen spielt in unserer zunehmend automatisierten Welt eine immer größere Rolle. Insbesondere bei Einsatz neuartiger elektronischer Medien mit interaktiven häufig multimedialen Inhalten ist auch für Berufe, die sich früher primär mit Design oder Konzeption auseinandergesetzt haben, die Kenntnis grundlegender Programmier Techniken unverzichtbar geworden.

Ziel der Vorlesung ist es zu vermitteln, wie reale Strukturen und Verfahren in abstrakten Beschreibungen von Programmiersprachen überführt werden. Dabei sollen die Teilnehmer im Zusammenspiel mit den Übungen dazu befähigt werden, dies für allgemeine und neue Problemstellungen selbstständig durchführen zu können. Gleichzeitig bildet die Lehrveranstaltung die Grundlage für eine Reihe späterer

Lehrveranstaltungen: Multimedia-Tools, Virtuelle Welten und Digitale Spiele, Praxiswerkstatt/Anwendungsbereich Game Production.

Lerninhalt

- Objekte und Klassen
- Klassendefinitionen
- Objektinteraktion
- Objektsammlungen
- Bibliotheksklassen
- Fehlervermeidung
- Klassenentwurf
- Vererbung
- Abstraktionstechniken
- Grafische Benutzungsoberflächen
- Fehlerbehandlung
- Anwendungen
- Programmiersprachen

Multimedia-Tools

Lernergebnisse

Die Studenten kennen und verstehen die im Bereich der Medientechnik verwendeten Tools.

Es werden die aktuellen, im Bereich der Medientechnik verwendeten Tools, im Überblick vorgestellt.

Die Spannweite reicht von derzeit im Einsatz befindlichen Internetprotokollen bis zu ausgewählten Codierverfahren.

Die behandelten Codierverfahren sind Bestandteil der Software aktueller Geräte des Audio- und Videobereichs.

Themenschwerpunkte der Vorlesung sind:

- Grundlagen des Internets
- Audiocodierung
- Bildcodierung
- Videocodierung
- Computergrafik

- Computeranimation
- Streaming im Internet
- Container Formate
- Metadaten
- Digitaler Rundfunk

Voraussetzungen für die Teilnahme

Multimedia-Programmierung

Voraussetzungen / Empfohlene Vorkenntnisse

- keine

Multimedia-Tools

Voraussetzungen / Empfohlene Vorkenntnisse

- Angewandte Medientechnik

Detailangaben zum Abschluss

Multimedia-Programmierung

Fachabschluss: Studienleistung schriftlich

Art der Notegebung: Testat / Generierte Noten

Sprache: deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 100003

Prüfungsnummer: 2400467

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Wolfgang Broll

Leistungspunkte: 4

Workload (h): 120

Anteil Selbststudium (h): 86

SWS: 3.0

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien

Fachgebiet: 2557

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	1	0																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Modellierung und Beschreibung von Strukturen, Verfahren und deren Zusammenhängen in Form von Datenstrukturen und Algorithmen spielt in unserer zunehmend automatisierten Welt eine immer größere Rolle. Insbesondere bei Einsatz neuartiger elektronischer Medien mit interaktiven häufig multimedialen Inhalten ist auch für Berufe, die sich früher primär mit Design oder Konzeption auseinandergesetzt haben, die Kenntnis grundlegender Programmieretechniken unverzichtbar geworden.

Ziel der Vorlesung ist es zu vermitteln, wie reale Strukturen und Verfahren in abstrakten Beschreibungen von Programmiersprachen überführt werden. Dabei sollen die Teilnehmer im Zusammenspiel mit den Übungen dazu befähigt werden, dies für allgemeine und neue Problemstellungen selbstständig durchführen zu können. Gleichzeitig bildet die Lehrveranstaltung die Grundlage für eine Reihe späterer Lehrveranstaltungen: Multimedia-Tools, Virtuelle Welten und Digitale Spiele, Praxiswerkstatt/Anwendungsbereich Game Production.

Vorkenntnisse

Inhalt

- Objekte und Klassen
- Klassendefinitionen
- Objektinteraktion
- Objektsammlungen
- Bibliotheksklassen
- Fehlervermeidung
- Klassenentwurf
- Vererbung
- Abstraktionstechniken
- Grafische Benutzungsoberflächen
- Fehlerbehandlung
- Anwendungen
- Programmiersprachen

Medienformen

Literatur

Die Lehrveranstaltung orientiert sich in weiten Teilen an dem Buch „Java lernen mit BlueJ“, David J. Barnes, Michael Kölling, 4. Aufl., Pearson Education / Prentice Hall, 2009 (in mehreren Exemplaren in der Bibliothek vorhanden)

Detailangaben zum Abschluss

Der Leistungsnachweis erfolgt in Form von 6 jeweils 15-minütigen Kurztests begleitend zu den Präsenzveranstaltungen sowie einer 90-minütigen schriftlichen Abschlussklausur. Voraussetzung für den erfolgreichen Abschluss ist das Bestehen von mindestens 4 der 6 Kurztests, sowie das Bestehen der Abschlussklausur. Die Abschlussklausur besteht aus einem Theorie- und einem Praxisteil, welche getrennt bestanden werden müssen. Die Note der Studienleistung ergibt sich aus der Leistung in der Abschlussklausur.

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Multimedia-Tools

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notegebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 8326

Prüfungsnummer: 2100203

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Gerald Schuller

Leistungspunkte: 4

Workload (h): 120

Anteil Selbststudium (h): 86

SWS: 3.0

Fakultät für Elektrotechnik und Informationstechnik

Fachgebiet: 2184

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	0	1															

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studenten kennen und verstehen die im Bereich der Medientechnik verwendeten Tools.

Vorkenntnisse

Angewandte Medientechnik

Inhalt

Es werden die [aktuellen](#) im Bereich der Medientechnik verwendeten Tools, im Überblick vorgestellt.

Die Spannweite reicht von derzeit im Einsatz befindlichen Internetprotokollen bis zu ausgewählten Codierverfahren.

Die behandelten Codierverfahren sind Bestandteil der Software [aktueller](#) Gerätee des Audio- und Videobereichs.

Themenschwerpunkte der Vorlesung sind:

- Grundlagen des Internets
- Audiocodierung
- Bildcodierung
- Videocodierung
- Computergrafik
- Computeranimation
- Streaming im Internet
- Container Formate
- Metadaten
- Digitaler Rundfunk

Medienformen

Beamer

Literatur

siehe Web-Site des Faches auf dem Server des IMT

<http://www.tu-ilmeneau.de/mt/lehveranstaltungen/andere-studiengaenge/multimediatools/>

Detailangaben zum Abschluss

Im Fach Multimedia Tools wird eine alternative Prüfungsleistung abgelegt. Dies umfasst zu gleichen Teilen (je 1/3) die Bewertungen von 2 schriftlichen Tests (Mitte des Semesters + Ende des Semesters) sowie die Bearbeitung von Hausaufgaben.

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Master Medienwirtschaft 2015

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Master Medienwirtschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Modul: Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften

Modulnummer9137

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden kennen die grundlegenden Denkweisen und Methoden der Betriebswirtschaftslehre sowie die Grundlagen volkswirtschaftlicher Zusammenhänge und können diese Kenntnisse in ihre betrieblichen Tätigkeiten einfließen lassen.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

keine Voraussetzungen

Detailangaben zum Abschluss

Grundlagen der BWL

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 959 Prüfungsnummer: 2500115

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Ralf Trost

Leistungspunkte: 3 Workload (h): 90 Anteil Selbststudium (h): 56 SWS: 3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2524

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
							2	1	0												

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die grundlegenden Denkweisen und Methoden der Betriebswirtschaftslehre (soweit sie nicht in anderen Lehrveranstaltungen vertieft behandelt werden) und können sie in ihren betrieblichen Tätigkeiten kompetenzerweiternd einfließen lassen.

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

- Die elementaren betrieblichen Produktionsfaktoren
- Unternehmensrechtsformen
- Unternehmenssteuern
- Betriebliches Rechnungswesen
- Betriebliche Finanzwirtschaft
- Unternehmenssteuerung

Medienformen

Presenter/Folien, Skript

Literatur

Jeweils in der neuesten Auflage:
 Trost, Vorlesungsskript Ausgewählte Teilgebiete der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre
 Schmalen/Prechtel, Grundlagen und Probleme der Betriebswirtschaft, Schäffer-Poeschel, Stuttgart
 Wöhe/Döring, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Vahlen, München

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Grundlagen der VWL

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notengebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 549 Prüfungsnummer: 2500144

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Fritz Söllner

Leistungspunkte: 3 Workload (h): 90 Anteil Selbststudium (h): 56 SWS: 3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2543

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2	1	0									

Lernergebnisse / Kompetenzen

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

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

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

Medienformen

keine

Literatur

Bartling, H. und Luzius, F. (2008): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 16. Aufl., München: Vahlen. Siebert, H. (2006): Einführung in die Volkswirtschaftslehre, 15. Aufl., Stuttgart: Kohlhammer. Söllner, F. (2001): Die Geschichte des ökonomischen Denkens, 3. Aufl., Berlin: Springer. Woll, A. (2003): Allgemeine Volkswirtschaftslehre, 14. Aufl., München: Vahlen.

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

- Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
- Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
- Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
- Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Modul: Marketing 1

Modulnummer101401

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden kennen und verstehen Marketing im Sinne einer marktorientierten Unternehmensführung. Sie erwerben grundlegende Kenntnisse zum Marketingmanagement, zu Grundlagen und Zielen des Marketings, zu Marketingstrategien und zur Umsetzung durch Marketinginstrumente (Fachkompetenz). Anhand von Beispielen sowie Fallstudienübungen entwickeln sie Kompetenzen, Markt- und Kundenbeziehungen zu analysieren und durch einen zielführenden Einsatz des Marketinginstrumentariums geeignete Marketingmaßnahmen zu entwickeln und zu präsentieren (Methodenkompetenz).

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Detailangaben zum Abschluss

Marketing 1

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 60 min Art der Notegebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 727 Prüfungsnummer: 2500015

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Anja Geigenmüller

Leistungspunkte: 5 Workload (h): 150 Anteil Selbststudium (h): 116 SWS: 4.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2523

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
	2	1	1																		

Lernergebnisse / Kompetenzen

Die Studierenden kennen und verstehen Marketing im Sinne einer marktorientierten Unternehmensführung. Sie erwerben grundlegende Kenntnisse zum Marketingmanagement, zu Grundlagen und Zielen des Marketings, zu Marketingstrategien und zur Umsetzung durch Marketinginstrumente (Fachkompetenz). Anhand von Beispielen sowie Fallstudienübungen entwickeln sie Kompetenzen, Markt- und Kundenbeziehungen zu analysieren und durch einen zielführenden Einsatz des Marketinginstrumentariums geeignete Marketingmaßnahmen zu entwickeln und zu präsentieren (Methodenkompetenz).

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

- Grundlagen und Definition von Marketing
- Konsumentenverhalten
- Marktforschung
- Marketingstrategien
- Marketingmix
- Internationales Marketing

Medienformen

begleitendes Skript, Power-Point-Präsentationen

Literatur

Homburg, C. (2012): Marketingmanagement. Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung. 4. Aufl., Wiesbaden.

Detailangaben zum Abschluss

Vergabe von Bonuspunkten bis max. 10 % der in der Klausur erreichbaren Punkte durch aktive Teilnahme an der Fallstudienübung.

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Wirtschaftsinformatik 2010
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung WL
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2009
Bachelor Informatik 2010
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2010 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011
Bachelor Medientechnologie 2008
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
Bachelor Informatik 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2009
Bachelor Medienwirtschaft 2015
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung WL
Bachelor Medienwirtschaft 2013
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2008 Vertiefung WL
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2011
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2010
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET
Bachelor Mechatronik 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2010 Vertiefung ET
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2010
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2008 Vertiefung WL

Modul: Projektmanagement

Modulnummer101241

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

siehe Fachbeschreibung

Vorraussetzungen für die Teilnahme

siehe Fachbeschreibung

Detailangaben zum Abschluss

Projektmanagement

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ
 Sprache: Deutsch

Art der Notengebung: Gestufte Noten

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 7480

Prüfungsnummer: 2400264

Fachverantwortlich: Magister Artium Patricia Müller

Leistungspunkte: 7	Workload (h): 210	Anteil Selbststudium (h): 176	SWS: 3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2556

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																1	1	1			

Lernergebnisse / Kompetenzen

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

Vorkenntnisse

Inhalt

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

Medienformen

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

Literatur

Skript (s.o.)

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Modul: Medienmanagement

Modulnummer1073

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Nach Absolvieren dieses Moduls

- kennen Sie Besonderheiten von Medienmärkten und Medienunternehmen
- erklären Sie medienwirtschaftliche Probleme auf der Grundlage und mit der Hilfe eines gefestigten betriebswirtschaftlichen Fakten-, Theorie- und Methodenwissens
- nutzen Sie Ihr Wissen zur Lösung grundlegender medienwirtschaftlicher Aufgabenstellungen
- sind Sie in der Lage, neue medienwirtschaftliche Probleme zu charakterisieren und zu strukturieren
- beurteilen Sie betriebswirtschaftlich fundiert die Eignung von Lösungsvorschlägen für solche Probleme
- kennen Sie Unternehmenspolitik und Unternehmenskultur als erfolgskritische Faktoren strategischen Handelns
- können Sie Wettbewerbsstrategien von Medienunternehmen auf Gesamtunternehmensebene und für Geschäftsbereiche formulieren
- können Sie Marketingstrategien (als die für TIMES-Unternehmen wichtigste funktionale Strategie) erklären
- können Sie die Rolle von Geschäftsmodellen als Scharnier zwischen strategischem und operativem Bereich beschreiben
- können Sie die Bedeutung und Ausgestaltung von Organisation und Personalmanagement für Medienunternehmen erklären
- können Sie die Rolle der Kommunikation in Innovationsprozessen erläutern

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Keine

Detailangaben zum Abschluss

Klausur 60 min

Medienmanagement 1

Fachabschluss: Studienleistung schriftlich

Art der Notegebung: Testat / Generierte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 964

Prüfungsnummer: 2400263

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 2	Workload (h): 60	Anteil Selbststudium (h): 38	SWS: 2.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2556

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																2	0	0			

Lernergebnisse / Kompetenzen

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

Vorkenntnisse

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

Inhalt

- Einführung
- Konvergenz
- Konzentration
- Nachfrage
- Angebot
- Werbung
- Zweiseitige Märkte
- Strategie
- Zwei Gastvorträge / Workshops

Medienformen

Vorlesungsfolien werden begleitend online bereitgestellt.

Literatur

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

Detailangaben zum Abschluss

Klausur 60 min

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Medienwirtschaft 2011

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Medienmanagement 2

Fachabschluss: Prüfungsleistung alternativ

Art der Notegebung: Gestufte Noten

Sprache: Deutsch

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: Wintersemester

Fachnummer: 965

Prüfungsnummer: 2400265

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Leistungspunkte: 4	Workload (h): 120	Anteil Selbststudium (h): 86	SWS: 3.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2556

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																			1	2	0

Lernergebnisse / Kompetenzen

Nach dieser Veranstaltung sollen Sie ...

- Unternehmenspolitik und Unternehmenskultur als erfolgskritische Faktoren strategischen Handelns kennen.
- Wettbewerbsstrategien von Medienunternehmen auf Gesamtunternehmensebene und für Geschäftsbereiche formulieren können.
- Marketingstrategien (als die für TIMES-Unternehmen wichtigste funktionale Strategie) erklären können.
- die Rolle von Geschäftsmodellen als Scharnier zwischen strategischem und operativem Bereich beschreiben können.
- die Bedeutung und Ausgestaltung von Organisation und Personalmanagement für Medienunternehmen erklären können.
- Ihr erworbenes Wissen in der Praxis anwenden können.

Vorkenntnisse

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

Inhalt

Es handelt sich um eine kombinierte Lehrveranstaltung (3 SWS | 4 LP), bestehend aus Vorlesung und Seminar. Die folgenden thematischen Schwerpunkte werden von den Lehrenden präsentiert, von Ihnen durch die Bearbeitung von Fallstudien vertieft und durch Praxisworkshops ergänzt.

- A. Fallstudienforschung
 B. Strategisches Management

1. Unternehmenspolitik & -kultur
2. Unternehmensgesamtstrategie & Geschäftsbereichsstrategie
3. Funktionale Strategien
4. Operatives Basiskonzept
5. Organisation & Personal

Medienformen

Vorlesungsfolien werden begleitend online bereitgestellt.

Literatur

- Albarran, Alan B./Chan-Olmsted, Sylvia M./Wirth, Michael O. (2006): Handbook of Media Management and Economics.

- New York [u.a.]: Lawrence Erlbaum Assoc. Inc. • Aris, Annet/Bughin, Jacques (2009): Managing Media Companies: Harnessing Creative Value. 2. Auflage, Chichester: John Wiley & Sons. • Gläser, Martin (2014): Medienmanagement. 3. Auflage, München: Vahlen.
- Küng, Lucy (2008): Strategic Management in the Media: From Theory to Practice. Los Angeles [u.a.]: SAGE Publ. Inc.
 - Schreyögg, Georg / Koch, Jochen (2010): Grundlagen des Managements: Basiswissen für Studium und Praxis. 2. Auflage, Wiesbaden: Gabler.
 - Wrona, Thomas (2005): Die Fallstudienanalyse als wissenschaftliche Forschungsmethode. ESCP-EAP Working Paper Nr. 10, ESCP-EAP Europäische Wirtschaftshochschule Berlin. Online unter: http://www.esceurope.eu/uploads/media/TW_WP10_02.pdf [10.10.2014]
 - Yin, Robert K. (2003): Case Study Research: Design and Methods. 3. Auflage, Sage: Thousand Oaks.
 - Schmidt, Leo (2006): Der Fallstudienansatz als Forschungsstrategie. Kapitel 4 in: ders.: Technologie als Prozess, Diss., FU Berlin. Online unter: http://www.diss.fu-berlin.de/diss/servlets/MCRFileNodeServlet/FUDISS_derivate_00000002221/04_kap4.pdf?hosts [10.10.2014]

Detailangaben zum Abschluss

- Bearbeitung einer Fallstudie und Präsentation der Ergebnisse
- Einreichung der Fallstudien-Präsentation
- Einreichung der schriftl. Fallstudien-Lösung (10 Seiten)
- Anwesenheitspflicht im Seminarteil (max. zwei entschuldigte Fehltermine möglich)

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Modul: Recht, insb. Medienrecht

Modulnummer 100004

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Frank Fechner

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden verstehen die Grundlagen des Rechts, dessen Aufgaben, Wirkungsweise und Grenzen. Sie sind in der Lage, die verschiedenen Rechtsgebiete voneinander abzugrenzen sowie das Recht der obersten Staatsorgane und die Staatsprinzipien sowie die Methodik des deutschen Rechts anzuwenden. Sie können die medienrelevanten Grundrechte wie die Meinungs- und Informationsfreiheit, die Medienfreiheiten, die Berufs- und Eigentumsfreiheit sowie das allgemeine Persönlichkeitsrecht zu analysieren, d.h. diese Grundrechte rechtswissenschaftlich prüfen und abzuwägen. Die Studierenden können die Grundrechte einzelner Medien (Presse, Rundfunk, Neue Medien) anwenden. Sie analysieren die Erfolgsaussichten von medienrechtlichen Rechtsstreitigkeiten und können sich mit Juristen auf fachlicher Ebene austauschen.

Die Studierenden verstehen die Grundlagen des Öffentlichen Rechts, insbesondere die Grundrechte, das allgemeine Verwaltungsrecht, Teile des Europarechts sowie verschiedene Bereiche des besonderen Verwaltungsrechts. Die Studierenden sind in der Lage rechtliche Probleme unter dem Blickwinkel des Öffentlichen Rechts zu lösen bzw. das erworbene Wissen im Rahmen einer Falllösung anzuwenden. Dabei wenden sie die erlernten Grundlagen des Verwaltungsprozessrechts an.

Voraussetzungen für die Teilnahme

keine Voraussetzungen

Detailangaben zum Abschluss

Einführung in das Recht

Fachabschluss: Studienleistung schriftlich 90 min Art der Notegebung: Testat / Generierte Noten
 Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 551 Prüfungsnummer: 2500009

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Frank Fechner

Leistungspunkte: 2 Workload (h): 60 Anteil Selbststudium (h): 26 SWS: 2.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2562

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
				2	0	0															

Lernergebnisse / Kompetenzen

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

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

- A. Hinweise zu Unterlagen und Rechtstexten
- B. Einführung
 - I. Zur Bedeutung rechtlicher Grundlagenkenntnisse
 - II. Hilfsmittel
 - III. Grundlagen und Methoden wissenschaftlichen Arbeitens
 - IV. Aufgaben, Wirkungsweise und Grenzen des Rechts
 - V. Methoden des Rechts
- C. Staatsprinzipien
 - I. Überblick
 - II. Die Staatsprinzipien im Einzelnen
- D. Gesetzgebungskompetenzen
- E. Oberste Staatsorgane
 - I. Bundestag
 - II. Bundesrat
 - III. Bundesregierung
 - IV. Bundespräsident
- F. Grundrechte
 - I. Bedeutung und Arten von Grundrechten
 - II. Anwendungsbereich der Grundrechte
 - III. Grundrechtsadressaten
 - IV. Drittwirkung von Grundrechten

- G. Überblick: Verwaltungsrecht
- H. Überblick: Recht der Europäischen Union
- I. Grundlagen
- II. Primär- und Sekundärrecht
- III. Die EU-Organe im Überblick
- J. Grundlagen des BGB
- I. Überblick über die "Bücher" des BGB
- II. Grundlagen des Vertragsschlusses/ Allgemeiner Teil des BGB
- III. Hinweise zum Schuldrecht - Allgemeiner Teil
- IV. Hinweise zum Schuldrecht - Besonderer Teil
- V. Hinweise zum Sachrecht/ Familienrecht/ Erbrecht

Medienformen

vorlesungsbegleitende Skripte

Literatur

- Degenhart, Christoph: Staatsrecht 1. Staatsorganisationsrecht, 31. Aufl. 2015
- Detterbeck, Steffen: Öffentliches Recht: Staatsrecht, Verwaltungsrecht, Europarecht mit Übungsfällen, 10. Aufl. 2015
- Haug, Volker: Staats- und Verwaltungsrecht: Fallbearbeitung, Übersichten, Schemata, 8. Aufl. 2013
- Jung, Jost: BGB Allgemeiner Teil. Der Allgemeine Teil des BGB, 4. Aufl. 2015
- Katz, Alfred: Grundkurs im Öffentlichen Recht, 18. Aufl. 2010
- Maurer, Hartmut: Staatsrecht I: Grundlagen, Verfassungsorgane, Staatsfunktionen, 6. Aufl. 2010
- Sodan, Helge/ Ziekow, Jan: Grundkurs Öffentliches Recht: Staats- und Verwaltungsrecht, 6. Aufl. 2014
- Zippelius, Reinhold: Einführung in das Recht, 6. Aufl. 2011

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

- Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014
- Bachelor Wirtschaftsinformatik 2010
- Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2013 Vertiefung WL
- Bachelor Wirtschaftsinformatik 2011
- Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2009
- Bachelor Werkstoffwissenschaft 2009
- Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2010 Vertiefung MB
- Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011
- Bachelor Medientechnologie 2008
- Bachelor Wirtschaftsinformatik 2015
- Bachelor Informatik 2013
- Bachelor Maschinenbau 2008
- Bachelor Medienwirtschaft 2009
- Bachelor Optische Systemtechnik/Optronik 2013
- Bachelor Medienwirtschaft 2015
- Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2013 Vertiefung WL
- Bachelor Medienwirtschaft 2013
- Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung MB
- Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung MB

Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Metalltechnik 2008 Vertiefung WL
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2011
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012
Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2013
Bachelor Medienwirtschaft 2010
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2011 Vertiefung ET
Bachelor Mechatronik 2008
Bachelor Optronik 2008
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2010 Vertiefung ET
Master Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 2010
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2008 Vertiefung MB
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2013 Vertiefung ET
Master Technische Physik 2013
Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008
Bachelor Medienwirtschaft 2011
Bachelor Polyvalenter Bachelor mit Lehramtsoption für berufsbildende Schulen - Elektrotechnik 2008 Vertiefung WL
Bachelor Informatik 2010
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2009
Bachelor Wirtschaftsingenieurwesen 2015 Vertiefung ET
Bachelor Wirtschaftsinformatik 2013

Einführung in das Medienrecht

Fachabschluss: Prüfungsleistung schriftlich 90 min Art der Notegebung: Gestufte Noten
 Sprache: Deutsch Pflichtkennz.: Pflichtfach Turnus: Sommersemester

Fachnummer: 552 Prüfungsnummer: 2500117

Fachverantwortlich: Prof. Dr. Frank Fechner

Leistungspunkte: 3 Workload (h): 90 Anteil Selbststudium (h): 56 SWS: 3.0
 Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Fachgebiet: 2562

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
										2	1	0									

Lernergebnisse / Kompetenzen

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

Vorkenntnisse

keine

Inhalt

- I. Grundlagen des Medienrechts
 1. Verfassungsprinzipien
 2. Grundrechte der Medien
 3. Meinungsfreiheit
 4. Informationsfreiheit
 5. Pressefreiheit
 6. Rundfunkfreiheit
 7. Filmfreiheit
 8. Freiheiten Multimedia
 9. Berufsfreiheit
 10. Eigentumsfreiheit
 11. Grundzüge des Allgemeines Persönlichkeitsrecht
- II. Einzelne Medien
 1. Presse
 2. Rundfunk
 3. Multimediarecht

Medienformen

vorlesungsbegleitende Skripte

Literatur

Lehrbücher

Branahl, Udo: Medienrecht. Eine Einführung, 7. Aufl. 2013

Dörr, Dieter/ Schwartmann, Rolf: Medienrecht, 5. Aufl. 2014

Fechner, Frank: Medienrecht, 17. Aufl. 2016

Paschke, Marian: Medienrecht, 3. Aufl. 2009

Petersen, Jens: Medienrecht, 5. Aufl. 2010

Zur weiteren Vertiefung und zum Nachschlagen einzelner Probleme

Beater, Axel: Medienrecht, 2. Aufl. 2016

Prinz, Matthias/ Peters, Butz: Medienrecht: Die zivilrechtlichen Ansprüche, 1999 (2. Aufl. erscheint demnächst)

Rechtstext-Ausgaben

Fechner, Frank/ Mayer, Johannes C. (Hrsg.): Medienrecht. Vorschriftensammlung, 12. Aufl. 2016 - Darf in der Klausur verwendet werden.

Rechtsprechungssammlung

Fechner, Frank: Entscheidungen zum Medienrecht, 2. Aufl. 2010

Fallsammlungen

Fechner, Frank: Fälle und Lösungen zum Medienrecht, 3. Aufl. 2012

Peifer, Karl-Nikolaus/ Dörre, Tanja: Übungen im Medienrecht, 2. Aufl. 2012

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2008

Bachelor Medienwirtschaft 2011

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Medienwirtschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Bachelor Medienwirtschaft 2009

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2015

Bachelor Medientechnologie 2013

Bachelor Medienwirtschaft 2010

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2011

Bachelor Medientechnologie 2008

Bachelor Angewandte Medienwissenschaft 2009

Modul: Bachelorarbeit

Modulnummer1060

Modulverantwortlich: Prof. Dr. Andreas Will

Modulabschluss: Fachprüfung/Modulprüfung generiert

Lernergebnisse

Die Studierenden können

- sich auf der Grundlage von Fachliteratur und der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen mit einem Thema eigenständig ausführlich wissenschaftlich auseinandersetzen,
- eine Forschungsfrage formulieren,
- ein geeignetes Vorgehen entwerfen,
- die relevante Literatur recherchieren,
- eine geeignete Methode wählen,
- ihren Plan schriftlich sowie in einem Vortrag zur Diskussion stellen,
- ihr Vorgehen und ihre Erkenntnisse in einer schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit sowie in einem Vortrag niederlegen und darstellen und in der Diskussion abschließend verteidigen.

Vorraussetzungen für die Teilnahme

Die Zulassung zur Bachelorarbeit setzt das Bestehen aller bis zum Ende des 5. Fachsemesters geforderten Prüfungs- und Studienleistungen voraus. Die Durchführung des Abschlusskolloquiums setzt das Bestehen aller weiteren geforderten Prüfungs- und Studienleistungen voraus.

Detailangaben zum Abschluss

Exposee und Kandidatenseminar

Fachabschluss: über Komplexprüfung

Art der Notengebung: unbenotet

Sprache:

Pflichtkennz.: Pflichtfach

Turnus: ganzjährig

Fachnummer: 9140

Prüfungsnummer: 99002

Fachverantwortlich:

Leistungspunkte: 4	Workload (h): 120	Anteil Selbststudium (h): 120	SWS: 1.0
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien			Fachgebiet: 2556

	1.FS			2.FS			3.FS			4.FS			5.FS			6.FS			7.FS		
SWS nach Fachsemester	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P	V	S	P
																			0	1	0

Lernergebnisse / Kompetenzen

Vorkenntnisse

Inhalt

Medienformen

Literatur

Detailangaben zum Abschluss

verwendet in folgenden Studiengängen

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2013

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2014

Bachelor Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft 2012

Glossar und Abkürzungsverzeichnis:

LP	Leistungspunkte
SWS	Semesterwochenstunden
FS	Fachsemester
V S P	Angabe verteilt auf Vorlesungen, Seminare, Praktika
N.N.	Nomen nominandum, Nomen nescio, Platzhalter für eine noch unbekannte Person (wikipedia)
Objekttypen lt. Inhaltsverzeichnis	K=Kompetenzfeld; M=Modul; P,L,U= Fach (Prüfung,Lehrveranstaltung,Unit)