

# **Modulhandbuch**

**für den *B.A. Medienwissenschaft***

**am Fachbereich 3**

**der Universität Siegen**

## I) Fachwissenschaftliche Module

<b>M1: Einführung in die Medienwissenschaft</b>					
<b>Kennnummer:</b> B.A. MW-1.1 B.A. MW-1.2		<b>Workload:</b> 60 h 210 h	<b>Kreditpunkte:</b> 2 KP 7 KP	<b>Studiensemester:</b> 1. Semester 2. Semester	<b>Dauer:</b> 2 Semester
1	<b>Lehrveranstaltungen/Modulelemente (ME)</b> 1.1 Einführung in die Medienwissenschaft I 1.2 Einführung in die Medienwissenschaft II	<b>Kontaktzeit:</b> 22,5 h (2 SWS) 22,5 h (2 SWS)	<b>Selbststudium:</b> 37,5 h 187,5 h	<b>Kreditpunkte:</b> 2 KP 7 KP	
2	<b>Lehrformen:</b> Seminar				
3	<b>Gruppengröße:</b> 40				
4	<b>Qualifikationsziele:</b> Das Modul 1 (Einführung) dient erstens der Orientierung der Studierenden über den Ablauf ihres Studiums (Erläuterung von Studienplan und Prüfungsordnung), zweitens der Vermittlung der Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens (von der Literatursuche bis zur Abfassung eines wissenschaftlichen Textes), drittens verdeutlicht es das medienwissenschaftliche Erkenntnisinteresse und gibt viertens einen Überblick über spezifisch medienwissenschaftliche Verfahren der Gegenstandserschließung (von der Textlektüre bis zur Analyse bewegter Bilder).				
5	<b>Inhalt des Moduls:</b> Im <i>Modulelement 1.1 (Einführung in die Medienwissenschaft I)</i> der auf zwei Semester angelegten Lehrveranstaltung soll zum einen das Erkenntnisinteresse des Fachs bzw. Fächerverbundes Medienwissenschaft vermittelt werden (u.a. Einstiegslektüre kanonischer Theoretikertexte und exemplarischer Medienanalysen), zum anderen werden die grundlegenden Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens eingeübt: Suche, Auswertung, Reflexion und Benutzung der Forschungsliteratur (Paraphrase, Zitierregeln etc.). Zusätzlich ist eine Orientierungsveranstaltung über den Studienablauf und die B.A.-Prüfungsordnung Teil der Einführung. Gegen Ende des ersten Semesters sollen die Studierenden dann das Konzept der ersten Hausarbeit über ein Thema ihrer Wahl in Absprache mit der/dem Lehrenden entwickeln und bis zum Anfang des zweiten Semesters umsetzen. Das <i>Modulelement 1.2 (Einführung in die Medienwissenschaft II)</i> dient zum einen im Sinne einer Erfolgskontrolle der ausführlichen Besprechung der Hausarbeiten, zum anderen sollen die erworbenen Kenntnisse anhand eines von der/dem Lehrenden festgelegten exemplarischen, mehrere Einzelmedien und Medienepochen umfassenden Gegenstandes vertieft werden.				
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> <i>B.A. Medienwissenschaft</i>				
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> --				
8	<b>Prüfungsformen:</b> Hausarbeit (15 Seiten)				
9	<b>Status:</b> Pflichtmodul <b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> 2 KP für die regelmäßige Teilnahme werden nur in Verbindung mit 7 KP für eine Hausarbeit (15 Seiten) vergeben.				
10	<b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Die Hausarbeit wird bewertet, die Modulnote geht jedoch nicht in die Endnote ein. Ziel ist, den Studierenden eine erste Einschätzung über ihren Leistungsstand zu geben, zugleich aber zu verhindern, dass erwartbare und im Laufe der Veranstaltung überwindbare Anfangsschwierigkeiten mit dem wissenschaftlichen Arbeiten Folgen für die Endnote haben.				
11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> jährlich				
12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> Leschke				
13	<b>Sonstige Informationen:</b> In Absprache mit der Fachreferentin Medien der Universitätsbibliothek Siegen wird eine Übung im Bibliographieren angeboten.				

<b>M2: Medientheorie</b>					
<b>Kennnummer:</b> B.A. MW-2.1 B.A. MW-2.2		<b>Workload:</b> 150/210 h 150/210 h	<b>Kreditpunkte:</b> 5/7 KP 5/7 KP	<b>Studiensemester:</b> 3. Semester 4. Semester	<b>Dauer:</b> 2 Semester
1	<b>Lehrveranstaltungen/Modulelemente (ME)</b> 2.1 Kulturwissenschaftliche Medientheorien 2.2 Kommunikationswissenschaftliche Medientheorien	<b>Kontaktzeit:</b> 22,5/45 h (2/4 SWS)  22,5/45 h (2/4 SWS)	<b>Selbststudium:</b> 127,5/165 h  127,5/165 h	<b>Kreditpunkte:</b> 5/7 KP  5/7 KP	
2	<b>Lehrformen:</b> Vorlesung, Übung				
3	<b>Gruppengröße:</b> 100/40				
4	<b>Qualifikationsziele:</b> Die Vorlesungen und Übungen zur kultur- und kommunikationswissenschaftlichen Medientheorie dienen der medientheoretischen Orientierung der Studierenden. Die Studierenden sollen sowohl Kenntnisse über die historische Entwicklung und die Paradigmengeschichte der Medientheorie und Kommunikationswissenschaft erwerben, wie mit systematischen Problemen und Strukturen der Medientheorie vertraut gemacht werden. Dabei sollen die Studierenden sowohl die unterschiedlichen theoretischen Ansätze erkennen als auch in ihren wesentlichen Elementen wiedergeben können. Zugleich sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, sich auch komplexe theoretische Ansätze und Texte zu erschließen und sie angemessen darstellen sowie medientheoretische Problemstellungen adäquat formulieren zu können.				
5	<b>Inhalte der Modulelemente:</b> <i>ME 2.1 Kulturwissenschaftliche Medientheorien:</i> Das Modulelement soll den Studierenden einerseits einen Überblick über die historische Entwicklung der kulturwissenschaftlichen Medientheorien bieten und ihnen andererseits die unterschiedlichen Paradigmen, die in diesem Feld entwickelt worden sind, systematisch vorstellen. Zugleich sollen dabei die wesentlichen Strukturen medienwissenschaftlicher Theorieentwicklung vermittelt werden. Die Vorlesung soll einerseits einen Überblick über die zentralen systematischen Ansätze liefern als auch diese Ansätze in einen wissenschaftstheoretischen und sozio-historischen Kontext einbetten. Im Zusammenhang der Übung sollen zentrale medientheoretische Ansätze exemplarisch analysiert und die Studierenden in medientheoretische Darstellungskonventionen sowie deren historische Dynamik eingeführt werden. Zugleich soll den Studierenden der Umgang mit medientheoretischen Fragestellungen vor dem Hintergrund der Forschungsliteratur vermittelt werden. <i>ME 2.2: Kommunikationswissenschaftliche Medientheorien:</i> Die Veranstaltung führt ein in die Geschichte des Faches, die bedeutenden Forschungstraditionen (z.B. Journalismus, PR), vor allem aber in die Theorien der Individual-, Massen- und Medienkommunikation, der Wirkungs- und Systemforschung sowie der kommunikationswissenschaftlichen Methodenlehre. Daneben werden Anwendungs- und aktuelle Forschungsfelder der Kommunikationswissenschaft vorgestellt und diskutiert, z.B. in Marketing, interkultureller Kommunikation und internationalem Mediensystem-Vergleich, in der Organisationskommunikation, im Bereich experimenteller Methoden und Forschungsdesigns. In der Übung werden Theorien der Individual-, Massen- und Medienkommunikation in ihren historischen, systematischen und interdisziplinären Bezügen (z.B. zur Biologie, Psychologie und Soziologie, zu Kybernetik und Systemtheorie, zur Sprachphilosophie und Linguistik, zur Ökonomie und Ökologie) dargestellt und diskutiert. Die Untersuchung und Klärung von Voraussetzungen und Bedingungen, Möglichkeiten und Modalitäten der Verständigung (Inter-Human, Inter-Species, Man-Machine, Machine-Machine) werden als zentrale Fragestellungen und Problemperspektiven der Kommunikationswissenschaft konturiert.				
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> <i>B.A. Medienwissenschaft</i>				
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> --				
8	<b>Prüfungsformen:</b> 2stündige Klausur				
9	<b>Status:</b> Pflichtmodul. Die Studierenden müssen 2 Vorlesungen + 1 Übung besuchen. Zu welchem Modulelement eine Übung belegt wird, entscheiden die Studierenden selbst. <b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b>				

	Regelmäßige Teilnahme 2 SWS (Vorlesung) und erfolgreiche Teilnahme an der 2stündigen Klausur (5 KP) bzw. regelmäßige Teilnahme 4 SWS (Vorlesung + Übung) und erfolgreiche Teilnahme an der 2stündigen Klausur (7 KP).
10	<b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Aus den Noten, die in den einzelnen Modulelementen erreicht werden, wird eine Durchschnittsnote für das gesamte Modul errechnet. Diese fließt nach KP gewichtet anteilig in die Teilnote des Fachstudienbereichs ein, die wiederum zu 60 % in die Gesamtnote eingeht.
11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> jährlich
12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> Leschke, Rusch, Schüttpelz
13	<b>Sonstige Informationen:--</b>

<b>M3: Mediengeschichte</b>					
<b>Kennnummer:</b> B.A. MW-3.1 B.A. MW-3.2		<b>Workload:</b> 150/210 h 150/210 h	<b>Kreditpunkte:</b> 5/7 KP 5/7 KP	<b>Studiensemester:</b> 1. Semester 2. Semester	<b>Dauer:</b> 2 Semester
1	<b>Lehrveranstaltungen/Modulelemente (ME)</b> 3.1 Geschichte der Medien von den Anfängen bis 1900 3.2 Geschichte der Medien von 1900 bis zur Gegenwart	<b>Kontaktzeit:</b> 22,5/45 h (2/4 SWS)  22,5/45 h (2/4 SWS)	<b>Selbststudium:</b> 127,5/165 h  127,5/165 h	<b>Kreditpunkte:</b> 5/7 KP  5/7 KP	
2	<b>Lehrformen:</b> Vorlesung, Übung				
3	<b>Gruppengröße:</b> 100/40				
4	<b>Qualifikationsziele:</b> Ziel des Moduls ist es, den Studierenden ein Verständnis für die historische und kulturelle Bedingtheit der Entwicklung von Medientechniken, medialen Formen und medialer Repertoires zu vermitteln. Zugleich sollen die Studierenden unterschiedliche Geschichtsvorstellungen und –modelle reflektieren und unterscheiden lernen. Darüber hinaus sollen die Studierenden zentrale Strukturen und Bedingungen einer als Medienkulturgeschichte verstandenen Geschichte der Medien erkennen können.				
5	<b>Inhalte der Modulelemente:</b> <i>ME 3.1 Geschichte der Medien von den Anfängen bis 1900:</i> Gegenstand dieses Modulelements ist die Medienentwicklung bis zum Beginn des 20. Jhs. Die historische Medienentwicklung wird dabei als Teil genereller sozialer, kultureller und technologischer Entwicklungen betrachtet. Die jeweiligen historischen Bedingungen der Speicherung, der Verarbeitung, des Transports und der Vervielfältigung von Texten, Bildern und Tönen werden im Sinne einer integrativen Mediengeschichte als Entwicklungsstadien eines interdependenten Mediensystems analysiert. Zentrale Themen des Modulelements sind u.a. die Geschichte und sozio-kulturelle Funktion von visuellen Darstellungen, die Schriftentwicklung, die Theatergeschichte, die Medien des Mittelalters, der Buchdruck, die Entwicklung optischer Medien bis zur Fotografie und zum frühen Film sowie die Geschichte der Telegrafie und die Ausdifferenzierung moderner Massenmedien. Während in der Vorlesung ein genereller Überblick über Strukturen der Medienentwicklung gegeben wird, sollen in der Übung einzelne Aspekte und Probleme der Mediengeschichte vertieft und von den Studierenden anhand einer Analyse von Quellen- und Sekundärtexten reflektiert werden. <i>ME 3.2 Geschichte der Medien von 1900 bis zur Gegenwart:</i> Gegenstand dieses auf das vorherige aufbauenden Modulelements ist die Medienentwicklung vom Beginn des 20. Jhs. bis zur Gegenwart. Neben der Dynamik der elektronischen Massenmedien sowie der Entwicklung digitaler Medien und deren Bedeutung für die historische und politische Entwicklung werden in diesem Modulelement insbesondere auch generelle Fragen der Konzipierung von Mediengeschichte und der Mediengeschichtsschreibung thematisiert werden. Dabei sollen Fragen der Periodisierung, der Epochenbildung und der generellen Bedeutungszuweisung, die Medien und Mediensystemen in den unterschiedlichen theoretischen Ansätzen erfahren, zum Gegenstand insbesondere der der Vorlesung zugeordneten Übung werden.				
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> B.A. Medienwissenschaft				
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> --				
8	<b>Prüfungsformen:</b> 2stündige Klausur				
9	<b>Status:</b> Pflichtmodul. Die Studierenden müssen 2 Vorlesungen + 1 Übung besuchen. Zu welchem Modulelement eine Übung belegt wird, entscheiden die Studierenden selbst. <b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> Regelmäßige Teilnahme 2 SWS (Vorlesung) und erfolgreiche Teilnahme an der 2stündigen Klausur (5 KP) bzw. regelmäßige Teilnahme 4 SWS (Vorlesung + Übung) und erfolgreiche Teilnahme an der 2stündigen Klausur (7 KP).				
10	<b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Aus den Noten, die in den einzelnen Modulelementen erreicht werden, wird eine Durchschnittsnote für das gesamte Modul errechnet. Diese fließt nach KP gewichtet anteilig in die Teilnote des Fachstudienbereichs ein, die wiederum zu 60 % in die Gesamtnote eingeht.				

11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> jährlich
12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> Regener
13	<b>Sonstige Informationen:--</b>

<b>M4: Medienanalyse</b>				
<b>Kennnummer:</b> B.A. MW-4.1 B.A. MW-4.2 B.A. MW-4.3 B.A. MW-4.4	<b>Workload:</b> 60/150 h 60/150 h 60/150 h 60/150 h	<b>Kreditpunkte:</b> 2/5 KP 2/5 KP 2/5 KP 2/5 KP	<b>Studiensemester:</b> 1. bis 3. Semester	<b>Dauer:</b> 2 Semester
1	<b>Lehrveranstaltungen/Modulelemente (ME)</b> 4.1 Textanalyse 4.2 Bildanalyse 4.3 Klanganalyse 4.4 Analyse audiovisueller Medien	<b>Kontaktzeit:</b> 22,5 h (2 SWS) 22,5 h (2 SWS) 22,5 h (2 SWS) 22,5 h (2 SWS)	<b>Selbststudium:</b> 37,5/127,5 h 37,5/127,5 h 37,5/127,5 h 37,5/127,5 h	<b>Kreditpunkte:</b> 2/5 KP 2/5 KP 2/5 KP 2/5 KP
2	<b>Lehrformen:</b> Vorlesung			
3	<b>Gruppengröße:</b> 100			
4	<b>Qualifikationsziele:</b> Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, analytisch mit den Dimensionen Text, Bild, Ton und Audiovision angemessen umzugehen. Sie sollen dabei grundlegende Analysemethoden sowie deren funktionale Leistungen und Grenzen kennen lernen. Die Studierenden sollen befähigt werden, adäquate analytische und methodische Entscheidungen zu treffen.			
5	<b>Inhalte der Modulelemente:</b> Gegenstand des <i>Modulelements 4.1 (Textanalyse)</i> ist die ganze Bandbreite schriftlicher Kommunikation von Gebrauchstexten (Bedienungsanleitungen, Zeitungsartikel, Fach- und Werbetexte) bis zur Literatur (Lyrik, Prosa, Drama); dementsprechend soll den Studierenden ein breites Spektrum der unterschiedlichen Bedeutungsebenen und Interpretationstechniken (u.a. Typographie, rhetorische Figuren, narrative Strukturen, Semantik) vermittelt werden. Das <i>Modulelement 4.2 (Bildanalyse)</i> behandelt im ersten Teil die Grundlagen von Bildanalysen jeder Art (Ikonographie, Ikonologie, Semiotik, visuelle Anthropologie, Analysen der Kunstgeschichte, der Geschichtswissenschaft, der Filmwissenschaft, der Fotokritik, der visual culture studies). Der zweite Teil beschäftigt sich mit Erzeugung und Speicherung von Bildern und ihrer Funktion und Gebrauchsweise in ihren kulturellen und institutionellen Kontexten. Das Modul verortet die Bildanalyse in aktuellen Untersuchungen der Visuellen Kultur. Das <i>Modulelement 4.3 (Klanganalyse)</i> vermittelt im ersten Teil die Grundlagen jeglicher Anwendung von Musik in den Bereichen der E- und U-Musik. Die Einzelthemen lauten: Klangerzeuger, musikalisches Material, Stile, Funktionen und Wirkungen von Musik in ihrer historischen Entwicklung. Der zweite Teil analysiert den Gebrauch von Musik in Rundfunk, Film und Fernsehen einschließlich Musikfernsehen. Dabei sind ebenfalls praktische Übungen zu realisieren. Gegenstände des <i>Modulelements 4.4 (Analyse audiovisueller Medien)</i> sind, unter systematischem wie unter historischem Aspekt: (1) die Darstellungs- und Ausdrucksmittel des (Spiel)films und ihre Funktionen; im einzelnen: die filmische ‚mise-en-scène‘ (Szenographie / ‚set design‘, Beleuchtung und Farbe, der Schauspieler im Spielfilm), das Filmbild (Kadrierung und Bildkomposition) und die Kamerahandlungen (Kameraeinstellungen und Kameraperspektiven, Kamerabewegungen etc.), Formen und Funktionen der Montage und das Verhältnis von Bild und Ton; sowie (2) die wichtigsten Aspekte der Dramaturgie des Spielfilms; im einzelnen: der Begriff der filmischen Fiktion, die Spielfilmhandlung, die Figuren des Spielfilms (Kategorien der Figurenanalyse, die Figuren als Handlungsfunktionen, das Identifikationspotential der Figuren und seine Bedeutung für die Rezeption des Films), Zeit und Raum im Spielfilm und Aspekte filmischen Erzählens. Alternativ werden Dokumentarfilme, Animationsfilme, Computerspiele und andere audiovisuelle Formate behandelt.			
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> <i>B.A. Medienwissenschaft</i>			
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> --			
8	<b>Prüfungsformen:</b> 1stündige Klausur od. Referat und schriftliches Thesenpapier od. vergleichbar dokumentierte schriftliche Leistungen (2 KP) bzw. 2stündige Klausuren od. schriftlich ausgearbeitetes Referat (7-10 Seiten) (5 KP)			
9	<b>Status:</b> Pflichtmodul. 3 der 4 Modulelemente müssen belegt werden. In jedem Modulelement sind mindestens 2 KP und in zwei Modulelementen sind 5 KP zu erwerben. Die Studierenden können selbst entscheiden, in welchen Modulelementen sie 5 KP erwerben wollen. <b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> Regelmäßige Teilnahme 2 SWS und 1stündige Klausur od. Referat und schriftliches Thesenpapier od. vergleichbar dokumentierte schriftliche Leistungen (2 KP) bzw. 2stündige Klausuren od. schriftlich ausgearbeitetes Referat (7-10 Seiten) (5 KP)			

10	<b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Aus den Noten, die in den einzelnen Modulelementen erreicht werden, wird eine Durchschnittsnote für das gesamte Modul errechnet. Diese fließt nach KP gewichtet anteilig in die Teilnote des Fachstudienbereichs ein, die wiederum zu 60 % in die Gesamtnote eingeht.
11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> jährlich
12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> Leschke, Regener, Schüttpelz
13	<b>Sonstige Informationen:--</b>

<b>M5: Kulturwissenschaften</b>					
<b>Kennnummer:</b> B.A. MW-5.1 B.A. MW-5.2		<b>Workload:</b> 60 h 210 h	<b>Kreditpunkte:</b> 2 KP 7 KP	<b>Studiensemester:</b> 4. Semester 5. Semester	<b>Dauer:</b> 2 Semester
1	<b>Lehrveranstaltungen/Modulelemente (ME)</b> 5.1 Methoden der Kulturwissenschaften 5.2 Kulturwissenschaftliche Analysen	<b>Kontaktzeit:</b> 22,5 h (2 SWS) 22,5 h (2 SWS)	<b>Selbststudium:</b> 37,5 h 187,5 h	<b>Kreditpunkte:</b> 2 KP 7 KP	
2	<b>Lehrformen:</b> Seminar				
3	<b>Gruppengröße:</b> 40				
4	<b>Qualifikationsziele:</b> Im Modul werden weiterführende Kenntnisse von kulturwissenschaftlichen Methoden und Analyseverfahren vermittelt. Die Studierenden sollen befähigt werden, Forschungen aller kulturwissenschaftlichen Fächer und Schulen zu beurteilen und heranzuziehen, die für medienwissenschaftliche Tatbestände fruchtbar gemacht werden können. Zu diesem Zweck sollen für die eigene kulturwissenschaftliche Analyse von Medien nicht nur textuelle, sondern auch intermediale Verfahren zum Einsatz kommen.				
5	<p><b>Inhalte der Modulelemente:</b></p> <p>Im <i>Modulelement 5.1 Methoden der Kulturwissenschaften</i> wird ein Überblick über kulturwissenschaftliche Methoden mit medienwissenschaftlicher Relevanz gegeben. Kultur wird von den Kulturwissenschaften in zwei methodischen Hinsichten erforscht und dargestellt. Kultur wird zum einen "als Text", allgemeiner gefasst: als (visuelles, auditives, textuelles, audiovisuelles, materielles) "Korpus" von medialen Überlieferungen und Artefakten verstanden und bearbeitet. Zum anderen wird kulturelles Wissen von den Kulturwissenschaften als Handlungswissen dargestellt und begrifflich gemacht. Mediales Wissen, das von den Kulturwissenschaften untersucht wird, findet sich dementsprechend in der Form von medialen Überlieferungen einerseits, und andererseits im operativen Ablauf und in der Performativität von Kulturtechniken und koordinierten Tätigkeiten. Das Modul soll die Vielfalt der historischen und aktuellen kulturwissenschaftlichen Methoden und Theoriebildungen vermitteln, soweit diese in den beiden genannten Hinsichten für die Medienwissenschaften fruchtbar geworden sind. Forschungen aus bestimmten Schulen der kulturwissenschaftlichen Theoriebildung (z.B. Frankfurter Schule, Poststrukturalismus, Cultural Studies, Feminismus, Postcolonial Studies, Kulturanthropologie, Systemtheorie, Philosophische Anthropologie) sollen exemplarisch behandelt und kritisch miteinander verglichen werden.</p> <p>Das <i>Modulelement 5.2 Kulturwissenschaftliche Analysen</i> vertieft die Kenntnis kulturwissenschaftlicher Methoden durch hermeneutische und empirische Anwendungen auf kulturelle und mediale Tatbestände. Kulturwissenschaftliche Analysen folgen der Gabelung und der Überschneidung der beiden kulturwissenschaftlichen Pole: Kultur einerseits "als Text" und als Korpus medialer Überlieferungen zu interpretieren, und kulturelles Wissen andererseits als Handlungswissen und Wissen von kommunikativen Prozessen zu untersuchen. Das Modul soll entsprechende Analysen in beiden Hinsichten durchführen und insbesondere die Verschränkung von korpusbezogenem Wissen und Handlungswissen in den Mittelpunkt der Analysen stellen. Die kulturwissenschaftliche Analyse von Medien, und das heißt: ihre Gegenstandskonstitution findet selbst in Medien statt. Dementsprechend sollen nicht nur textbasierte Analysen durchgeführt werden, sondern ebenso visuelle, auditive und audiovisuelle Analyse- und Dokumentationsverfahren zum Einsatz kommen, die von den Studierenden auch in den Berufsorientierten Studien erlernt werden.</p>				
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> <i>B.A. Medienwissenschaft</i>				
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Erfolgreiche Teilnahme an den Modulen M 1 und M 4 sowie an mindestens einem Modulelement der Module M 2 oder M 3.				
8	<b>Prüfungsformen:</b> Hausarbeit (15 Seiten)				
9	<p><b>Status:</b> Pflichtmodul.</p> <p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> 2 KP für die regelmäßige Teilnahme werden nur in Verbindung mit 7 KP für eine Hausarbeit (15 Seiten) vergeben.</p>				
10	<b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Die Note, die in dem Modul erreicht wird, fließt nach KP gewichtet anteilig in die Teilnote des Fachstudienbereichs ein, die wiederum zu 60 % in die Gesamtnote eingeht.				
11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> jährlich				

12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> Leschke, Regener, Schüttpelz
13	<b>Sonstige Informationen:</b> --

<b>M6: Medienpädagogik</b>					
<b>Kennnummer:</b> B.A. MW-6.1 B.A. MW-6.2		<b>Workload:</b> 210 h	<b>Kreditpunkte:</b> 5 KP 2 KP	<b>Studiensemester:</b> 1. Semester 2. Semester	<b>Dauer:</b> 2 Semester
1	<b>Lehrveranstaltungen/Modulelemente (ME)</b> 6.1 Grundlagen der Medienpädagogik 6.2 Analyse von spezifischen Problemen und Aspekten der Medienpädagogik	<b>Kontaktzeit:</b> 45 h (4 SWS)	<b>Selbststudium:</b> 165 h	<b>Kreditpunkte:</b> 7 KP	
2	<b>Lehrformen:</b> Vorlesung, Seminar				
3	<b>Gruppengröße:</b> 100/40				
4	<b>Qualifikationsziele:</b> Die Studierenden sollen die Entstehungszusammenhänge, Probleme, Anwendungsfelder und typische Kritikpunkte medienpädagogischer Theoriebildung kennen und bewerten können. Des Weiteren sollen ihnen Schwerpunkte und Spezifika der medienpädagogischen Begriffs- und Paradigmenbildung bekannt sein und sie sollen sich zu diesen diskursiv verhalten können. Insbesondere sollen sie ein reflektiertes Verhältnis zu ihrer eigenen Medienkompetenz entwickelt haben und imstande sein, ihr historisches und systematisches Wissen im Fach Medienpädagogik auf Medienprodukte und mediale Bildungszusammenhänge anzuwenden.				
5	<b>Inhalte der Modulelemente:</b> Im <i>Modulelement 6.1</i> werden <i>medienpädagogische Grundlagen</i> vermittelt: Dazu gehört zum einen die Frage, wie sich unterschiedliche medienpädagogische Ansätze innerhalb der Medienwissenschaften positioniert, legitimiert und etabliert haben. Dabei geht es sowohl um die Diskussion der Medienpädagogik als wissenschaftliche Disziplin, die sich theoretisch mit Bildungs- und Erziehungszusammenhängen beschäftigt, als auch um Medienpädagogik als Handlungswissenschaft, die der Frage nachgeht, wie Bildungs- und Erziehungspraxis gestaltet und verbessert werden können. Die Veranstaltung gibt zunächst einen Überblick über die Geschichte der Medienpädagogik seit der Frühgeschichte des Films. Zum anderen geht es um paradigmatische wissenschaftliche Denkmodelle, die medienpädagogische Theoriebildungen strukturieren. Medienpädagogische Theorien werden sowohl im Zusammenhang mit publizistisch breiteren, gesellschaftlich relevanten Diskursen über pädagogische Themen behandelt, als auch vor dem Hintergrund ihrer speziellen Wissenschaftsgeschichte. Es werden grundlegende Problemfelder der heutigen Medienpädagogik dargestellt und diskutiert: Medienkompetenz, mediatisierte Kindheit, jugendliche Medienwelten, Medien und politische Partizipation, Probleme der Medienwirkungsforschung, Medienkonkurrenz und Leseförderung, Lerntheoretische Überlegungen zum Internet, das autodidaktische Subjekt als Hypertext-Leser etc.  Im <i>Modulelement 6.2</i> werden sowohl <i>spezifische Aspekte der Medienpädagogik</i> vertieft als auch differente Modelle der Medienpädagogik an konkreten Medienprodukten zur Anwendung gebracht: Im Bereich der Vertiefung werden maßgebliche Aspekte pädagogischer Leitbegriffe und gängige Interpretationsmuster der medienpädagogischen Begriffsgeschichte aufgearbeitet. Thematische Schwerpunkte liegen auf der medienpädagogischen Gegenwartsdiagnose, den Veränderungen des Lehrens und Lernens in medial geprägten Kontexten und den durch die Medienevolution veränderten Sozialisationsbedingungen (Stichworte: „Virtualisierung“, „Interaktivität“, „e-learning“, „Wissens-, Risiko- und Informationsgesellschaft“). Im Bereich der medienpädagogischen Anwendung werden Medienprodukte analysiert und aus einem pädagogisch zentrierten Fokus evaluiert. Medial vermittelte Darstellungen ermöglichen dem Rezipienten zu einem unterschiedlich relevanten Anteil immer auch das virtuelle Ausagieren von Phantasien, Utopien und Ängsten: Handlungsmodelle werden etabliert und zum Teil in Stereotypen fixiert; es werden Werthaltungen und Konfliktstrategien propagiert. Auf der Basis der Annahme, dass die Konzeption von Medienprodukten nicht nur auf das Wecken von Interesse und Aufmerksamkeit der Rezipienten gerichtet ist, sondern des Weiteren sowohl Formen als auch Inhalte vermittelt, die wiederum handlungsleitend sind und vor allem – häufig vom Rezipienten unbemerkt – Wertmodelle affirmieren und tradieren, sollen diese bezüglich ihrer pädagogischen Valenz untersucht werden. Das Ziel der Analyse besteht im Erfassen einer möglichen Handlungsanweisung und eines möglichen Bildungspotenzials. Die analytischen Überlegungen fokussieren somit insbesondere relevante Gestaltungsalternativen medialer Angebote. Zu unterscheiden sind dabei in erster Linie eine ästhetische und eine normative				

	Dimension des Materials.
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> <i>B.A. Medienwissenschaft</i>
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> --
8	<b>Prüfungsformen:</b> 2stündige Klausur
9	<b>Status:</b> Pflichtmodul <b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> Regelmäßige Teilnahme 4 SWS (Vorlesung + Seminar) und erfolgreiche Teilnahme an der 2stündigen Klausur.
10	<b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Die Note, die in dem Modul erreicht wird, fließt nach KP gewichtet anteilig in die Teilnote des Fachstudienbereichs ein, die wiederum zu 60 % in die Gesamtnote eingeht.
11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> jährlich
12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> Hensel
13	<b>Sonstige Informationen:</b> --

<b>M7: Medienpolitik</b>					
<b>Kennnummer:</b> B.A. MW-7.1 B.A. MW-7.2		<b>Workload:</b> 210 h	<b>Kreditpunkte:</b> 5 KP 2 KP	<b>Studiensemester:</b> 4. Semester 5. Semester	<b>Dauer:</b> 2 Semester
1	<b>Lehrveranstaltungen/Modulelemente (ME)</b> 7.1 Grundkurs: Medien und Politik 7.2 Analyse spezifischer Probleme und Aspekte von Medienpolitik und politischer Kommunikation	<b>Kontaktzeit:</b> 45 h (4 SWS)	<b>Selbststudium:</b> 165 h	<b>Kreditpunkte:</b> 7 KP	
2	<b>Lehrformen:</b> Vorlesung, Seminar				
3	<b>Gruppengröße:</b> 40				
4	<b>Qualifikationsziele:</b> Im Modul werden grundlegende Kenntnisse im Bereich von Medienpolitik und politischer Kommunikation vermittelt. Die Studierenden sollen die mediale Konstruktion der politischen Wirklichkeit am Beispiel ausgewählter Themenbereiche kritisch nachvollziehen und wesentliche Akteure und Strategien medialer Kommunikationsprozesse kennen lernen. Darüber hinaus sollen sie spezifische Akteursnetzwerke, Steuerungsziele und -instrumente des Politikfeldes ‚Medienpolitik‘ auf Länder-, nationaler und europäischer Ebene analysieren können.				
5	<b>Inhalte der Modulelemente:</b> Im <i>Modulelement 7.1 (Grundkurs: Medien und Politik)</i> wird ein Überblick über verschiedene Aspekte medienpolitischer Steuerung in Deutschland und Europa sowie grundlegende Fragen der politischen Kommunikationsforschung gegeben. Behandelt werden u.a. die Geschichte der Medienpolitik in Deutschland; zentrale Steuerungsakteure und Interessenkonflikte in der Medienpolitik; das Spannungsfeld zwischen nationaler und europäischer Medienpolitik. Darüber hinaus werden Formen der politischen Kommunikation wie z.B. Wahlkampfkommunikation, Kriegsberichterstattung und Protestkommunikation diskutiert. Im Rahmen der Vorlesung werden auch unterschiedliche Konzepte politischer Öffentlichkeit vorgestellt. Im <i>Modulelement ME 7.2 (Analyse spezifischer Probleme und Aspekte von Medienpolitik und politischer Kommunikation)</i> werden zentrale Aspekte der Vorlesung ME 8.1 in Seminarform fokussiert. Die Inhalte der Vorlesung werden durch Lektüre theoretischer Texte zu Aspekten der politischen Öffentlichkeit sowie wichtiger neuerer Forschungsarbeiten zu Fragen der politischen Steuerung des Mediensystems und ausgewählten Aspekten der politischen Kommunikationsforschung vertieft.				
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> B.A. Medienwissenschaft				
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> --				
8	<b>Prüfungsformen:</b> 2stündige Klausur				
9	<b>Status:</b> Wahlpflichtmodul. Wahlweise kann das Modul 7 (Medienpolitik) oder das Modul 8 (Medienrecht) studiert werden. <b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> Regelmäßige Teilnahme 4 SWS (Vorlesung + Seminar) und erfolgreiche Teilnahme an der 2stündigen Klausur.				
10	<b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Die Note, die in dem Modul erreicht wird, fließt nach KP gewichtet anteilig in die Teilnote des Fachstudienbereichs ein, die wiederum zu 60 % in die Gesamtnote eingeht.				
11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> jährlich				
12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> Baringhorst				
13	<b>Sonstige Informationen:</b> --				

<b>M8: Medienrecht</b>					
<b>Kennnummer:</b> B.A. MW-8.1 B.A. MW-8.2		<b>Workload:</b> 150 h 60 h	<b>Kreditpunkte:</b> 5 KP 2 KP	<b>Studiensemester:</b> 4. Semester 5. Semester	<b>Dauer:</b> 2 Semester
1	<b>Lehrveranstaltungen/Modulelemente (ME)</b> 8.1 Grundlagen des Medienrechts 8.2 Fragen des Urheber- und Multimediarrechts	<b>Kontaktzeit:</b> 22,5 h (2 SWS) 22,5 h (2 SWS)	<b>Selbststudium:</b> 127,5 h 37,5 h	<b>Kreditpunkte:</b> 5 KP 2 KP	
2	<b>Lehrformen:</b> Vorlesung, Seminar				
3	<b>Gruppengröße:</b> 40				
4	<b>Qualifikationsziele:</b> Vermittlung der Rechtsgrundlagen für das Handeln von Medienakteuren und für die institutionelle Ausgestaltung des Mediensystems (auch: historische Entwicklung); sowohl im Hinblick auf das bundesrepublikanische Recht als auch auf europäischer Ebene. Erwerb von Kenntnissen der rechtlichen und gesetzlichen Grundlagen für das (eigene) Arbeiten in und mit den Medien.				
5	<b>Inhalte der Modulelemente:</b> Das <i>Modulelement 8.1 (Grundlagen des Medienrechts)</i> gibt einen allgemeinen Überblick über die Rechtsgrundlagen des deutschen Mediensystems. Ein Schwerpunkt liegt auf den (verfassungs-)rechtlichen Grundlagen des öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunks, seinem Aufbau und seiner Funktionsweise. Relevant sind folgende Themenschwerpunkte: Historische Entwicklung und verfassungsrechtliche Grundlagen der Rundfunkordnung; Aufbau, Struktur und wissenschaftliche Grundlagen des öffentlich-rechtlichen und des privaten Rundfunks; Funktion der Landesmedienanstalten; Rechtliche Grundsätze der Programmgestaltung; Probleme der Medienkonzentration. Im <i>Modulelement 8.2 (Fragen des Urheber- und Multimediarrechts)</i> geht es zum einen um den Erwerb grundlegender Kenntnisse des Urheberrechts. Zum anderen wird in das Multimediarrecht eingeführt. Der Begriff umfasst verschiedene Bereiche des Rechts und des Wirtschaftslebens. Im deutschen Recht existiert nicht ein in sich abgeschlossenes Gesetz für den Bereich der multimedialen Anwendungen, sondern es finden zahlreiche unterschiedliche Gesetze Anwendung auf die Erscheinungsformen von Multimedia bzw. die sogenannten Tele-Medien. Im Rahmen der fortschreitenden Entwicklung der technischen Möglichkeiten und der Verbreitung von Internet-Diensten, Mobile-Multimedia-Angeboten, E-Mail-Services, Online-Shopping und anderen innovativen Diensten werden auf der Gesetz- und Verordnungsseite sowohl bestehende Gesetze an die neuen Anforderungen aus dem elektronischen Geschäftsverkehr angepaßt als auch neue Rechtsvorschriften verabschiedet. Insbesondere im Bereich des Verbraucherschutzes werden laufend neue Regelungen getroffen. So entstanden das Informations- und Kommunikations-Dienstegesetz (IuKDG) auf Bundesebene sowie der Mediendienste-Staatsvertrag der Länder. Auf der sogenannten „sendetechnischen“ Seite wurde das Telekommunikationsgesetz novelliert, um den Wettbewerb auch auf der Infrastrukturseite zu fördern und auch hier innovative Dienste im Einklang mit der Rechtsordnung zu regeln. Zu nennen ist aus telekommunikationsrechtlicher Sicht hier insbesondere der Bereich der Dialer-Programme, der Kundenschutz und der Wettbewerb unter Telekommunikationsanbietern. Die Darstellung des Multimediarrechts beinhaltet eine Erläuterung des geltenden Rechtsrahmens und ermöglicht sodann, anhand ausgewählter Problemkreise und Entscheidungen eine kritische Auseinandersetzung mit dem regulatorischen Umfeld. Behandelt werden u.a. – jeweils mit Beispielen aus der Rechtsprechung – die Bereiche: Multimediarrecht in Deutschland; Recht des elektronischen Geschäftsverkehrs; Grundzüge des Telekommunikationsrechts; Domain- und Markenrecht; Elektronische Signaturen in Gesetz und Praxis; Probleme für Wirtschaft und Verbraucher; Teledienste – Datenschutz; Computerkriminalität.				
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> B.A. Medienwissenschaft				
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> --				
8	<b>Prüfungsformen:</b> 2stündige Klausur				
9	<b>Status:</b> Wahlpflichtmodul. Wahlweise kann das Modul 8 (Medienrecht) oder das Modul 7 (Medienpolitik) studiert werden. <b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> 2 KP werden für regelmäßige Teilnahme und eine 1stündige Klausur der Vorlesung, 5 KP werden für regelmäßige Teilnahme und eine 2stündige Klausur der Vorlesung vergeben.				

10	<b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Die Note, die in dem Modul erreicht wird, fließt nach KP gewichtet anteilig in die Teilnote des Fachstudienbereichs ein, die wiederum zu 60 % in die Gesamtnote eingeht.
11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> jährlich
12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> Baringhorst
13	<b>Sonstige Informationen:--</b>

<b>M9: Mediensoziologie</b>					
<b>Kennnummer:</b> B.A. MW-9.1 B.A. MW-9.2 B.A. MW-9.3		<b>Workload:</b> 150 h 60 h 120 h	<b>Kreditpunkte:</b> 5+2 KP 2 KP 2 KP	<b>Studiensemester:</b> 2. Semester 2. Semester 3. Semester	<b>Dauer:</b> 2 Semester
1	<b>Lehrveranstaltungen/Modulelemente (ME)</b> 9.1 Grundlagen der Mediensoziologie 9.2 Soziologische Probleme der Medien 9.3 Mediensysteme	<b>Kontaktzeit:</b> 45 h (4 SWS) 22,5 h (2 SWS) 22,5 h (2 SWS)	<b>Selbststudium:</b> 127,5 h 37,5 h 75 h	<b>Kreditpunkte:</b> 7 KP 2 KP 2 KP	
2	<b>Lehrformen:</b> Vorlesung, Seminar				
3	<b>Gruppengröße:</b> 40				
4	<b>Qualifikationsziele:</b> Erwerb von Basiskonntnissen zu den Themenbereichen „Sozialität und Kommunikation/Medien“, „Soziale Bedeutung unterschiedlicher Medien und ihrer kommunikativen Leistungsfähigkeit“, „Medien und Gesellschaft“, „Medien, Medienunternehmen, Medieninhalte“, „Medien und Kultur“, „Einführung in soziologisches Denken anhand der genannten Themen“. Vermittlung der Fähigkeit, mit mediensoziologischen Theoriemodellen adäquat umzugehen und soziologische Modelle auf medienwissenschaftliche Probleme anzuwenden.				
5	<b>Inhalte der Modulelemente:</b> <i>Modulelement 9.1 (Grundlagen der Mediensoziologie):</i> Kommunikation und Medien sind konstitutiv für Sozialität. Mit ihrer Hilfe kooperieren und konkurrieren Menschen auf der individuellen Ebene, der von Gruppen oder privaten bzw. öffentlichen Institutionen. Die gesellschaftliche Entwicklung ist von prähistorischen Zeiten bis zu heutigen Globalisierungstendenzen u.a. auch mit der Medienentwicklung verbunden. Erfindung, Distribution und Nutzung von Medien und Medienprodukten sind deshalb immer Ausdruck individueller und gesellschaftlicher Prozesse, die wiederum durch Medien und die Inhalte und Umgangsmöglichkeiten beeinflusst werden, die Medien ihren Nutzern bieten. Die Einsicht in diese Zusammenhänge soll in diesem Modulelement vermittelt werden, wobei unterschiedlich komplexe Beispielbereiche gewählt werden können. Das Modulelement besteht aus einer Vorlesung und einem zugeordneten Seminar. <i>Modulelement 9.2 (Soziologische Probleme der Medien):</i> Medien besitzen unterschiedliche kommunikative Leistungsfähigkeiten. Damit verändert sich die Kommunikation beim Übergang von einem Medium zum anderen bzw. bei wechselnden Medienkombinationen. Diese Veränderungen wirken sich aus (a) auf die Weitergabe von Informationsangeboten, (b) auf die Verhaltenskoordination (Schlagworte sind hier etwa: Sozialisation [u.a. Mediensozialisation], Regelung und Selbstregelung sozialer Einheiten durch „kulturelle“ Lernprozesse, durch unterschiedliche Typen der Organisation kommunikativer Beziehungen, durch Werte und Normen), (c) auf die Differenzierung und Integration der individuellen oder sozialen Mitglieder unterschiedliche hoch aggregierter sozialer Einheiten (z.B. Unternehmen, Nationalstaaten, ethnische Gruppen, Kulturen etc.). Mit diesem Modulelement soll den Studierenden theoretisch und anhand von Fallbeispielen die Funktionsweise und die Bedeutung von Medien in unterschiedlichen Praxisbereichen mediensoziologischer Forschung deutlich gemacht werden. <i>Modulelement 9.3 (Mediensysteme):</i> Mediensysteme können als abgrenzbare zusammengesetzte Einheiten bestimmt werden, die Medieninhalte sammeln oder produzieren und ihrer Umwelt gegen Ressourcen anbieten. Damit lässt sich, je nach Fragestellung, zwischen den globalen, internationalen, nationalen oder regionalen Mediensystemen unterscheiden. Ebenso können Mediensysteme entsprechend den in ihnen jeweils dominierenden Medien (z. B. Druck, Rundfunk, TV, Computer) unterschieden werden. Schließlich können auch, evtl. ergänzend, medienexterne Kriterien wie ökonomische, weltanschauliche oder politische Interessen für die analytische Bestimmung von Mediensystemen herangezogen werden. Im Modulelement sollen sich die Studierenden mit der Problematik allgemeiner Aspekte des Funktionierens von Mediensystemen sowie damit auseinandersetzen, wie sich der jeweilige Kontext und/oder Medienswerpunkt auf die Funktionsweise von Mediensystemen und damit auch auf die Interaktionen mit ihren Umwelten auswirkt.				
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> B.A. Medienwissenschaft				
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> --				
8	<b>Prüfungsformen:</b> 1stündige Klausur od. Referat und schriftliches Thesenpapier od.				

	vergleichbar dokumentierte schriftliche Leistungen bzw. 2stündige Klausur
9	<p><b>Status:</b> Pflichtmodul</p> <p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b>                      Regelmäßige Teilnahme 4 SWS (Modulelement 9.1: Vorlesung + Seminar) und erfolgreiche Teilnahme an der 2stündigen Klausur (7 KP); bzw. in Modulelement 9.2 und 9.3 regelmäßige Teilnahme 2 SWS und 1stündige Klausur od. Referat und schriftliches Thesenpapier od. vergleichbar dokumentierte schriftliche Leistungen (2 KP).</p>
10	<p><b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Aus den Noten, die in den einzelnen Modulelementen erreicht werden, wird eine Durchschnittsnote für das gesamte Modul errechnet. Diese fließt nach KP gewichtet anteilig in die Teilnote des Fachstudienbereichs ein, die wiederum zu 60 % in die Gesamtnote eingeht.</p>
11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> jährlich
12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> Hejl, Klauser, N.N.
13	<b>Sonstige Informationen:--</b>

<b>M10: Medienwirtschaft</b>					
<b>Kennnummer:</b> B.A. MW-10.1 B.A. MW-10.2		<b>Workload:</b> 60 h 150 h	<b>Kreditpunkte:</b> 2 KP 5 KP	<b>Studiensemester:</b> 3. Semester	<b>Dauer:</b> 1 Semester
1	<b>Lehrveranstaltungen/Modulelemente (ME)</b> 10.1 Grundlagen der Medienökonomik 10.2 Medienbetriebslehre	<b>Kontaktzeit:</b> 22,5 h (2 SWS) 22,5 h (2 SWS)	<b>Selbststudium:</b> 37,5 h 127,5 h	<b>Kreditpunkte:</b> 2 KP 5 KP	
2	<b>Lehrformen:</b> Vorlesungen				
3	<b>Gruppengröße:</b> 80-100				
4	<p><b>Qualifikationsziele:</b> Die Studierenden sollen einen Überblick über die wichtigsten volks- und betriebswirtschaftlichen Grundlagen des Medienbereichs erhalten. Übergeordnetes Ziel ist die Vermittlung der Fähigkeit zu ökonomischem, an Wirtschaftlichkeitskriterien ausgerichtetem Denken. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, Medien nach ökonomischen Kriterien zu analysieren. Ihnen werden zudem die Möglichkeiten der Finanzierung von Medienunternehmen vermittelt. Sie werden außerdem mit den wichtigsten betriebswirtschaftlichen Funktionsfeldern vertraut gemacht und in die Lage versetzt, Ansätze und Modelle, die in der Regel für Industriebetriebe entwickelt wurden, auf Medienunternehmen zu übertragen und gegebenenfalls anzupassen. Die Studierenden sollen verstehen, welche volks- und betriebswirtschaftlichen Problemstellungen im Zusammenhang mit den Besonderheiten der Erstellung und des Vertriebs von Medienprodukten und -dienstleistungen entstehen können und welche Lösungsansätze dafür in Frage kommen.</p>				
5	<p><b>Inhalte der Modulelemente:</b> Das Modul beschäftigt sich mit den Grundlagen der Volks- und Betriebswirtschaftslehre vor dem Hintergrund der Besonderheiten der Medienbranche. Im <i>Modulelement 10.1 (Grundlagen der Medienökonomik)</i> werden folgende Themenbereiche diskutiert: Grundlagen einer ökonomischen Analyse der Medien, Möglichkeiten der Finanzierung von Medienunternehmen; Werbung auf Konsumgütermärkten (Werbung für Konsumgüter im Monopolmarkt, gruppenspezifische Werbung im Monopol, Werbung für Konsumgüter im Duopolmarkt); die Werbemärkte (die 'Handelsware' auf dem Werbemarkt und ihre Preisgestaltung, Medienunternehmen aus der Perspektive des Werbemarktes, polypolistisches Angebot und freier Marktzugang, der Werbemarkt als Monopol, der öffentliche Rundfunk und der private Werbeerbörsrundfunk); die Medienmärkte (Programm mit gegebenem Profil – das Modell und seine wohlfahrtstheoretischen Implikationen, Entgeltmedien ohne Werbung; Werbeerbörsmedien ohne Entgelte, Wahl von Programmprofilen – das Grundmodell des ‚räumlichen Marktes‘, Positionierung im Monopol – Entgelte, Werbeerböse und Wohlfahrt, Programmprofilwettbewerb im Werbeerbös-Duopol). Gegenstand des <i>Modulelements 10.2 (Einführung in die Medienbetriebslehre)</i> ist die Vermittlung von Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, wobei betriebswirtschaftliche Problemstellungen und Lösungen auf die Bedingungen des Erfahrungsobjektes der Unternehmen in der Medienbranche übertragen werden. Folgende Themen sind relevant: Medienbetriebslehre als betriebswirtschaftliche Disziplin; Grundlagen wirtschaftlichen Handelns; besondere Eigenschaften von Medienprodukten bzw. -dienstleistungen; Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln; betriebliche Leistungserstellung; Absatz von Gütern und Dienstleistungen (Marketing); Organisation der Unternehmung; Personalwirtschaft der Unternehmung; Planung der Unternehmungstätigkeiten.</p>				
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> B.A. Medienwissenschaft				
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> --				
8	<b>Prüfungsformen:</b> Eine 1stündige und eine 2stündige Klausur				
9	<p><b>Status:</b> Pflichtmodul. <b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> 2 KP werden für die regelmäßige Teilnahme und eine 1stündige Klausur (ME 10.1), 5 KP für regelmäßige Teilnahme und eine 2stündige Klausur (ME 10.2) vergeben.</p>				
10	<b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Aus den Noten, die in den einzelnen Modulelementen erreicht werden, wird eine Durchschnittsnote für das gesamte Modul errechnet. Diese fließt nach KP gewichtet anteilig in die Teilnote des Fachstudienbereichs ein, die wiederum zu 60 % in die Gesamtnote eingeht.				
11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> jährlich				

12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> Eigler, Pethig
13	<b>Sonstige Informationen:--</b>

<b>M11: Medienmanagement</b>				
<b>Kennnummer:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Kreditpunkte:</b>	<b>Studiensemester:</b>	<b>Dauer:</b>
<b>B.A. MW-11.1</b>	60 h	2 KP	5. Semester	2 Semester
<b>B.A. MW-11.2</b>	60 h	2 KP	4. Semester	
<b>B.A. MW-11.3</b>	150 h	5 KP	4. Semester	
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen/Modulelemente (ME)</b> 11.1 Strategien von Medienunternehmungen 11.2 Projektfinanzierung am Beispiel der Finanzierung von Spielfilmen 11.3 Besondere Aufgabenfelder des Medienmanagements	<b>Kontaktzeit:</b>  22,5 h (2 SWS) 22,5 h (2 SWS) 22,5 h (2 SWS)	<b>Selbststudium:</b>  37,5 h 37,5 h 127,5 h	<b>Kreditpunkte:</b>  2 KP 2 KP 5 KP
<b>2</b>	<b>Lehrformen:</b> Vorlesungen, Seminar			
<b>3</b>	<b>Gruppengröße:</b> 20-80			
<b>4</b>	<b>Qualifikationsziele:</b> Den Studierenden sollen Grundlagen des Managements sowie des strategischen Managements vermittelt werden. Sie sollen die Rahmenbedingungen der wichtigsten Medienmärkte kennen lernen. Darauf aufbauend sollen sie in die Lage versetzt werden, Wertschöpfungsprozesse in Medienunternehmungen zu analysieren und mit denen anderer Branchen zu vergleichen. Am Beispiel der Filmfinanzierung sollen sie in die Lage versetzt werden, besondere Probleme der Projektfinanzierung kritisch analysieren zu können. Im Modulelement 11.3 wählen die Studierenden eine von drei Veranstaltungen aus: Im <i>Gründungsmanagement Medien</i> sollen den Studierenden die betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge einer Unternehmensgründung in der Medienbranche vermittelt werden. Die Studierenden sollen ermutigt werden, aus dem Bachelorstudiengang heraus eine berufliche Existenz zu gründen. In der Veranstaltung <i>Absatz</i> werden die Methoden und Ansätze des modernen Marketing behandelt. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, Absatzprozesse zu beschreiben und zu erklären sowie Marketingentscheidungen zu treffen.			
<b>5</b>	<b>Inhalte der Modulelemente:</b> Das Modul befasst sich mit Fragestellungen und Problemen des Managements von Unternehmungen, die in der Medienbranche tätig sind. Dabei werden Grundlagen des strategischen Managements vermittelt und auf die Besonderheiten von Medienunternehmungen übertragen. Die Studierenden lernen dabei, welche betriebswirtschaftlichen Problemstellungen sich aus den besonderen Eigenschaften von Medienprodukten bzw. -dienstleistungen ergeben und welches für Medienunternehmungen typische, innovative Problemlösungen sind. Im <i>Modulelement 11.1 (Strategien von Medienunternehmungen)</i> sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, Grundlagenwissen über das strategische Management auf die Besonderheiten von Unternehmungen, die in der Medienbranche tätig sind, zu übertragen. Ziel ist es, vor dem Hintergrund der Entwicklungen in der Medienbranche (Interneteinfluss, Konvergenz der TIME-Sektoren) und in Abhängigkeit von den besonderen Eigenschaften von Medienprodukten bzw. -dienstleistungen Strategieoptionen für Medienunternehmungen (Gesamtunternehmensstrategien, Bereichsstrategien, funktionale Strategien) kritisch beurteilen zu können. Relevant sind folgende Fragestellungen: besondere Eigenschaften von Medienprodukten bzw. -dienstleistungen; Ziele von Unternehmungen der Medienbranche; Grundlagen des strategischen Managements (Marktorientierter Ansatz, Ressourcenorientierte Strategielehre); Überblick über Rahmenbedingungen, Wertschöpfungsketten und Entwicklungen in den wichtigsten Medienbereichen (Print, Rundfunk, Film und Video/DVD, Musik, Onlinemedien); Strategieoptionen von Unternehmungen der Medienbranche. Im <i>Modulelement 11.2 (Projektfinanzierung am Beispiel der Finanzierung von Spielfilmen)</i> sollen Grundkenntnisse vor allem auf dem Gebiet der Filmwirtschaft vermittelt werden, um darauf aufbauend mit den Besonderheiten der Finanzierung von Spielfilmprojekten vertraut zu werden. Dazu wird Grundlagenwissen auf dem Gebiet der Finanzierung (Formen und Methoden) vermittelt und deren Eignung für die besonderen Anforderungen der privaten Filmprojektfinanzierung untersucht. Darüber hinaus sollen die Studierenden einen Überblick über die Struktur und die Formen der staatlichen Filmförderung erlangen. Relevant sind folgende Fragestellungen: Grundlagen der Filmwirtschaft, der Filmproduktion und des Filmvertriebs; Grundlagen der Finanzierung (Begriff, Ziele, Innen- und Außenfinanzierungsformen, Chancen und Risiken, Finanzplan); Formen und Instrumente der privaten Filmfinanzierung als Projektfinanzierung; Medienfonds als Finanzierungsinstrument für Spielfilmproduktionen; staatliche			

	<p>Filmfinanzierung durch Filmförderung des Bundes und der Länder sowie der EU.          Im <i>Modulelement 11.3 (Besondere Aufgabenfelder des Medienmanagements)</i> soll eine Vorlesung aus den folgenden zwei Themenfeldern belegt werden:  <i>A) Gründungsmanagement Medien – Medien als Chance für Existenzgründer:</i> Ziel ist das Angebot eines Qualifizierungsmoduls zur Förderung von Existenzgründungen aus dem Bachelorstudiengang heraus. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Behandlung betriebswirtschaftlicher Problemstellungen der Unternehmungsgründung. Inhaltlich steht dabei die Übertragung von Ansätzen, Methoden und Erkenntnissen der Gründungsforschung auf den Bereich der Medienwirtschaft im Vordergrund. Die Studierenden sollen erkennen können, welche besonderen Gründungsprobleme die erfolgreiche Erstellung und Vermarktung von Medienprodukten bzw. -dienstleistungen aufwirft und wie vor diesem Hintergrund die Eignung gängiger Methoden und Konzepte des Gründungsmanagement zu bewerten ist. Insgesamt zielt die Veranstaltung darauf ab, die Studierenden von der Attraktivität der Selbstständigkeit im Medienbereich als berufliche Alternative zu überzeugen und ihnen hierfür das betriebswirtschaftliche Know-how zu vermitteln, das ihnen als potenzielle Gründer hilft, eine Geschäftsidee erfolgreich umzusetzen. Relevant sind folgende Themen: Chance für Existenzgründer in der Medienbranche; Gründungsarten und Gründungsprozess; Erfolgsfaktoren einer Unternehmensgründung im Medienbereich; betriebswirtschaftliches Gründungs-Know-how (Grundbegriffe und Kennzahlen, Marketing); Finanzierung (Venture Capital, Förderprogramme sowie Risikomanagement); Organisation und Personal für Gründer im Medienbereich; Wachstumsstrategien und Fehler bei der Wachstumsbewältigung; Businessplan „Medien“; Marketing-Mix und Medieneinsatz; Gründungsprozess an einem Beispiel aus der Praxis; Medienrecht; Gründungsformalitäten und Steuern.  <i>B) Absatz:</i> Die Studierenden lernen das moderne Marketing als eine marktorientierte Unternehmensführung kennen. Sie können auf der Grundlage des entscheidungsorientierten Ansatzes unter Berücksichtigung der Marketingziele und der Marketingsituation Marketingentscheidungen treffen. Sie kennen die Grundprobleme und ausgewählte methodische Ansätze im Bereich der Marktforschung und Prognose, des Einsatzes der Leistungs-, Preis- und Konditionen-, Kommunikations- und der Distributionspolitik sowie der Koordination der Marketingentscheidungen. Durch die Anwendung ausgewählter Entscheidungsmodelle trainieren sie sowohl ihre Problemlösungsfähigkeit als auch ihre Methodenkompetenz. Relevante Themenbereiche sind: Grundlagen der Absatzpolitik; Leistungs-; Distributionspolitik; Kommunikationspolitik; Preis- und Konditionenpolitik; Koordination der Marketing-Entscheidungen.</p>
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> <i>B.A. Medienwissenschaft</i>
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> --
8	<b>Prüfungsformen:</b> Zwei 1stündige Klausuren (ME 11.1 und ME 11.2) und eine 2stündige Klausur (ME 11.3)
9	<b>Status:</b> Pflichtmodul <b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> 2 KP werden für regelmäßige Teilnahme und eine 1stündige Klausur, 5 KP werden für regelmäßige Teilnahme und eine 2stündige Klausur vergeben.
10	<b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Aus den Noten, die in den einzelnen Modulelementen erreicht werden, wird eine Durchschnittsnote für das gesamte Modul errechnet. Diese fließt nach KP gewichtet anteilig in die Teilnote des Fachstudienbereichs ein, die wiederum zu 60 % in die Gesamtnote eingeht.
11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> jährlich
12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> Eigler, Freter
13	<b>Sonstige Informationen:</b> --

<b>M12: Freier Wahlbereich</b>					
<b>Kennnummer:</b> B.A. MW-12		<b>Workload:</b>	<b>Kreditpunkte:</b> 15 KP	<b>Studiensemester:</b> 3. Semester 5. Semester 6. Semester	<b>Dauer:</b> 3 Semester
1	<b>Lehrveranstaltungen/Modulelemente (ME)</b>	<b>Kontaktzeit:</b> (10 SWS)	<b>Selbststudium:</b>	<b>Kreditpunkte:</b> 15 KP	
2	<b>Lehrformen:</b> Vorlesung, Seminar, Übung				
3	<b>Gruppengröße:</b> --				
4	<b>Qualifikationsziele:</b> Erwerb interdisziplinärer Kompetenzen und zusätzlicher Qualifikationen. Die Studierenden sollen gemäß der eigenen Interessen aus dem Lehrangebot der Universität Siegen bzw. anderer Universitäten in eigener Verantwortung Module selektieren, die ihren Lern- und Forschungsinteressen dienen. Sie sollen dabei eigene Forschungsfragen entwickeln und die prinzipielle Interdisziplinarität medienwissenschaftlicher Fragestellungen erkennen. Die Studierenden sollen zu selbst bestimmten Lernprozessen angeregt werden.				
5	<b>Inhalte der Modulelemente:</b> Da die Studierenden selbständig die Kurse für dieses Modul aus dem Lehrangebot für B.A.-Studiengänge der Universität Siegen oder anderer Universitäten zusammenstellen können, lassen sich keine weiteren Aussagen über den Inhalt machen.				
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> <i>B.A. Medienwissenschaft</i>				
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Die Studierenden sind in der Wahl der BA-Studiengänge, Module und Modulelemente frei, sofern dem keine Beschränkungen von Seiten der Studien- und Prüfungsordnungen der betreffenden BA-Studiengänge entgegenstehen. Die Studierenden bestimmen ebenso die Verteilung der Kreditpunkte auf die einzelnen Veranstaltungen selbst. Doppelbelegungen sind unzulässig. Es können daher keine Veranstaltungen gewählt werden, die bereits für ein anderes Modul belegt worden sind.				
8	<b>Prüfungsformen:</b> Die Prüfungsformen in den gewählten Veranstaltungen werden von den diesen Veranstaltungen zugeordneten Prüfungsordnungen festgelegt.				
9	<b>Status:</b> Wahlmodul <b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> Es gelten die Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten desjenigen Studiengangs, dem das gewählte Modul zugeordnet ist.				
10	<b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Die in diesem Modul vergebenen Noten fließen nicht in die Berechnung der Endnote ein.				
11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> --				
12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> --				
13	<b>Sonstige Informationen:</b> --				

## II) Medienpraxis

<b>MP1: Medientechnik</b>					
<b>Kennnummer:</b> B.A. MW-MP-1.1 B.A. MW-MP-1.2		<b>Workload:</b> 60 h 150 h	<b>Kreditpunkte:</b> 2 KP 5 KP	<b>Studiensemester:</b> 3. Semester 4. Semester	<b>Dauer:</b> 2 Semester
1	<b>Medienpraxis (MP)</b> 1.1 (BS A 1.1-4) Medientechnik, Episteme und Strukturen 1.2 (BS A 1.3/4) Medienbeherrschung		<b>Kontaktzeit:</b> 45 h (4 SWS)	<b>Selbststudium:</b> 165 h	<b>Kreditpunkte:</b> 7 KP
2	<b>Lehrformen:</b> Vorlesung, Seminar				
3	<b>Gruppengröße:</b> 40				
4	<b>Qualifikationsziele:</b> Historischer und systematischer Überblick über Speicher-, Übertragungs- und Verarbeitungsmedien; Verortung von Medientechnologien im jeweiligen Stand des Wissens und der Wissenschaften; Grundkenntnisse des für Medientechnologien relevanten Wissens; Analyse historischer Medien anhand ihrer Quellen (Patentschriften, Zeitschriften, Tageszeitungen etc.); Analyse aktueller Medien anhand von Debatten; Erwerb von technisch-praktisch fundierter Medienkompetenz in mindestens drei aktuellen Leitmedien, verpflichtend Internet.				
5	<b>Inhalte der Modulelemente:</b> Das <i>Modulelement MP 1.1 Medientechnik Episteme und Strukturen</i> ist immer kulturell fundiert, muss also zugleich historisch wie systematisch begriffen werden. Unter der historischen Perspektive werden v.a. die technologischen, wissensgenealogischen und soziokulturellen Wandlungsprozesse berücksichtigt. In systematisch-theoretischer Hinsicht werden unterschiedliche Modelle von Mediengattungen vermittelt und diskutiert. Wesentlich in diesem Ineinandergreifen von diachroner und synchroner Medienanalyse ist die epistemologische Relevanz der Medien als Erkenntnismittel selbst. Das <i>Modulelement MP 1.2 Medienbeherrschung</i> setzt neben der historisch-systematischen Grundkompetenz die Auseinandersetzung mit den Produkten voraus. Medientechnik materialisiert sich grundsätzlich in konkreten Apparaten, in kontextgebundenen Verwendungszusammenhängen sowie auf diskursiver Ebene. Praktische Medienkompetenz wird somit als eine "material culture" der Technologien verstanden; sie speist sich aus der Geschichte der Kultur- und Medientechniken.				
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> <i>B.A. Medienwissenschaft</i>				
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> --				
8	<b>Prüfungsformen:</b> 2stündige Klausur				
9	<b>Status:</b> Pflichtmodul <b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> Regelmäßige Teilnahme 4 SWS (Vorlesung + Seminar) und erfolgreiche Teilnahme an der 2stündigen Klausur.				
10	<b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Für die Bildung der Note der Berufsorientierten Studien werden die Module MP 1 und MP 4 berücksichtigt. Die Note für die Berufsorientierten Studien wird durch das arithmetische Mittel der gemäß der Zahl der vergebenen Kreditpunkte gewichteten Modulnoten gebildet. Die Note geht in die Gesamtnote mit 15% ein.				
11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> jährlich				
12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> N.N.				
13	<b>Sonstige Informationen:</b> --				

<b>MP2: Produktionstechnik</b>				
<b>Kennnummer:</b>	<b>Workload:</b>	<b>Kreditpunkte:</b>	<b>Studiensemester:</b>	<b>Dauer:</b>
B.A. MW-MP-2.1.1	90 h	3 KP	1. bis 2. Semester	2 Semester
B.A. MW-MP-2.1.2	90 h	3 KP		
B.A. MW-MP-2.2.1	90 h	3 KP		
B.A. MW-MP-2.2.2	90 h	3 KP		
B.A. MW-MP-2.3.1	90 h	3 KP		
B.A. MW-MP-2.3.2	90 h	3 KP		
1	<b>Medienpraxis (MP)</b>	<b>Kontaktzeit:</b>	<b>Selbststudium:</b>	<b>Kreditpunkte:</b>
	2.1.1 (BS A 1.1) Audioproduktion: Doku-Formate	22,5 h (2 SWS)	67,5 h	3 KP
	2.1.2 (BS A 1.1) Audioproduktion: Fiction-Formate	22,5 h (2 SWS)	67,5 h	3 KP
	2.2.1 (BS A 1.2) Videoproduktion: Doku-Formate	22,5 h (2 SWS)	67,5 h	3 KP
	2.2.2 (BS A 1.2) Videoproduktion: Fiction-Formate	22,5 h (2 SWS)	67,5 h	3 KP
	2.3.1 (BS A 1.3) Multimediaproduktion I	22,5 h (2 SWS)	67,5 h	3 KP
	2.3.2 (BS A 1.4) Multimediaproduktion II	22,5 h (2 SWS)	67,5 h	3 KP
		22,5 h (2 SWS)	67,5 h	3 KP
2	<b>Lehrformen:</b> Übung			
3	<b>Gruppengröße:</b> 5			
4	<p><b>Qualifikationsziele:</b> Die Studierenden sollen in Kleingruppen mit den für die Medienherstellung typischen Produktionsmethoden insbesondere aber mit der Teamarbeit vertraut gemacht werden. Dies gilt insbesondere für den teamorientierten Umgang mit kreativen Prozessen. Die Studierenden sollen dabei ein angemessenes Problemlösungsverhalten erlernen und in die Lage versetzt werden, sich konstruktiv an ästhetischen und produktionstechnischen Diskussionsprozessen zu beteiligen.</p> <p>Zugleich sollen die Studierenden praxisrelevante Schlüsselqualifikationen für die Erstellung zentraler Medienprodukte und Medienformen aus dem Bereich der Audio-Medien, der AV-Medien sowie der Neuen Medien erwerben. Hierbei soll ein produktionstechnisches Grund- und Anwendungswissen in den verschiedenen Medienbereichen vermittelt werden. Die Studierenden sollen definierte Aufgabenstellungen in einer eigenen Produktion praktisch umsetzen können.</p> <p>Die Studierenden sollen berufsfeldspezifische Arbeitsprozesse kennen und einschätzen lernen. Zudem sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, sowohl den Aufwand als auch die Komplexität von Produktionsprozessen in den Medien einzuschätzen.</p> <p>Zugleich sollen die Studierenden die im Modul M4 erworbenen medienanalytischen Kenntnisse anwenden lernen.</p>			
5	<p><b>Inhalte der Modulelemente:</b></p> <p><i>MP 2.1.1 Audioproduktion: Doku-Formate:</i> Dieses Modulelement dient der grundsätzlichen und praxisnahen teamorientierten Vermittlung von Medientechnik im Audiobereich. Dabei wird das erforderliche technische Grundwissen für mögliche unterschiedliche Aufnahmesituationen und die Studioarbeit sowie die Postproduktion vermittelt. Neben der technischen Ausbildung spielt die Vermittlung der verschiedenen dokumentarischen radiophonen Formen und deren Gesetzmäßigkeiten eine wichtige Rolle. Hierbei werden sowohl die Themenwahl, die Auswahl von Sprecherinnen und Sprechern sowie die Planung von Interviewsituationen berücksichtigt. Die Studierenden werden in die unterschiedlichen Techniken, Formen und Formate dadurch eingeführt, dass sie anhand einzelner konkreter Aufgabenstellungen lernen, Standardprobleme in diesem Bereich praktisch im Zusammenhang eigener Produktionen zu bewältigen.</p> <p><i>MP 2.1.2 Audioproduktion: Fiction-Formate:</i> Dieses Modulelement dient der weiteren Vertiefung und praxisnahen Vermittlung von Medientechniken und Medienformen im Audio-Bereich. Ziel ist die Erstellung eines fiktionalen Beitrags von ca. 3 - 5 Minuten Länge, bei dem dramaturgische Fähigkeiten, die Produktion von Geräuschen, das Sounddesign, die Skriptentwicklung und der differenzierte Umgang mit der Tontechnik gerade auch im Bereich der Postproduktion vermittelt werden sollen. Zudem soll den Studierenden Gelegenheit gegeben werden, ihre Fähigkeiten als Sprecherinnen und Sprecher zu verbessern.</p> <p><i>MP 2.2.1 Videoproduktion: Doku-Formate:</i> Dieses Modulelement dient der theoretischen wie praxisnahen teamorientierten Vermittlung zentraler Techniken der Videoproduktion. Im theoretischen Bereich sollen die strukturellen und inhaltlichen Anforderungen an eine</p>			

	<p>dokumentarische Videoproduktion, wie Bildsprachen und -logiken, die Erstellung von Storyboards, Drehbüchern und Drehplänen etc. vermittelt werden. Auf der technischen Seite sollen grundsätzliche produktionstechnische Kenntnisse, wie Dreh, Lichtsetzung, Schnitt und Nachbearbeitung im Video-Bereich vermittelt werden. Diese sollen am Ende in der Erstellung einer dokumentarischen Video-Produktion, die definierten Anforderungen entspricht, umgesetzt werden.</p> <p><i>MP 2.2.2 Videoproduktion: Fiction-Formate:</i> Dieses Modulelement dient der weiteren Vertiefung und praxisnahen teamorientierten Vermittlung von Medientechniken und Medienformen im Video-Bereich. In diesem Modulelement sollen die notwendigen technischen und inhaltlichen Aspekte für fiktionale Video-Produktionen den Studierenden erläutert und dann in einer eigenen Kurzfilmproduktion umgesetzt werden. Dabei sollen alle Produktionsstadien und –stufen gleichermaßen berücksichtigt werden und in Hinsicht auf die Spezifika fiktionaler Video-Produktion reflektiert werden.</p> <p><i>MP 2.3.1 Multimediaproduktion I:</i> Dieses Modulelement dient der grundsätzlichen und praxisnahen teamorientierten Vermittlung von Basistechniken der Multimediaproduktion. Dabei wird den Studierenden das nötige technische Grundwissen für die Erstellung von Websites vermittelt. Dazu gehören neben der Berücksichtigung gewisser Faktoren, wie Barrierefreiheit, der Usability auch die Vermittlung von Grundwissen in den Bereichen des Programmierung oder des Layouts. Zugleich sollen den Studierenden die grundlegenden Anforderungen an die Gestaltung von Web-Sites vermittelt werden. Dieses Wissen soll bei der eigenen Produktion berücksichtigt und umgesetzt werden. Nach der Erstellung der Web-Site sollen die Studierenden ein Pflichtenheft schreiben, in dem sie ihre Produktionsentscheidungen erläutern und dadurch nachvollziehbar machen.</p> <p><i>MP 2.3.2 Multimediaproduktion II:</i> Dieses Modul dient der praxisnahen und teamorientierten Vermittlung von aktuellen Gestaltungstechniken für Neue Medien. Als Vertiefung der Veranstaltung Multimediaproduktion I wird hier der Umgang mit fortgeschrittener Programmiersoftware wie Macromedia Flash etc. vermittelt. Dabei werden die curricularen Ziele und Themen der Veranstaltung jeweils an die aktuelle Softwareentwicklung angepasst. Hierbei sollen vor allem aktuelle Tendenzen der Website-Gestaltung und der Gestaltung netzbasierter Medienangebote analysiert und wenigstens in Grundzügen praktisch vermittelt werden. Die Vermittlung des Gegenstands der Veranstaltung soll dabei in einen realitätsnahen Planungs- und Produktionsprozess eingebettet sein, bei dem von ‚Kundengesprächen‘, über die Terminierung von Produktionsabläufen und die Präsentationen von Arbeitsergebnissen reale Arbeitsverhältnisse und -prozesse mit den Studierenden möglichst konkret simuliert werden sollen.</p>
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> <i>B.A. Medienwissenschaft</i>
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> --
8	<b>Prüfungsformen:</b> Arbeitsproben
9	<b>Status:</b> Pflichtmodul <b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> 3 KP werden für die regelmäßige Teilnahme und eine Arbeitsprobe vergeben.
10	<b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Die Arbeitsproben werden nicht benotet und gehen nicht in die Gesamtnote ein.
11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> jährlich
12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> N.N.
13	<b>Sonstige Informationen:</b> --

<b>MP3: Produktgestaltung</b>					
<b>Kennnummer:</b> B.A. MW-MP-3.1 B.A. MW-MP-3.2 B.A. MW-MP-3.3 B.A. MW-MP-3.4 B.A. MW-MP-3.5 B.A. MW-MP-3.6 B.A. MW-MP-3.7 B.A. MW-MP-3.8 B.A. MW-MP-3.9 B.A. MW-MP-3.10 B.A. MW-MP-3.11		<b>Workload:</b> 4 x 60 h  (240 h gesamt)	<b>Kreditpunkte:</b> 4 x 2 KP  (8 KP gesamt)	<b>Studiensemester:</b> 3. bis 4. Semester	<b>Dauer:</b> 2 Semester
1	<b>Medienpraxis (MP)</b> 3.1 (BS D 2) Gestaltung und Entwicklung von Printprodukten 3.2 (BS D 2) Gestaltung und Entwicklung von Audioprodukten 3.3 (BS D 2) Gestaltung und Entwicklung von Film- und Fernsehprodukten 3.4 (BS D 2) Gestaltung und Entwicklung von Multimediaprodukten 3.5 (BS A 4.2) Rhetorik 3.6 (BS A 4.3) Texte sprechen 3.7 (BS A 3.2) Kreatives Schreiben 3.8 (BS A 7) Darstellendes Spiel 3.9 (BS D 2) Mediaplanung 3.10 (BS A 6.2/3) Werbung und Public Relations 3.11 (BS D 2) Organisatorische Techniken der Medienproduktion (4 Modulelemente sind zu wählen)	<b>Kontaktzeit:</b>  4 x 22,5 h (2 SWS)  (90 h und 8 SWS gesamt)	<b>Selbststudium:</b>  4 x 37,5 h  (150 h gesamt)	<b>Kreditpunkte:</b>  4 x 2 KP	
2	<b>Lehrformen:</b> Übungen				
3	<b>Gruppengröße:</b> 15				
4	<p><b>Qualifikationsziele:</b> Die Studierenden sollen lernen, in Gruppen zielorientiert und kollektiv Medienprodukte herzustellen. Sie sollen in der Lage sein, ästhetische und produktionstechnische Probleme kritisch zu diskutieren, Kritik produktiv zu verarbeiten und kreative Prozesse in Teams zu steuern und zu organisieren.</p> <p>Darüber hinaus geht es um den Erwerb von medienpraktischen Qualifikationen in zentralen Medienbereichen. Die Studierenden sollen erste Praxiserfahrungen unter definierten Rahmenbedingungen sammeln. Sie sollen ferner die in Modul MP 2 erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten vertiefen und zugleich dieses Wissen in praktischen Anwendungen zielgerichtet erproben.</p> <p>Die Fähigkeit, medienspezifische soziale Produktionsbedingungen einschätzen zu können und auf dieser Grundlage eine angemessene Planungskompetenz zu entwickeln, ist ebenso ein Qualifikationsziel des Moduls.</p>				
5	<p><b>Inhalte der Modulelemente:</b></p> <p><i>MP 3.1 Gestaltung und Entwicklung von Printprodukten:</i> Gegenstand dieses Modulelements sind die unterschiedlichen Formen der Gestaltung und Entwicklung von Printprodukten. In diesem Zusammenhang werden den Studierenden grundlegende Kenntnisse im Bereich der Druck- und Vervielfältigungstechniken vermittelt und deren Auswirkungen auf die Formen des Layouts von Printprodukten dargestellt. Dabei sollen die Studierenden in die entsprechenden Gestaltungstechniken eingeführt werden. Darüber hinaus sind journalistische Darstellungsformen und Formate Gegenstand des Modulelements. Die erworbenen Kenntnisse sollen von den Studierenden in eigenen Gestaltungslösungen (Text oder Layout) umgesetzt werden.</p> <p><i>MP 3.2 Gestaltung und Entwicklung von Audioprodukten:</i> Gegenstand dieses Modulelements sind die unterschiedlichen Audio-Formate und ihre Stilformen. Es dient zugleich der Vertiefung der in MP 2 erworbenen technischen und theoretischen Grundlagen der Audio-Produktion. Der Hauptfokus richtet sich auf die Gestaltung und Entwicklung von fiktionalen und non-fiktionalen Audio-Beiträgen für unterschiedliche Rundfunkformate.</p>				

*MP 3.3 Gestaltung und Entwicklung von Film- und Fernsehprodukten:* Gegenstand dieses Modulelements sind unterschiedliche Formate und Stilformen im Bereich der Video-Produktion. In diesem Zusammenhang soll das in Modul MP 2 erworbene Grundwissen über die Produktion von Film- und Fernsehprodukten anhand einer konkreten Thematik oder Aufgabenstellung vertieft werden. Den Studierenden sollen komplexere Darstellungsformen sowohl in bildästhetischer als auch in dramaturgischer Hinsicht vermittelt und diese Kenntnisse sollen dann in einer eigenständigen Produktion umgesetzt werden.

*MP 3.4 Gestaltung und Entwicklung von Multimediateprodukten:* Gegenstand dieses Modulelements ist die Planung und Erstellung von kleinen Multimedia-Angeboten in Kleingruppen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sollen dabei Multimedia-Angebote für begrenzte Aufgabenstellungen, bestimmte Zielgruppen oder bestimmte Themen entwerfen und realisieren. Die Themen- und Aufgabenstellungen sollen dabei Problemstellungen der Medienpraxis vergleichbar sein. Zugleich sollen sowohl Gestaltungsfragen wie Aspekte der Usability im Kontext der Planung und Herstellung von Online-Angeboten thematisiert werden.

*MP 3.5 Rhetorik:* Gegenstand dieses Modulelements sind die Grundlagen der Rhetorik und Stilistik (einschließlich praktischer Übungen in diesem Bereich) als Basis vertiefter Textkompetenz. Die Studierenden sollen anhand eines breiten Spektrums von Beispielen unterschiedlicher Textsorten fundierte Kenntnisse im Bereich der literarischen Rhetorik und Stilistik und auf dieser Basis die Fähigkeit zu einer kritischen und vergleichenden Analyse literarischer und nichtliterarischer Texte sowie zur effektiven und kreativen Textproduktion (mündlich und schriftlich) erwerben. Zu dem Modulelement gehören praktische Übungen in mündlicher und schriftlicher Textproduktion, durch die die Studierenden mit der Praxis freier Rede vertraut gemacht werden sollen, in denen sie lernen sollen, eigene Vorträge zu planen und zu halten sowie Diskussionen zu moderieren, und in denen sie sich in der Produktion informativer und persuasiver schriftlicher Texte üben sollen. Sie sollen auch lernen, die eigenen Produktionen kritisch zu reflektieren.

*MP 3.6 Texte sprechen:* Gegenstand dieses Modulelements sind die Grundlagen des Sprechens (Atemtechnik, Stimmbildung, Artikulation) und die Orthophonie der deutschen Hochsprache („Bühnensprache“). Die theoretische Einführung in den Gegenstand wird durch Phonations-, Artikulations- und Rezitationsübungen ergänzt. Die Studierenden sollen die Fähigkeit erwerben, mühelos auch über einen längeren Zeitraum hinweg und in größeren Räumen vor großem Publikum und ohne Mikrofon zu sprechen; sie sollen zugleich lernen, Texte unterschiedlicher Gattungen und Textsorten (Lyrik, dramatische Texte, Erzähltexte, Wissenschaftsprosa, Reden, Nachrichtentexte etc.) in adäquater Weise und unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Vortragssituationen sprachlich zu realisieren.

*MP 3.7 Kreatives Schreiben:* Gegenstand dieses Modulelements sind die Techniken effektiver und kreativer Textproduktion im mündlichen und schriftlichen Bereich. Die Studierenden sollen durch praktische Übungen die Techniken effektiver und kreativer Textproduktion erlernen und üben. Sie sollen dabei – einzeln oder in einem Team gemeinsam mit anderen Studierenden – insbesondere die Fähigkeit erwerben, Konzepte für die Produktion literarischer und nicht-literarischer Texte unterschiedlicher Gattungen und Textsorten (einschließlich Medientexten unterschiedlicher Art), eventuell auch intermedialer und plurimedialer Medienprodukte, sprachlich und medial zu realisieren. Dazu sollen auch gezielt Formen der Projektarbeit eingesetzt werden. Erarbeitet werden können z.B. erzählende Texte, Dramen, Hörspiele, Drehbücher, Reportagen und Features.

*MP 3.8 Darstellendes Spiel:* Gegenstand dieses Modulelements sind die Grundlagen der Theaterarbeit. Die Studierenden sollen im Rahmen von Theaterprojekten unterschiedlicher Art mit unterschiedlichen Aspekten der Theaterarbeit vertraut gemacht werden – von der Dramaturgie einschließlich der Auswahl und Bearbeitung von Stücken über die Erarbeitung einer Inszenierung bis zur Organisation der Aufführungen einschließlich der Einwerbung von Sponsorengeldern und der PR-Arbeit. Sie können dabei theaterpraktische Erfahrungen in allen Funktionen erwerben – als Darsteller, als Bühnenbildner, Bühnentechniker oder Beleuchter, als Kostümbildner, als Bühnenmusiker, als Regieassistent (eventuell auch als Regisseur) und Produktionsdramaturg sowie im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit.

*MP 3.9 Mediaplanung:* Gegenstand dieses Modulelements ist der Einsatz von Werbung in unterschiedlichen Medien. Neben der Analyse der verschiedenen Werbeformen stehen hier insbesondere die Spezifizierung von Zielgruppen und Mediennutzung, Überlegungen zum Media-Mix und die Konzipierung von Mediaplänen im Vordergrund. Insofern geht es in diesem Modulelement vor allem um die planerischen Aspekte von Werbung, wie die Media-, Konzeptions- und Etatplanung, in denen betriebswirtschaftliche und kreative Entscheidungen zusammenlaufen. Deren Interdependenzen sollen diskutiert werden. Darüber hinaus werden auch die planerischen Konsequenzen neuer Werbeformen diskutiert. Zugleich sollen die

	<p>Studierenden einen Einblick in die entsprechenden Berufsfelder erhalten.</p> <p><i>MP 3.10 Werbung und Public Relations:</i> Gegenstand dieses Modulelements ist die Vermittlung von Grundwissen über unterschiedliche PR- und Werbeformen. Dabei stehen Fragen der Gestaltung und Konzipierung von PR und Werbung in unterschiedlichen Medien und für differente Zielgruppen im Vordergrund. Zudem werden den Studierenden die Zusammenhänge zwischen Agenturen und anderen Dienstleistern wie etwa Druckereien, Designern/Grafikern, Textern sowie deren jeweilige Arbeitsgebiete praxisnah erläutert. Im Bereich der Public Relations werden den Studierenden zudem wichtige Arbeitsbereiche der Corporate Communication, wie Business-to-business Kommunikation, Medienarbeit, Public Affairs, Research/Evaluation, dem Consulting-Bereich nahe gebracht. Bei der Vermittlung geht es vor allem um die konzeptionellen Aspekte von Werbung und PR. Zugleich werden neue Werbeformen und neue Entwicklungen der PR analysiert. Darüber hinaus soll die Abgrenzung von Werbung und PR thematisiert werden. Die vermittelte theoretische und analytische Kompetenz soll von den Studierenden in der Planung und Entwicklung einer PR- oder Werbekampagne praktisch umgesetzt werden.</p> <p><i>MP 3.11 Organisatorische Techniken der Medienproduktion:</i> Gegenstand dieses Modulelements sind Fragen der Produktionsplanung und Herstellung komplexer Medienprodukte. Die Studierenden sollen anhand konkreter Beispiele wie etwa TV- und Filmproduktionen oder aber der Produktion von multimedialen Medienangeboten in die Herstellungsprozesse und deren organisatorische und planerische Erfordernisse eingeführt werden. Dabei werden exemplarisch die verschiedenen Aspekte der Produktionsplanung wie die Bedarfsplanung und die Erstellung von Produktions- und Finanzierungsplänen vermittelt. Zudem werden den Studierenden Faktoren erläutert, die in Produktionsplanungen zu berücksichtigen sind. Die Studierenden sollen entsprechende Planungen auf der Basis konkreter Aufgabenstellungen entwerfen.</p>
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> <i>B.A. Medienwissenschaft</i>
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Erfolgreiche Teilnahme an mindestens 2 Modulelementen des Praxismoduls MP 2.
8	<b>Prüfungsformen:</b> Arbeitsproben
9	<b>Status:</b> Pflichtmodul <b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> 2 KP werden für die regelmäßige Teilnahme und eine Arbeitsprobe vergeben.
10	<b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Die Arbeitsproben werden nicht benotet und gehen nicht in die Gesamtnote ein.
11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> jährlich
12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> N.N.
13	<b>Sonstige Informationen:--</b>

<b>MP4: Projekt</b>				
<b>Kennnummer:</b> B.A. MW-MP-4.1 B.A. MW-MP-4.2 B.A. MW-MP-4.3 B.A. MW-MP-4.4	<b>Workload:</b> 390 h	<b>Kreditpunkte:</b> 13 KP	<b>Studiensemester:</b> 5. u. 6. Semester	<b>Dauer:</b> 2 Semester
1	<b>Medienpraxis (MP)</b> 4.1 (BS D 2) Medienprojekt im Bereich der Printproduktion 4.2 (BS D 2) Medienprojekt im Bereich der Radioproduktion 4.3 (BS D 2) Medienprojekt im Bereich der Fernsehproduktion 4.4 (BS D 2) Medienprojekt im Bereich der Entwicklung von Online-Angeboten (1 Modulelement ist zu wählen)	<b>Kontaktzeit:</b>  112,5 h (10 SWS)	<b>Selbststudium:</b>  277,5 h	<b>Kreditpunkte:</b>  13 KP
2	<b>Lehrformen:</b> Projekt			
3	<b>Gruppengröße:</b> 15			
4	<b>Qualifikationsziele:</b> Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, eine teamorientierte Medienproduktion selbständig und zielorientiert zu planen, durchzuführen und zu vertreten. Die Studierenden sollen selbstorganisiert lernen, Arbeitsprozesse angemessen zu strukturieren und innerhalb eines definierten Zeitraums ein Medienprodukt zu konzipieren und herzustellen. Zugleich sollen die Studierenden in der Lage sein, das Ergebnis ihrer Arbeit angemessen zu präsentieren und Produktionsentscheidungen zu verdeutlichen und zu begründen. Dem Erwerb kommunikativer und sozialer sowie planerischer und organisatorischer Kompetenzen kommt dabei eine zentrale Bedeutung zu. Zugleich sollen die Studierenden lernen, ihre im Team erarbeiteten Konzeptionen und Produktionen vor dem Hintergrund der Standards der Medienwirtschaft einzuschätzen und wirkungsvoll nach Außen zu vertreten.			
5	<b>Inhalte der Modulelemente:</b> <i>MP 4.1 Medienprojekt im Bereich der Printproduktion:</i> Gegenstand des Projekts ist die Konzeption von neuen Printprodukten oder -formaten insbesondere im Bereich der Publizistik. Die Studierenden sollen im Team konkrete Aufgabenstellungen aus der Praxis bewältigen und Konzepte für eine Problemlösung entwickeln. Die konkreten Themen richten sich nach aktuellen Problemstellungen in der Branche und werden in Zusammenarbeit mit und unter Anleitung von Vertretern der Medienpraxis durchgeführt. Die Präsentation und Diskussion der Arbeitsergebnisse erfolgt vor den Medienvertretern. <i>MP 4.2 Medienprojekt im Bereich der Radioproduktion:</i> Gegenstand dieses Projekts ist die Konzeption von Audioformaten und zielgruppenorientierten Programmformen in unterschiedlichen medialen Kontexten von Rundfunkformen bis hin zu Audio-Angeboten im Internet. Die Studierenden sollen im Team konkrete Aufgabenstellungen aus der Praxis bewältigen und Konzepte für eine Problemlösung entwickeln. Die konkreten Themen richten sich nach aktuellen Problemstellungen im Rundfunkbereich und werden in Zusammenarbeit mit und unter Anleitung von Vertretern der Medienpraxis durchgeführt. Die Präsentation und Diskussion der Arbeitsergebnisse erfolgt vor den Medienvertretern. <i>MP 4.3 Medienprojekt im Bereich der Fernsehproduktion:</i> Gegenstand dieses Projekts ist die Konzeption von Fernsehformaten und zielgruppenorientierten Programmangeboten im Fernsehbereich. Das Hauptgewicht liegt dabei auf der Konzeption und der Programmentwicklung, die konkrete Umsetzung hat demgegenüber eher demonstrativen Charakter. Die Studierenden sollen im Team konkrete Aufgabenstellungen aus der Praxis bewältigen und Konzepte für eine Problemlösung entwickeln. Die konkreten Themen richten sich nach aktuellen Problemstellungen im Bereich der Programmformen des Fernsehens und werden in Zusammenarbeit mit und unter Anleitung von Vertretern der Medienpraxis durchgeführt. Die Präsentation und Diskussion der Arbeitsergebnisse erfolgt vor den Medienvertretern. <i>MP 4.4 Medienprojekt im Bereich der Entwicklung von Online-Angeboten:</i> Gegenstand dieses Projekts ist die Konzeption von Online-Angeboten. Dabei können Frage- und Aufgabenstellungen aus unterschiedlichen thematischen Bereichen und für verschiedene Zielgruppen zum Gegenstand des Projekts gemacht werden. Hierzu zählen auch Aspekte und Fragen der intermedialen Medienintegration im Onlinebereich, die sich etwa im Zusammenhang der Online-Angebote von Verlagen und Rundfunkanbietern stellen. Das Hauptgewicht liegt			

	dabei auf der Konzeption und der Entwicklung, die konkrete Umsetzung und Implementation hat demgegenüber eher demonstrativen Charakter. Die Studierenden sollen im Team konkrete Aufgabenstellungen aus der Praxis bewältigen und Konzepte für eine Problemlösung entwickeln. Die konkreten Themen richten sich nach aktuellen Problemstellungen im Online-Bereich und werden in Zusammenarbeit mit und unter Anleitung von Vertretern der Medienpraxis durchgeführt. Die Präsentation und Diskussion der Arbeitsergebnisse erfolgt vor den Medienvertretern.
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> <i>B.A. Medienwissenschaft</i>
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> Erfolgreiche Teilnahme an allen 4 Modulelementen des Praxismoduls MP 3.
8	<b>Prüfungsformen:</b> Projektbericht
9	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> 13 KP: regelmäßige Teilnahme an der Projektarbeit und Projektbericht
10	<b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Für die Bildung der Note der Berufsorientierten Studien werden die Module MP 1 und MP 4 berücksichtigt. Die Note für die Berufsorientierten Studien wird durch das arithmetische Mittel der gemäß der Zahl der vergebenen Kreditpunkte gewichteten Modulnoten gebildet. Die Note geht in die Gesamtnote mit 15% ein.
11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> jährlich
12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> Leschke, Lehrbeauftragte bzw. Honorarprofessoren
13	<b>Sonstige Informationen:</b> --

<b>MP5: Praktikum</b>					
<b>Kennnummer:</b> B.A. MW-MP-5		<b>Workload:</b> 360 h	<b>Kreditpunkte:</b> 12 KP	<b>Studiensemester:</b> zwischen dem 4. und 5. Semester	<b>Dauer:</b> 4 Wochen
1	<b>Medienpraxis (MP)</b> 5 (BS E 3) Praktikum in der Medienproduktion	<b>Kontaktzeit:</b> 0,5 h	<b>Selbststudium:</b> ---	<b>Kreditpunkte:</b> 12 KP	
2	<b>Lehrformen:</b> Praktikumsgespräch				
3	<b>Gruppengröße:</b> 1				
4	<p><b>Qualifikationsziele:</b> Die Studierenden sollen die erworbenen medienwissenschaftlicher Methoden und Kenntnisse in der Medienpraxis anwenden lernen. Sie sollen dabei lernen, die medienwissenschaftlichen Analysen und die medienpraktischen Erfordernisse angemessen und produktiv miteinander zu verbinden. Zugleich sollen sie ihre kommunikativen Kompetenzen erhöhen und Einblicke in Produktionsabläufe und die personelle Organisation von Herstellungsprozessen in der Medienwirtschaft gewinnen. Zugleich sollen die Studierenden lernen, ihre Konzeptionen unter realen Bedingungen zu verwirklichen und in Konflikten angemessen zu agieren.</p>				
5	<p><b>Inhalt des Moduls:</b> Das Praktikum hat in erster Linie die Anwendung der im Studium erworbenen Fähigkeiten und Kenntnisse zum Ziel. Daher haben die Branche bzw. das Aufgabenfeld des Praktikumsgebers (Unternehmen, Agenturen, nicht-staatliche Organisationen, Verwaltungen) sowie der Tätigkeitsbereich während des Praktikums einen möglichst direkten Bezug zu zentralen Themen und Fragestellungen des Studiums aufzuweisen. Insbesondere kommen konzeptionelle, planerische und strategische Arbeitsgebiete in Frage. Darüber hinaus soll das Praktikum den Studierenden Gelegenheit geben, einerseits das theoretische Wissen einer Relevanz- und Funktionalitätsprüfung im Arbeitsalltag zu unterziehen, andererseits aber auch Impulse für eine weitergehende universitäre Auseinandersetzung mit offenen Fragen der Betriebspraxis aufzunehmen. Die Qualifikationsziele werden im Rahmen eines Auswertungsgesprächs überprüft.</p>				
6	<b>Verwendbarkeit des Moduls:</b> --				
7	<b>Teilnahmevoraussetzungen:</b> --				
8	<b>Prüfungsformen:</b> Praktikumsbericht und Auswertungsgespräch				
9	<p><b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> Praktikumsnachweis + Praktikumsbericht + Auswertungsgespräch (ca. 30 Min)</p>				
10	<b>Stellenwert der Note in der Endnote:</b> Das Praktikumsmodul wird nicht benotet. Es ist mit Vergabe der Kreditpunkte bestanden.				
11	<b>Häufigkeit des Angebots:</b> jährlich				
12	<b>Modulbeauftragter und hauptamtlich Lehrende:</b> Vorsitzende/r des Praktikumsausschusses Medienwissenschaft				
13	<b>Sonstige Informationen:</b>				