

Modulhandbuch

Dualer Bachelor-Studiengang
Medien, IT & Management

Inhalt

Zusammenspiel der einzelnen Module

Auswahl und Abhängigkeit der Module	4
Module mit grundlegendem und einführendem Charakter	5
Logische Gruppierung von Modulen	6
Exemplarische Beziehungen	7

Soziale und datenschutzrelevante IT-Herausforderungen

Datenschutzrelevante Herausforderungen	8
Soziale Herausforderungen	8

Semester 1

Grundlagen Medieninformatik	10
Grundlagen Wirtschaftsinformatik	12
Grundlagen Medienmanagement	14
Statistik	16
Methodik, Systematik & Präsentation	18

Semester 2

Mediengestaltung I (Typographie & Print)	20
Softwareentwicklung I (Frontend)	22
Projektmanagement	24
Englisch	26
Journalismus & Storytelling	28

Semester 3

Mediengestaltung II (Bild, Licht, Ton)	30
Softwareentwicklung II (Backend)	32
Rechnungswesen I (Buchführung, Kostenrechnung)	34
Business Process Management (English)	36
Statistisches Marktforschungsprojekt	38

Semester 4

Mediensysteme I (Medienproduktion)	40
Datenbanken	42
Rechnungswesen II (Investition & Finanzierung, Jahresabschluss)	44
Medien- & IT-Recht	46
Multimediaprojekt	48

Semester 5

Mediensysteme II (Content Management Systeme)	50
Data Analytics & Analytische Informationssysteme	52
Marketing	54
E-Business	56
Praxismodul	58

Semester 6

Personalmanagement & Organisation	60
Digitale Kommunikation	62
Videojournalismus (Option)	64
Medienkonzeption (Option)	66
Erweiterte und Virtuelle Realität - neue Möglichkeiten in der Kundenkommunikation (Option)	67
SAP TERP 10 (Option)	69
Internet Enterprise Application Technologies (Option)	71
Innovative Geschäftsmodelle und Technologien in digitalen Medien (Option)	73
IT Produktmanagement (Option)	75

Semester 7

Human Computer Interaction	77
IT Sicherheit	79
Unternehmensführung (inkl. Business Planning)	81
Bachelorarbeit	83

STUDIENSTRUKTUR: MEDIEN, IT & MANAGEMENT dual B.Sc.

	MEDIEN	IT	MANAGEMENT		
SEMESTER 7 25ECTS/10SWS	Human Computer Interaction 5 ECTS/3 SWS	IT Sicherheit 5 ECTS/2 SWS	Unternehmensführung (inkl. Business Planning) 5 ECTS/3 SWS	Bachelorarbeit 10 ECTS/2 SWS	
SEMESTER 6 27ECTS/15SWS	Option I 5 ECTS/4 SWS	Option II 5 ECTS/4 SWS	Personalmanagement & Organisation 5 ECTS/3 SWS	Digitale Kommunikation 5 ECTS/3 SWS	Praxismodul 2x7 ECTS/2x1 SWS
SEMESTER 5 27ECTS/15SWS	Mediensysteme II (Content Management Systeme) 5 ECTS/3 SWS	Data Analytics & Analytische Informationssysteme 5 ECTS/4 SWS	Marketing (English) 5 ECTS/3 SWS	E-Business 5 ECTS/4 SWS	
SEMESTER 4 26ECTS/16SWS	Mediensysteme I (Medienproduktion) 5 ECTS/3 SWS	Datenbanken 5 ECTS/4 SWS	Rechnungswesen II (Investition & Finanzierung, Jahresabschluss) 5 ECTS/3 SWS	Medien- & IT-Recht 5 ECTS/4 SWS	Multimedienprojekt 6 ECTS/2 SWS
SEMESTER 3 25ECTS/16SWS	Mediengestaltung II (Bild, Licht, Ton) 5 ECTS/2 SWS	Softwareentwicklung II (Backend) 5 ECTS/4 SWS	Rechnungswesen I (Buchführung, Kostenrechnung) 5 ECTS/4 SWS	Business Process Management (English) 5 ECTS/4 SWS	Statistisches Marktforschungsprojekt 5 ECTS/2 SWS
SEMESTER 2 25ECTS/15SWS	Mediengestaltung I (Typographie & Print) 5 ECTS/2 SWS	Softwareentwicklung I (Frontend) 5 ECTS/4 SWS	Projektmanagement 5 ECTS/2 SWS	English 5 ECTS/4 SWS	Journalismus & Storytelling 5 ECTS/3 SWS
SEMESTER 1 25ECTS/16SWS	Grundlagen Medieninformatik 5 ECTS/3 SWS	Grundlagen Wirtschaftsinformatik 5 ECTS/3 SWS	Grundlagen Medienmanagement 5 ECTS/3 SWS	Statistik 5 ECTS/4 SWS	Methodik, Systematik & Präsentation 5 ECTS/3 SWS
TOTAL 180ECTS/103SWS				QUERSCHNITTS- & SCHNITTSTELLENFÄCHER	PROJEKTE & VERTIEFUNGEN

Zusammenspiel der einzelnen Module

Auswahl und Abhängigkeit der Module

Heutzutage spielen Medien und Informationstechnologien in fast jedem Unternehmen eine bedeutende Rolle. Dort werden einerseits Medien produziert, weil Websites und Social Media-Pages angeboten werden. Jedes Unternehmen verwendet andererseits Informationstechnologie, da beispielsweise Internetdienste genutzt, Standardsoftware eingesetzt und Online-Shops betrieben werden. Genau diese Aspekte und deren Schnittmengen kombiniert der Studiengang „Medien, IT & Management“. Betriebswirte entwickeln Strategien und Vermarktungskonzepte für mediale Produkte (logische Sicht), Mediengestalter entwerfen die Benutzeroberfläche und die Informationsarchitektur (externe Sicht), Anwendungsentwickler programmieren die zugehörigen Software-Anwendungen, Systemintegratoren administrieren Hard- und Software (interne Sicht). Abbildung 2.1-1 visualisiert die Schnittmengen zwischen diesen Sichten. Diese „institutionellen Schnittstellen zwischen Wissenschaftsdisziplinen“, aber auch Schnittstellen zwischen Anbieter und Mediennutzer oder zwischen Mensch und Maschine in Form von User Interfaces spielen eine zunehmende Rolle in der Medienwirtschaft.

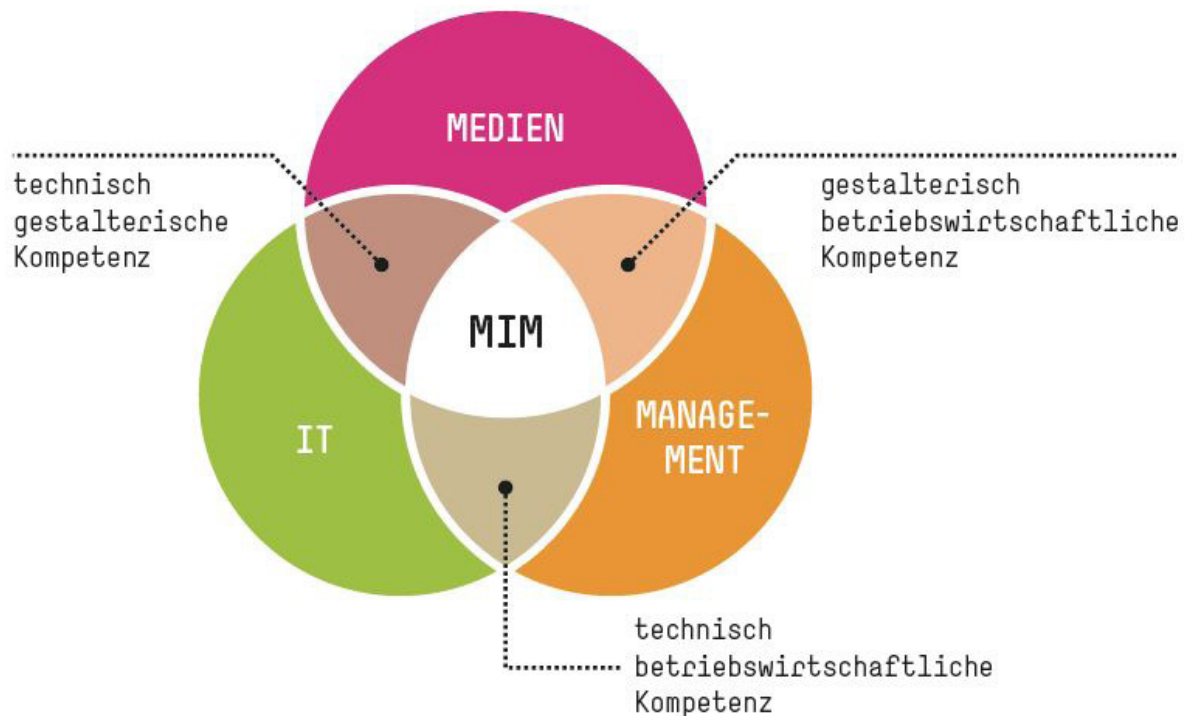


Abbildung 1 Kompetenzfelder und deren Schnittmengen

Die Auswahl der Module des Studiengangs Medien, IT & Management dual soll in ihrer Gesamtheit die Studierenden auf eine Tätigkeit im Berufsfeld der Medien, der IT oder des Managements vorbereiten. Gleichzeitig fördert die zusätzliche Vermittlung weiterführender, wissenschaftlicher Kenntnisse die Entwicklung von Transferkompetenzen.

Die einzelnen Module sind aufeinander abgestimmt. Die Zusammenstellung und die Reihenfolge der Module wurde so gewählt, dass die Module sich sinnvoll ergänzen und inhaltlich aufeinander aufbauen, ohne dabei zwingende Abhängigkeiten zu besitzen.

Die Unternehmen der Digitalwirtschaft haben klare Anforderungen an potentielle Mitarbeiter. Weder reine Spezialisten noch ausgeprägte Generalisten können die Herausforderungen digitaler Medien alleine lösen. Stattdessen ist die sinnvolle Verknüpfung von Spezialistenwissen und Überblicks Know-how erforderlich. Dies lässt sich anhand eines T-Profiles veran-

schaulichen, in dem ein solides Querschnittswissen gleich in mehreren Disziplinen (Medienmanagement, Mediengestaltung, Medieninformatik u.a.) mit sehr fundiertem Tiefenwissen in einer dieser Fachdomänen verknüpft wird.

Die folgende Abbildung verdeutlicht das T-Profil des Studiengangs. Die Studierenden erhalten Grundlagenwissen in allen drei Kompetenzfeldern Mediengestaltung, IT und BWL. In der jeweiligen Domäne des Ausbildungsberufes eines konkreten Studierenden wird dieses Querschnittswissen vertieft. Hierzu dienen Optionsfächer aus allen drei genannten Disziplinen, spezifische Projektarbeiten (auch in Kooperation mit den Unternehmen) und natürlich auch die abschließende Bachelor-Arbeit.

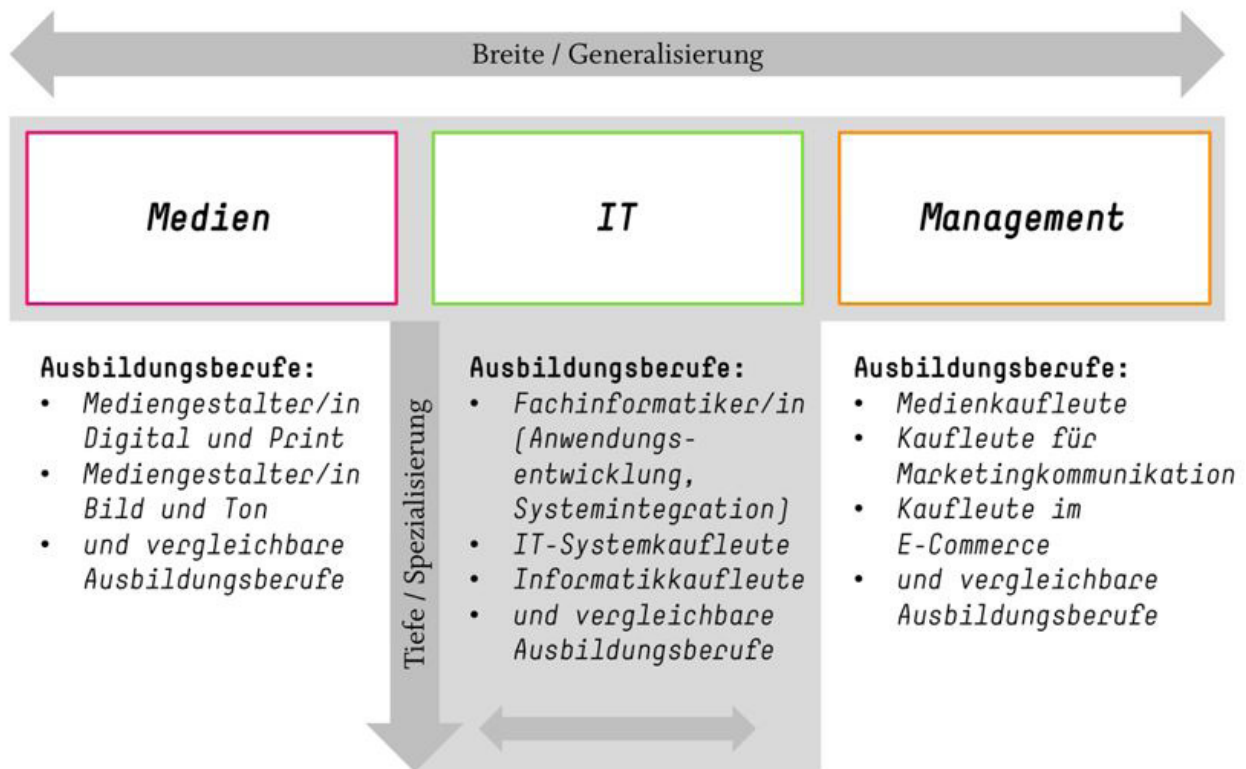


Abbildung 2 T-Profil des Studiengangs BSc MIM

Die Modulstruktur ist aufbauend auf diesem T-Profil in fünf Säulen differenziert. Die drei ersten Säulen stehen jeweils für ein Kompetenzfeld (Mediengestaltung, IT, Management). Die vierte Säule repräsentiert Querschnitts- und Schnittstellenfächer. Die fünfte Säule symbolisiert Projekt- und Vertiefungsfächer (vgl. Studienstruktur S. 3).

Module mit grundlegendem und einführungendem Charakter

Einige grundlegende Module haben einen übergreifenden Charakter und schaffen die Basis für die wissenschaftliche Beschäftigung des Studierenden mit weiterführenden Themen. Hierzu gehören die Module „Methodik, Systematik & Präsentation“, „Journalismus & Storytelling“, „Statistik“ sowie „Englisch“ und „Projekt-Management“.

Darüber hinaus finden sich im ersten Semester mit „Grundlagen Medieninformatik“, „Grundlagen Wirtschaftsinformatik“ und „Grundlagen Medienmanagement“ auch einführungende Module, die gezielt in die drei Kompetenzfelder einführen.

Logische Gruppierung von Modulen

Spezifische Inhalte des Studiengangs werden in zusammenhängenden Modulen vermittelt. Dies betrifft die Fächer Softwareentwicklung, Mediengestaltung, Mediensysteme und Rechnungswesen, die jeweils aus zwei Modulen bestehen.

- Softwareentwicklung I (Frontend) und Softwareentwicklung II (Backend)
Die Module „Softwareentwicklung I (Frontend)“ und „Softwareentwicklung II (Backend)“ führen die Studierenden in aufbauender Folge von den Anfängen der Programmierung bis hin zu den Herausforderungen bei der Erstellung großer Softwaresysteme im Team.
- Mediengestaltung I (Typographie & Print) und Mediengestaltung II (Bild, Licht, Ton)
Die klassische Mediengestaltung wird in zwei Veranstaltungen thematisiert: „Typographie und Print“ sowie „Bild, Licht, Ton“. Damit werden auch die Kompetenzen der zentralen gestalterischen Ausbildungsberufe ausgebaut.
- Mediensysteme I (Medienproduktion) und Mediensysteme II (Content Management Systeme)
Die Vorlesungen zu Mediensystemen bauen auf den Vorlesungen der Mediengestaltung auf. Hier werden in Medienproduktion und Content Management Systeme Themen wie z.B. interaktives Storytelling mit audiovisuellen Inhalten und die Konzeption und die Umsetzung von Online- und Social Media-Auftritten anhand praktischer Beispiele und Projekte vertieft.
- Rechnungswesen I (Buchführung, Kostenrechnung) und Rechnungswesen II (Investition & Finanzierung, Jahresabschluss)
In Semester 3 und 4 werden aufeinander aufbauend die relevanten Kenntnisse des Rechnungswesens (Buchführung, Kostenrechnung sowie Jahresabschluss, Investition und Finanzierung) vermittelt.

Exemplarische Beziehungen

In Abbildung 3 sind exemplarische Beziehungen zwischen ausgesuchten Modulen angegeben. Dabei geben die Bemerkungen in den Zellen jeweils an, in welcher Beziehung das Modul der jeweiligen Zeile (Modulname in der Zeile, linke Seite) zu dem Modul in der jeweiligen Spalte steht (Modulname in der Spalte, jeweils oben).

	Multimedialprojekt	Business Process Management	Marketing	Data Analytics & Analytische Informationssysteme	Personalmanagement & Organisation	IT-Sicherheit	Digitale Kommunikation (inkl. SEO/SEA, Social, Semantic Web)
Mediengestaltung I und Mediengestaltung II	Grundlegende Fertigkeiten im Bereich Gestaltung zur Bewältigung des Multimedialprojektes		Anreicherung des Marketings durch gestalterische Elemente				
Statistik				Lehrt Daten für Entscheidungsfindung im Unternehmen und neue datengetriebene Geschäftsmodelle zu verstehen und einzusetzen.			Bildet die Grundlage von Algorithmen und KPIs zur Erfolgsmessung von Kommunikationsmaßnahmen und -kampagnen
Softwareentwicklung I und Softwareentwicklung 2	Grundlegende Fertigkeiten im Bereich Web-Programmierung zur Bewältigung des Multimedialprojektes	Umsetzung von Prozessmodellen in orchestrierte Workflows (Serviceorientierte Architekturen)					
Projektmanagement	Eigenständige Planung, Strukturierung und Umsetzung eines Projektes anhand eines praktischen Beispiels		Planung von Marketingprojekten und deren Aspekte		Grundlagen zum Verständnis von Hierarchien und Spannungen in Projektteams.		
Medien und IT-Recht					Rechtliche Grundlagen zum Verständnis von Herausforderungen bei der Personalführung.	Rechtliche Grundlagen zum Verständnis von Herausforderungen von Datenschutz und IT-Sicherheit in Unternehmen.	
Englisch		Grundlegende Fertigkeiten der englischen Sprache zur Anwendung im Modul	Grundlegende Fertigkeiten der englischen Sprache zur Anwendung im Modul				

Abbildung 3 Beziehungen ausgesuchter Module (Links) zu Modulen, die im weiteren Studienverlauf angeboten werden (Oben)

Soziale und datenschutzrelevante IT-Herausforderungen

Datenschutzrelevante Herausforderungen

Gerade im Umfeld der Informationstechnologien und dem damit oft einhergehenden Umgang mit sensiblen Daten sind die organisatorischen, technischen und gesellschaftlichen Herausforderungen des Datenschutzes von besonderer Relevanz.

Im Modulhandbuch wurden entsprechende Anpassungen in folgenden Modulen konkretisiert: Grundlagen Wirtschaftsinformatik, Datenbanken, Medien- und IT-Recht, E-Business sowie IT-Sicherheit.

Soziale Herausforderungen

Neben fachlichen Qualifikationen wird besonderes Augenmerk auf die Vermittlung von Schlüsselkompetenzen und Selbstmanagementqualitäten gelegt. Die Förderung von Schlüsselkompetenzen wird nicht allein in additiver Form gelehrt, d. h. in gesonderten Modulen (z.B. „Methodik, Systematik & Präsentation“), sondern ist in allen Modulen integrativer Bestandteil, wie z. B. Teamarbeit, Konflikt- und Entscheidungsfähigkeit bei der Gruppenbearbeitung von Case Studies. Die komprimierte Form der Vorlesungsveranstaltung fordert von den Studierenden ein hohes Maß an Selbstmanagement, das durch Selbststudium in Form von Übungen, Literaturbearbeitung und Case Studies motiviert wird.

Die Studierenden erwerben in vielen Modulen neben berufsfeldbezogenen und fachlichen Kompetenzen, auch solche im ethischen und sozialen Bereich. Abbildung 4 zeigt überblicksartig, wie in den Modulen des Studiengangs Wirtschaftsinformatik dual die sozialen Kompetenzen der Studierenden gestärkt werden.

	Selbstmanagement	Teamfähigkeit	Konfliktfähigkeit	Kritikfähigkeit	Entscheidungskompetenz	Präsentationsfähigkeiten	Rhetorische Fähigkeiten	Interkulturelle Kompetenzen	Anmerkung
Grundlagen Medieninformatik	✓	✓	✓	✓	✓				
Grundlagen Wirtschaftsinformatik	✓	✓	✓	✓	✓				
Grundlagen Medienmanagement	✓	✓	✓	✓	✓				
Statistik	✓	✓			✓				
Methodik Systematik & Präsentation (MSP)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Besondere Bedeutung der Kommunikation und der Aufbereitung von Informationen.
Mediengestaltung I	✓	✓		✓		✓			
Softwareentwicklung I	✓	✓			✓				
Projektmanagement	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
English	✓	✓				✓	✓		

	Selbstmanagement	Teamfähigkeit	Konfliktfähigkeit	Kritikfähigkeit	Entscheidungskompetenz	Präsentationsfähigkeiten	Rhetorische Fähigkeiten	Interkulturelle Kompetenzen	Anmerkung
Journalismus und Storytelling	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
Mediengestaltung II	✓	✓		✓		✓			
Softwareentwicklung II	✓	✓			✓				
Rechnungswesen I					✓				
Business Process Management		✓	✓	✓	✓	✓	✓		
Statistisches Markforschungsprojekt	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
Mediensysteme I		✓			✓				
Datenbanken		✓			✓				
Rechnungswesen II					✓				
Medien- und IT-Recht		✓			✓				
Multimediaprojekt	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Mediensysteme II		✓			✓				
Data Analytics u. Analyt. Informationssysteme		✓	✓	✓	✓	✓			
Marketing		✓			✓				
E-Business		✓	✓	✓	✓	✓			
Praxismodul	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Option I, II	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
Personalmanagement & Organisation	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Besondere Bedeutung durch das integrierte Change Management.
Digitale Kommunikation	✓			✓	✓				
IT-Sicherheit		✓	✓	✓	✓	✓			
Human Computer Interaction	✓	✓	✓	✓	✓				
Unternehmensführung	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Bachelor-Arbeit	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	

Abbildung 4 Die Berücksichtigung sozialer Aspekte und Kompetenzen in den Modulen des Studiengangs

Semester 1					
Grundlagen Medieninformatik					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	1. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Jens Reinhardt					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Grundlagen Medieninformatik	45 h	80 h	30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen die technischen und konzeptionellen Grundlagen moderner IT-Systeme und IT-Infrastrukturen, die bei der Nutzung von medienzentrierten Anwendungen von Relevanz sind. Die Studierenden haben ein Problembewusstsein für typische Herausforderungen entwickelt und können aktuelle Verfahren und Technologien zur Lösung benennen. Die Studierenden verstehen das Zusammenspiel von IT-technischen Basiskomponenten, Video- und Audio-Daten verarbeitender Hardware und der in verteilten Systemen zugrundeliegenden Infrastruktur. Die Bedeutung von verbreiteten softwaretechnischen Komponenten können sie einordnen. Die Studierenden kennen die IT-technischen Herausforderungen bei der Erfassung, Speicherung, Ver- und Bearbeitung von Bild-, Video- und Audiodaten und verstehen die eingesetzten Verfahren.</p> <p>Die begleitende Lösung von Übungen in Gruppen ermöglicht den Studierenden, ihre Fähigkeit zum Arbeiten in Teams auszubauen. Bei der Abstimmung von Lösungswegen lernen die Studierenden den konstruktiven Umgang mit Konflikten innerhalb von Teams. Die Vorstellung von Ergebnissen oder Zwischenständen der Arbeiten erlaubt den Studierenden praxisnah die Verbesserung ihrer Präsentationsfähigkeiten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Grundlagen von allgemeinen IT-Systemen (CPU, Memory etc.), Aufbau und Zusammenspiel. Gängige Hardware und verbreitete Softwareschnittstellen zur Darstellung von Videos und Bildern. Darunter beispielsweise auch Arten und Einsatzbereiche von GPUs, (3D-, HU-)Displays oder techniknahe Softwareschnittstellen wie DirectX, OpenGL.</p> <p>Insbesondere für die Übertragung von Video- und Audio-Daten (Streaming-Media, interaktive Web-Auftritte etc.) relevante, netzwerktechnische Grundlagen (Protokolle, Übertragungsraten etc.), Realisierungen und praxisorientierte Herausforderungen (Synchronisierung, QoS etc.).</p> <p>Praxisnahe theoretische und IT-technische Grundlagen der Speicherung und Verarbeitung von Bild- und Video-Daten. Darunter beispielsweise Eigenschaften wie Farbräume, Farbmodelle, Komprimierung, Dateiformate.</p> <p>Praxisorientierte theoretische und IT-technische Grundlagen der Bearbeitung/Manipulation von Bild- und Video-Daten. Darunter beispielsweise Tonwertkorrekturen, Filter, Masken. Praxisorientierte theoretische und IT-technische Grundlagen und Herausforderungen bei der Speicherung und Verarbeitung von Audiodaten.</p> <p>Aktuelle Standards, verbreitete Werkzeuge und APIs/Engines zum Umgang mit Bild und Videodaten, beispielsweise im Umfeld von Web-Lösungen, Gaming.</p>				

4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Übungsanteil etwa 25%.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>-</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>-</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Klausur (90 min), vorlesungsbegleitende Übungen müssen bestanden werden.</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Klausur</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Herold, Helmut; Lurz, Bruno; Wohlrab, Jürgen; Grundlagen der Informatik; München; Pearson Kurose, James F.; Ross, Keith W.; Computernetzwerke: Der Top-Down-Ansatz; München; Pearson Malaka, Rainer; Butz, Andreas; Hussmann, Heinrich; Medieninformatik: Eine Einführung; München; Pearson Nischwitz, Alfred; Fischer, Max; Haberäcker, Peter; Socher, Gudrun; Computergrafik und Bildverarbeitung: Band I: Computergrafik; Wiesbaden; Vieweg+Teubner</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Grundlagen Wirtschaftsinformatik					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	1. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Thomas Becker					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Grundlagen Wirtschaftsinformatik	45 h	80 h	30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Aufbauend auf den Grundlagen von Hardware und Software erhalten die Studierenden einen Überblick über Aufgaben, Vorgehensweisen und Methoden der Wirtschaftsinformatik. Sie kennen die Grundlagen von modernen Rechnernetzen und verstehen die Prinzipien von Datenmanagement und Datenbanksystemen. Mit Blick auf den parallel laufenden Kurs lernen sie die Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Wirtschafts- und Medieninformatik kennen.</p> <p>Das Konzept der integrierten betrieblichen Informationsverarbeitung und die Aufgaben betrieblicher Informationssysteme sind ihnen vertraut. Sie wissen um die Bedeutung von betrieblichen Geschäftsprozessen und kennen deren Modellierung. Sie kennen wichtige betriebliche Anwendungssysteme und deren Integrationsbedarf. Sie erlangen Kenntnisse in wichtigen IT Technologien und deren Einsatz in Unternehmen. Sie können Nutzungsmöglichkeiten von IT in Unternehmen und die Bedeutung des Informationsmanagements für Unternehmen einschätzen. Sie sind sich der Anforderungen des Datenschutzes und der IT-Sicherheit bewusst.</p> <p>In Übungen lernen die Studierenden betriebliche Informationssysteme kennen (z.B. SAP ERP). Begleitende Gruppenarbeiten ermöglichen den Studierenden, ihre Fähigkeit zum Arbeiten in Teams und ihre Präsentationsfähigkeiten auszubauen. Die Projektarbeiten werden mittels E-Learning-Systemen, Video Tutorials, Podcasts o.ä. umgesetzt.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Aufgaben, Vorgehensweisen und Methoden der Wirtschaftsinformatik</p> <p>Rechnersysteme (Hardware/Software) und Plattformen</p> <p>Datenmanagement und Datenbanksysteme</p> <p>Technische, organisatorische und gesellschaftliche Aspekte von Datenschutz und IT-Sicherheit</p> <p>Management von Geschäftsprozessen</p> <p>Integrierte Informationssysteme im Unternehmen</p> <p>Nutzen von IT in Unternehmen</p> <p>Information Management (IT Organisation, IT Controlling, IT Sourcing)</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.</p>				

5	Teilnahmevoraussetzungen -
6	Regelungen zur Präsenz -
7	Prüfungsart und -umfang Klausur (60 min, 70%) und Assignment (schriftliche Projektarbeit) (30%)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Klausur
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) -
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/166
11	Sonstige Informationen Literatur Thome, Rainer; Winkelmann, Axel; Grundzüge der Wirtschaftsinformatik; Springer Hansen, Hans Robert.; Neumann, Gustaf; Wirtschaftsinformatik 1; UTB Laudon, Kenneth C.; Laudon, Jane P.; Schoder, Detlef; Wirtschaftsinformatik; Pearson Jeweils neueste Auflage.

Grundlagen Medienmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	1. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Pagel					
1	Lehrveranstaltungen Grundlagen Medienmanagement	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 80 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden kennen und erkennen grundlegende betriebswirtschaftliche Zusammenhänge im Medienmanagement. In besonderem Maße lernen sie digitale Medien kennen und verstehen. Zudem werden auch gesellschaftliche und ethische Aspekte kritisch beleuchtet. Die Studierenden schulen durch die Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen ihr Selbstmanagement. Sie entwickeln Teamfähigkeit und Entscheidungsfähigkeit für betriebswirtschaftliche Fragestellungen und verfeinern Präsentationstechniken. Sie wenden Entscheidungskompetenz auf medienökonomische Probleme an und können differenzieren sowie ihre Konfliktfähigkeit durch Entwickeln und Anwenden von Optimierungsmöglichkeiten erhöhen.				
3	Inhalte Einordnung des Medienmanagements in die Wissenschaften und in die gesellschaftlichen Bezüge (Medienethik) Begriffe, Ansätze und Modelle des Medienmanagements Mediengüter und ihre Besonderheiten (Fokus auf digitale Medien) Medienunternehmen - Institutionelle Sicht auf Medienmanagement (Rechnungswesen, Management, Geschäftsmodelle, Wertschöpfungsprozesse) Medienfunktionen - Funktionelle Sicht auf Medienmanagement (Medienbeschaffung, Medienproduktion, Medienvertrieb) Medienmärkte (Auswahl aus Zeitungs-, Buch-, Hörfunk-, Fernseh-, Spiele-, Werbemarkt u.a.) Beispielhafte Aufgaben der Medienökonomie				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Zur Verdeutlichung wird ein Unternehmensplanspiel integriert.				
5	Teilnahmevoraussetzungen -				
6	Regelungen zur Präsenz -				
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur				

8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Klausur</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Beck, Hanno; Medienökonomie - Print, Fernsehen und Multimedia; Berlin u.a Beyer, Andrea; Carl, Petra; Einführung in die Medienökonomie; Konstanz Rimscha, Björn von; Siegert, Gabriele; Medienökonomie. Eine problemorientierte Einführung; Springer VS Schumann, Matthias; Hess, Thomas; Hagenhoff, Svenja; Grundfragen der Medienwirtschaft; Springer Gabler Sjurts, Insa; Strategien in der Medienbranche: Grundlagen und Fallbeispiele; Wiesbaden Wirtz, Bernd; Medien- und Internetmanagement; Wiesbaden</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Statistik					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	1. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Statistik	60 h	65 h	30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden kennen die Grundbegriffe und Denkweise der beschreibenden und schließenden Statistik. Sie können statistische Standardmethoden auf betriebliche Fragestellungen anwenden und statistische Auswertungen interpretieren. Die Studierenden werden darin geschult, Problemstellungen mit mathematischen Methoden zu formulieren und zu lösen. Es werden Fertigkeiten vermittelt, mit denen analytisch fundierte Entscheidungen getroffen werden können. Es wird die Kompetenz erworben, empirische Ergebnisse kritisch zu beurteilen. Mit dem statistischen Testen wird vermittelt, wie Hypothesen empirisch überprüfbar formuliert und mit wissenschaftlichen Methoden beantwortet werden können.				
3	Inhalte Kombinatorik Grundbegriffe der Statistik Häufigkeitsverteilung und ihre Parameter Bivariate Analyse (Kontingenztafeln, Korrelation und Einfachregression) Wahrscheinlichkeitstheorie und Stichprobentheorie Konfidenzintervalle und Hypothesentests Indexzahlen				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen -				
6	Regelungen zur Präsenz -				
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 min.)				

8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>In allen Bachelor-Studiengängen (außer BA WR VZ)</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Mehler-Bicher, Anett; Mathematik für Wirtschaftswissenschaftler; Oldenbourg Bleymüller, Josef; Gehlert, Günther; Gülicher, Herbert; Statistik für Wirtschaftswissenschaftler; Vahlen Monka, Michael; Voß, Werner; Statistik am PC, Lösungen mit Excel; Hanser Schira, Josef; Statistische Methoden der VWL und BWL; Pearson</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Methodik, Systematik & Präsentation

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	1. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
LfbA Sibylle Kunz					
1	Lehrveranstaltungen Methodik, Systematik & Präsentation	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 80 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen verschiedene Lerntypen und können sich als Lerntyp selbst einschätzen. Sie kennen verschiedene Lernstrategien und Techniken zur Selbstorganisation und können die für sie geeigneten auswählen und anwenden, um Stress im Studium zu verringern.</p> <p>Sie können verschiedene Formen wissenschaftlicher Fragestellungen differenzieren und Konsequenzen für die Bearbeitung erkennen. Sie sind mit gängigen Verfahren der Literaturrecherche vertraut. Den Prozess der Bearbeitung wissenschaftlicher Problemstellungen verstehen sie und können ihn gestalten (Material sammeln, strukturieren, argumentieren, redigieren). Dabei werden aktuelle gesellschaftliche Bezüge referenziert (z.B. Ethik und Werte).</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, komplizierte Sachverhalte einfach und prägnant darstellen zu können. Sie lernen Techniken des Redigierens kennen sowie anwenden und können konstruktiv Kritik üben. Zur formalienkonformen Text- und Präsentationserstellung nutzen sie Programme, mit denen sie sich vertraut gemacht haben.</p> <p>Die Studierenden können eigenverantwortlich lernen und ihre Zeit sinnvoll einteilen, um Lernstress im Studium zu vermeiden. Sie sind in der Lage, eigenständig zu einem Themenbereich eine wissenschaftliche Fragestellung zu entwickeln und mit Hilfe geeigneter Literatur zu beantworten oder eigene Lösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen.</p> <p>Die Studierenden trainieren und verbessern durch die Recherche und Vorbereitung der verschiedenen Übungen ihr Selbstmanagement. In der Gruppe sammeln sie Erfahrungen in Präsentationssituationen und verbessern dadurch gleichzeitig auch Rhetorik und Sprachfähigkeiten. Sie stärken durch Gruppenarbeiten ihre Teamfähigkeit und bei entsprechender Zusammensetzung auch die interkulturellen Kompetenzen. Gleichzeitig verfeinern sie durch die Diskussionsphasen und die Beurteilung der Ergebnisse ihre Konflikt- und Kritikfähigkeit sowie ihre Empathie. Durch den Einsatz von Medien bei verschiedenen Aufgaben sowie die kritische Analyse der Ergebnisse entwickeln und fördern sie ihre Methodenkompetenz.</p>				

3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbst-/Zeitmanagement • Team Building/Projektmanagement-Grundlagen/Konfliktmanagement • Themenstrukturierung, Forschungsfragen, Hypothesen • Literaturrecherche • Schreiben und Arbeiten mit Texten, Argumentation • Wissenschaftliches Schreiben mit Word • Kreativitätstechniken • Soft Skills (u.a. Lerntypen, Selbstorganisation, Team- und Konfliktmanagement und Kommunikationsmethoden wie Vier-Ohren-Modell u.a.) • Präsentieren/Visualisieren • Präsentationen
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Der Übungsanteil beträgt ca. 50%.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>-</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Die Teilnahme an den Vorlesungen ist verpflichtend, es wird eine Anwesenheitskontrolle durchgeführt. Bei mehr als zwei versäumten Vorlesungen muss eine zusätzliche mündliche Prüfung über den Stoff der Vorlesung absolviert werden, die bestanden werden muss.</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>4 Assignments bestehend aus Literaturliste (15%), Exposé (15%), Präsentation (30%), und Fachartikel (40%)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>In allen Bachelor-Studiengängen (außer BA WR VZ)</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Balzert, Helmut; Schröder, Marion; Schäfer, Christian; Wissenschaftliches Arbeiten Herrmann, Markus et al.; Schlüsselkompetenz Argumentation; UTB; Paderborn Hug, Theo; Poscheschnik, Gerald; Empirisch forschen; UTB; Wien</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Semester 2					
Mediengestaltung I (Typographie & Print)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	2. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Thomas Becker					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Mediengestaltung I (Typographie & Print)	30 h	95 h	15 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden lernen Gestaltungsgrundlagen kennen. Die Studierenden erfahren eine ganzheitliche Auseinandersetzung mit dem Thema Mediengestaltung in Bezug auf Typographie und Print. Sie erlernen die mediengerechte Ausarbeitung und Überprüfung von Ideen sowie entsprechende Problemlösungsansätze beispielsweise anhand des Corporate Designs von Unternehmen. Sie kennen Regeln, Methoden und Tools zum Gestalten mit Formen, Farbe und Schrift bis hin zum Layout und sind auf der Basis dieser Kenntnisse in der Lage, einfache Entwürfe zu erstellen und diese im Rahmen einer praktischen Aufgabenstellung einzusetzen.				
3	Inhalte Informationsdarstellung und Informationswahrnehmung Grundlagen Mediengestaltung: Regeln zum Gestalten Gestalterischer Prozess (von Ideenfindung bis Layout) Formenlehre, Farbgestaltung Typographische Grundlagen: Schriftentwicklung, Buchstaben, Zeichen, Ziffern und Symbole Schriftfamilien und Satzarten Organisation, Strukturierung und Hierarchisierung von Texten Zweck und Definition von Gestaltungsrastern Grundlagen DTP: Musterseiten, Grundlinienraster, Stilvorlagen, Text-Bild-Integration, Dokumentenverwaltung, Dateiformate, Schriftenverwaltung, Datenhaltung Grundlagen der Bildschirmtypografie: Schrift- und Grafikformate, Lesbarkeit in Bezug auf die Auflösung, Hypertext Layout, funktionale Gestaltung Bildsprache/Bildideen bzw. konzeptionelles Gestalten Corporate Design Ausblick in Implementierungsprozesse				

4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Der Übungsanteil beträgt ca. 30%.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>-</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>-</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Projektausarbeitung und -präsentation</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Forssman, Friedrich; de Jong, Rolf; Detailtypografie; Hermann-Schmidt Verlag Hochuli, Josef; Das Detail in der Typografie; niggli Verlag Pricken, Mario; Kribbeln im Kopf; Hermann-Schmidt Verlag Roberts, Lucienne; Meinel, Maria; Raster – Kreative Lösungen für Grafikdesigner; Stiebner Verlag Wilberg, Hans-Peter; Erste Hilfe in Typografie: Ratgeber für Gestaltung und Umgang mit Schrift; Hermann-Schmidt Verlag Wilberg, Hans-Peter; Wegweiser Schrift; Hermann-Schmidt Verlag</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Softwareentwicklung I (Frontend)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	2. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Jens Reinhardt					
1	Lehrveranstaltungen Programmierung I (Frontend-Entwicklung)	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 65 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen der Programmierung mit einem Schwerpunkt auf der Erstellung von oberflächenorientierten (Frontend-)Anwendungen. Über die Beherrschung der Grundzüge der Programmierung in einer verbreiteten Programmiersprache wie Java oder Javascript hinaus, verstehen die Studierenden auch, wie Werkzeuge und APIs helfen, interaktive Oberflächen wie beispielsweise interaktive Webseiten oder native GUI-Anwendungen zu erstellen.</p> <p>Während der gemeinsamen Lösung von Übungen bauen die Studierenden ihre Fähigkeiten zur teamorientierten Zusammenarbeit weiter aus. Sie lernen, unterschiedliche Meinungen und Lösungsansätze zu akzeptieren und diese in ihre eigenen Lösungen mit einzubeziehen. Die Präsentation von Ergebnissen vor einer Gruppe von Studierenden stärkt die Fähigkeit zur konstruktiven Auseinandersetzung mit Kritik.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Grundlagen der Programmierung wie Datentypen, Kontrollstrukturen, Objektorientierung, und Algorithmen.</p> <p>Grundlegende Verfahren und Techniken bei der Erstellung und Programmierung interaktiver Frontends wie beispielsweise interaktiver, Javascript-basierte Webauftritte oder Java-basierter Client-Anwendungen.</p> <p>Schaffung interaktiver, medienorientierter Web-Auftritte durch Javascript, HTML 5, CSS und den Einsatz von Bibliotheken und Frameworks, wie beispielsweise jQuery oder Angular JS.</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Übungsanteil 40%.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Grundlagen Medieninformatik</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>-</p>				
7	<p>Prüfungsart und umfang</p> <p>Klausur (60 min, 60%) und 2 Assignments (Übungsaufgaben) (je 20%)</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>				

10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Ratz, Dietmar; Scheffler, Jens; Seese, Detlef; Wiesenberger, Jan; Grundkurs Programmieren in Java; München; Hanser</p> <p>Bewersdorff, Jörg; Objektorientierte Programmierung mit JavaScript: Direktstart für Einsteiger; Wiesbaden; Springer</p> <p>Laborenz, Kai; Ertel, Andrea; Responsive Webdesign: Anpassungsfähige Websites programmieren und gestalten; Bonn; Galileo Computing</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Projektmanagement					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	2. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
LfbA Sibylle Kunz					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Projekt Management	30 h	95 h	30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse / Kompetenzen</p> <p>Den Studierenden kennen die spezifischen Herausforderungen von Projekten und deren Management. Sie können Projektziele beschreiben und darstellen, Projekte in Phasen unterteilen und kennen Methoden zur genaueren Planung. Die Studierenden sind mit ergänzenden Werkzeugen wie Risiko- und Stakeholderanalysen vertraut und können diese anwenden. Sie können Planungsprogramme wie z.B. MS Project zur Lösung von Planungsproblemen einsetzen.</p> <p>Die Studierenden kennen die wichtigsten Merkmale und Unterschiede gängiger Projektmanagement-Standards.</p> <p>Durch Vermittlung von Planungs- und Managementtechniken werden sie befähigt, kleinere Projekte selbst zu leiten oder in größeren Projekten Managementfunktionen wahrzunehmen.</p> <p>Im Rahmen von Projektmanagement definieren die Studierenden in Kleingruppen ein fiktives Projekt, das sie realitätsnah planen. Präsentationsfähigkeiten üben sie u.a. bei der Präsentation der Projekte. Medienkompetenz wird durch die Nutzung verschiedener Programme intensiv trainiert. Bei der Zusammenarbeit in Teams werden Softskills wie Teamfähigkeit und der Einsatz von Kommunikationstechniken und Konfliktmanagementmethoden gefördert.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung: Projekte und Projektmanagement, Beispiele • Projekt- und Vorgehensmodelle, Agile Modelle, Scrum • Mitarbeiterführung und Koordination in Projekten, Projektrollen und Aufbauorganisation • Phasen und Aktivitäten • Zielfindung und Stakeholdermanagement • Grobplanung, Projektstrukturpläne • Ablauf-, Termin-, Ressourcen- und Kostenplanung, Netzplantechnik • Projektkostenkontrolle und Earned Value Analyse • Risikomanagement • Erfolgsfaktoren im Projektmanagement 				

4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.</p> <p>Lehrsprache:</p> <p>Deutsch</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>-</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Anwesenheitspflicht. Studierende, welche mehr als 2 Unterrichtsstunden verpassen, müssen eine zusätzliche mündliche Prüfung über die Unterrichtsinhalte leisten.</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Teamarbeit, Präsentation, Dokumentation</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>BA BWL VZ, BA BWL TZ, Bsc. WI Dual</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Schelle, Heinz; Projekte zum Erfolg führen; dtv Beck Kuster, Jürg et al.; Handbuch Projektmanagement; Springer Project Management Institute; A Guide to the Project Management Body of Knowledge; German edition; Newton Square, PMI Jeweils neueste Auflage.</p>

Englisch					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	2. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Stephanie Swartz					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Englisch	60 h	65 h	30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden vertiefen ihre kommunikativen Kompetenzen in der Fremdsprache Englisch. Sie erwerben sprachliche Fähigkeiten, um auch anspruchsvollere studienbezogene Literatur sowie Vorträge (audio-visuelle Materialien) verstehen und konzipieren zu können, und trainieren Fähigkeiten hinsichtlich Texterstellung und Präsentation. Englische Sprachkenntnisse sind im Medienbereich eine wichtige Grundlage. Kommunikation, Konzeption und Gestaltungsaspekte werden in englischer Sprache vertieft.</p> <p>In Bezug auf die Schlüsselkompetenzen trainieren die Studierenden vor allem ihre (fachsprachliche) Sprachfähigkeit und erwerben interkulturelle Kompetenzen. Im Rahmen eines internationalen Projektes gewinnen sie einen Einblick in die Arbeit in ein multikulturelles Team, sie üben ihre Verhandlungsfähigkeiten sowie Projektmanagement-Skills. Durch die Nutzung von digitalen Kommunikationskanälen und Social Media werden ihre Medienkompetenzen gestärkt.</p> <p>Während des Semesters sollen die Studierenden das Niveau B2 des europäischen Referenzrahmens erreichen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Themenbezogener Aufbau des Wirtschaftsvokabulars</p> <p>Ausbau des Textverständnisses (lesend und schreibend) und des Hörverstehens</p> <p>Trainieren der Fähigkeiten in Argumentation und Präsentation</p> <p>Erstellung und Durchführung eines Marketing Pitches</p> <p>Weiterentwicklung des Schreibstils</p> <p>Interkultureller Projekt mit einer Partneruniversität in den USA</p> <p>Kommunikation, Präsentation und Gestaltung in englischer Sprache</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Interaktive Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung mit gelegentlicher Gruppenarbeit an Fallstudien. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil sowie unter Einsatz neuer digitalen Medien statt.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Das Niveau B1+ des europäischen Referenzrahmens wird vorausgesetzt.</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Regelmäßige Teilnahme ist Pflicht.</p>				

7	Prüfungsart und -umfang Kleine Präsentationen und eine Hausarbeit.
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) -
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/166
11	Sonstige Informationen Literatur Literaturhinweise und Angaben zum Lehrmaterial werden im Syllabus bekanntgegeben.

Journalismus & Storytelling					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	2. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Pagel					
1	Lehrveranstaltungen Journalismus & Storytelling	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 80 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden erhalten eine grundlegende Einführung in den Journalismus und lernen Arbeitsweisen und gesellschaftliche Rahmenbedingungen des Journalismus kennen sowie kritisch zu reflektieren. Sie eignen sich erste journalistische Schreibkompetenzen an und setzen sich kritisch mit journalistischen Artikeln auseinander. Sie erlernen Recherchetechniken, Recherchepläne und Gesprächsführung sowie die Konzeption und Formulierung von journalistischen Texten.</p> <p>Durch viele Übungsarbeiten, die vor der Gruppe präsentiert und kritisch diskutiert werden, werden journalistische Grundlagen praktisch geübt und entsprechendes Wissen vertieft. Zentrale Anwendungsfelder für die Studierenden sind Medien-, IT- und Wirtschaftsjournalismus.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Einführung in die Journalistik (Konzepte und Probleme aktueller Medienkommunikation; Geschichte, Funktionen, Aufgaben und Leistungen des Journalismus in der Gesellschaft; Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren im Journalismus)</p> <p>Journalistisches Schreiben (literarisches, journalistisches und wissenschaftliches Schreiben; Stilkunde; Einüben der journalistischen Darstellungsformen und der Textsorten im Wissenschaftsjournalismus)</p> <p>Journalistische Recherche (Einüben der Strategien und Techniken journalistischer Recherche; Rechercheplanung und Rechercheprotokoll; Bedingungen und Grenzen der Recherche; rechtliche Möglichkeiten und ethische Probleme; Quellen im Wissenschaftsbereich)</p> <p>Journalistische Darstellungsformen (Nachricht, Reportage, Interview)</p> <p>Mediengattungen (Print-Journalismus, Hörfunk-Journalismus, TV-Journalismus, Online-Journalismus, Digitaler Journalismus)</p> <p>Ressorts (Medien-Journalismus, IT-Journalismus, Wirtschaftsjournalismus, Wissenschaftsjournalismus)</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>-</p>				

6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>-</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Klausur (70%) und Assignment (Hausarbeit) (30%)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>La Roche, Walther von; Einführung in den praktischen Journalismus; Econ Mast, Claudia (Hrsg.); ABC des Journalismus. Ein Handbuch; UrK Ruß-Mohl, Stephan; Journalismus. Das Hand- und Lehrbuch; Frankfurter Allgemeine Buch Weischenberg, Siegfried; Journalistik; Verlag für Sozialwissenschaften Schneider, Wolf; Deutsch für Kenner; Piper Schwiesau, Dietz; Ohler, Josef; Die Nachricht in Presse, Radio, Fernsehen, Nachrichtenagentur und Internet; List Haller, Michael; Recherchieren. Ein Handbuch für Journalisten; UrK Brendel, Matthias; Brendel, Frank; Richtig recherchieren; Frankfurter Allgemeine Buch</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Semester 3					
Mediengestaltung II (Bild, Licht, Ton)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	3. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Thomas Becker					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Mediengestaltung II (Bild, Licht, Ton)	30 h	95 h	15 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden erfahren eine ganzheitliche Auseinandersetzung mit dem Thema Mediengestaltung in Bezug auf Bild, Licht und Ton. Sie erlernen die mediengerechte Ausarbeitung und Überprüfung von Ideen sowie entsprechende Problemlösungsansätze. Die Studierenden kennen den grundlegenden Aufbau und die Funktionen von AV-Aufnahme, -Bearbeitungs-, -Speicher und -Wiedergabetechnik. Im Rahmen von Blockveranstaltungen erlernen die Studierenden den Umgang mit AV-Geräten und -Systemen und Beleuchtung und sind in der Lage, eine kleine audiovisuelle Produktion zu planen und zu realisieren.				
3	Inhalte Grundlagen audiovisueller Wahrnehmung Kameratechnik Grundlagen Akustik Grundlagen bei der Erstellung von Bild- und Tonmaterial Grundlagen zu Beleuchtung Bearbeitung von Ton und Bild Grundlagen der Produktionstechnik Grundlagen redaktioneller und gestalterischer Gesichtspunkte				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Der Übungsanteil beträgt ca. 30%.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Mediengestaltung I				
6	Regelungen zur Präsenz -				
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Konzeption im Bereich Bild und Ton / Praktische Projektarbeit in Form eines AV-Beitrags				

8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Heinen, Gerd; AV-Medientechnik Kamp, Werner; AV-Mediengestaltung Rose, Jay; Audio- Postproduktion im Digitalvideo; MITP Schmidt, Ulrich; Professionelle Videotechnik: Filmtechnik, Fernsehtechnik, HDTV, Kameras, Displays, Videorecorder, Produktion, Studiotechnik, HDTV, DI, 3D; Springer Webers, Johannes; Handbuch der Film- und Videotechnik; Franzis Verlag Webers, Johannes; Handbuch der Tonstudiotechnik; Franzis Verlag</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Softwareentwicklung II (Backend)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	3. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Jens Reinhardt					
1	Lehrveranstaltungen Programmierung II (Backend Entwicklung)	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 65 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen die grundsätzlichen Technologien/Verfahren, die von Unternehmen vor allem im Backend bei der Realisierung von interaktiven, medienorientierten Lösungen eingesetzt werden. Das Zusammenspiel von clientseitiger und serverseitiger Programmierung bei der Umsetzung von interaktiven Lösungen ist den Studierenden bekannt. Sie kennen die Grundlagen einer verbreiteten serverseitigen Programmiersprache und können mit dieser die Grundstrukturen interaktive Auftritte realisieren und nachvollziehen.</p> <p>Die Studierenden können einordnen, inwiefern Plattformen wie Content Management Systeme (Redaktionssysteme) die Realisierung von interaktiven Lösungen vereinfachen. Technisch unterschiedliche Varianten (z.B. dynamische, statische oder hybride Systeme) können die Studierenden unterscheiden. Den Studierenden sind die konkreten Komponenten und Verfahren, sowie die grundsätzlichen Nutzungsmuster am Beispiel einer verbreiteten Plattform vertraut.</p> <p>Die Studierenden erweitern bei der gemeinsamen Bearbeitung von Aufgaben ihre Fähigkeiten im Umgang mit unerwarteten Problemen und üben die Erarbeitung von Lösungswegen in Gruppen. Bei der exemplarischen Realisierung von Web-Auftritten stärken die Studierenden ihre Fähigkeiten, unterschiedliche Meinungen zu berücksichtigen. Offenheit für Kritik wird von den Studierenden als wichtiger Bestandteil kompetenter Projektarbeit wahrgenommen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Aufbau und Realisierung von Backendsystemen wie App/Webservern (z.B. Apache Tomcat, MS IIS) hinsichtlich der Erstellung interaktiver, medienorientierter Web-Auftritte. Verbreitung, grundsätzlicher Aufbau und bekannte Realisierungen von serverseitigen Programmierung (z.B. PHP, JSP, ASP, JS).</p> <p>Grundsätzliche Fragen bei großen, interaktiven Auftritten, wie beispielsweise Authentisierung/Autorisierung (z.B. OAuth) oder Herausforderungen bei großen Benutzerzahlen (z.B. Load Balancing und „Sticky“ Sessions).</p> <p>Grundlagen einer verbreiteten Programmiersprache aus dem Bereich Server Side Scripting (z.B. PHP). Zugriff auf Datenbanken, Umgang mit Medien (Bilder, Video, Audio etc.).</p> <p>Idee und grundsätzlicher Aufbau von Content Management Systemen. Kennenlernen eines bekannten Content Management Systems (z.B. Wordpress, Typo3, Joomla) unter Bezugnahme der erlernten Skriptsprache (z.B. Wordpress/PHP).</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Anteil der Übungen etwa 40%.</p>				

5	Teilnahmevoraussetzungen Medieninformatik, Programmierung I
6	Regelungen zur Präsenz -
7	Prüfungsart und -umfang Klausur (60 min, 60%), 2 Assignments (Übungen) (je 20%)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) -
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/166
11	Sonstige Informationen Literatur Kurose, James F.; Ross, Keith W.; Computernetzwerke: Der Top-Down-Ansatz; München; Pearson Wenz, Christian; Hauser, Tobias; PHP 7 und MySQL: Von den Grundlagen bis zur professionellen Programmierung; Bonn; Rheinwerk Computing Hetze, Alexander; WordPress 4: Das umfassende Handbuch; Bonn; Rheinwerk Jeweils neueste Auflage.

Rechnungswesen I (Buchführung, Kostenrechnung)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	3. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
WP Prof. Dr. Werner Hillebrand					
1	Lehrveranstaltungen Rechnungswesen I (Buchführung, Kostenrechnung)	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 65 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen die Begriffe, theoretischen Grundlagen und rechtlichen Rahmenbedingungen des Rechnungswesens. Sie lernen das buchhalterische System sowie die Buchungstechnik kennen. Hierbei verstehen sie die grundlegenden Buchungsvorgänge, von der Eröffnungs- zur Schlussbilanz, und können das Wissen für grundlegende Buchungen eigenständig anwenden. Sie erwerben grundlegende Kenntnisse über Bilanz sowie Gewinn- und Verlustrechnung (GuV) als Bestandteile des Jahresabschlusses eines Unternehmens und kennen die grundlegenden Begriffe der Kosten- und Leistungsrechnung und können den Ablauf der Kosten- und Leistungsrechnung beschreiben. Sie kennen die Teilbereiche und Systeme der Kosten- und Leistungsrechnung und können wesentliche Gemeinsamkeiten und Unterschiede erläutern.</p> <p>Die Studierenden können die Herstell- und Selbstkosten von Kostenträgern sowie Deckungsbeiträge mit geeigneten Verfahren berechnen und die Ergebnisse angemessen bewerten und sind in der Lage, das Instrumentarium der Kosten- und Leistungsrechnung für ausgewählte grundlegende betriebliche Fragestellungen als Informations-, Entscheidungs- und Kontrollinstrument zu nutzen. Sie lernen typische Fallgestaltungen bei Medien- und IT-Unternehmen zu erkennen, zu analysieren, zu bewerten und gut begründete Entscheidungen zu treffen.</p> <p>Die Studierenden diskutieren die Fälle kritisch in Kleingruppen und im Plenum, müssen zu einem Ergebnis gelangen und dieses nachvollziehbar präsentieren. Sie erhöhen so ihre Kommunikations- und Konfliktfähigkeit. Durch Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen verbessern sie ihre Selbstmanagementkompetenz.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Überblick (Aufgaben, Teilgebiete und Grundbegriffe des Rechnungswesens) Buchführung (Inventur, Inventar und Bilanz; Kontenrahmen und Kontenplan; Bestandskonten und Erfolgskonten; Umsatzsteuer; Anschaffungs- und Herstellungskosten; Abschreibungen auf das Anlage- und Umlaufvermögen; Rechnungsabgrenzungsposten und Rückstellungen; Gewinnermittlung und Gewinn- und Verlustrechnung; Jahresabschluss) Kosten- und Leistungsrechnung (Grundlagen der Kostentheorie; Grundstrukturen des internen Rechnungswesens; Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung, Systeme der Kostenrechnung; Kostenträgerzeitrechnung; Teil- und Plankostenrechnung)</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung mit Lehrvortrag, Lehrgespräch, Übungsaufgaben und Fällen, auch in Gruppenarbeit.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Grundlagen Medienmanagement</p>				

6	Regelungen zur Präsenz -
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 min)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Klausur
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Bsc awis TZ
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/166
11	Sonstige Informationen Literatur Fischbach, Sven; Grundlagen der Kostenrechnung Wüstemann, Jens; Buchführung case by case Grundlegend Beste, Johannes; Hahn, Hans; Wolf, Thomas; Rechnungswesen Medienberufe: Finanzbuchhaltung Beste, Johannes; Hahn, Hans; Wolf, Thomas; Rechnungswesen Medienberufe: Kosten- und Leistungsrechnung/Controlling Schmolke, Siegfried; Deitermann, Manfred; Industrielles Rechnungswesen - IKR Jeweils neueste Auflage.

Business Process Management (English)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	3. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Christian Petri					
1	Lehrveranstaltungen Geschäftsprozess- management	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 65 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden kennen die grundlegenden Konzepte des Geschäftsprozessmanagements. Sie können aktuelle Methoden zur Identifikation, Gestaltung, Dokumentation und Kontrolle von Geschäftsprozessen anwenden und Prozesse mit modernen Spezifikationsprachen und Werkzeugen gestalten. Sie verstehen die Rolle von IT zum Management von Geschäftsprozessen. Sie kennen moderne IT Werkzeuge für Design, Implementierung, Ausführung und Kontrolle von Geschäftsprozessen und haben diese in Praxisbeispielen und Übungen anwenden gelernt. Die Einführung eines durchgängigen Geschäftsprozessmanagements in Unternehmen erfordert insbesondere die Fähigkeit, in Teams zu arbeiten und Diskussionen mit Mitarbeitern aus verschiedenen Fachbereichen erfolgreich zu durchzuführen. Darüber hinaus erfordert Geschäftsprozessmanagement die Fähigkeit, das wissenschaftliche Prinzip der Abstraktion auf komplexe Sachverhalte anwenden zu können und daraus Modelle entwickeln und grafisch darstellen zu können. Daher stehen in diesem Modul die Schlüsselkompetenzen Teamfähigkeit, Kommunikation, Diskussion, Abstraktion, Modellierung und Präsentation im Vordergrund.				
3	Inhalte Einführung in Geschäftsprozessmanagement Identifikation, Gestaltung und Dokumentation von Geschäftsprozessen Strategische und operative Prozessplanung Prozesscontrolling Prozessmodellierung mit ARIS und BPMN Einsatz von Workflowmanagement- und BPM-Systeme Praxisbeispiele und Übungen				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlagen Wirtschaftsinformatik				
6	Regelungen zur Präsenz -				

7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Klausur</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>awis</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Schmelzer, Hermann; Sesselmann, Wolfgang; Geschäftsprozessmanagement in der Praxis; Hanser Gadatsch, Andreas; Grundkurs Geschäftsprozessmanagement; Vieweg Allweyer, Thomas; Geschäftsprozessmanagement; W3I Verlag</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Sonstige Materialien</p> <p>Werkzeuge zur Prozessmodellierung, z. B.: ARIS-Business Architect, BPMN-Tools</p>

Statistisches Marktforschungsprojekt					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	3. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Pagel					
1	Lehrveranstaltungen Statistisches Marktforschungsprojekt	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 95 h	geplante Gruppengröße 15 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden lernen die Umsetzung der in der Statistik-Lehrveranstaltung vermittelten Methoden mit Daten in Marktforschungs- oder Medienforschungsprojekten möglichst mit Kooperationspartnern. Die Studierenden bearbeiten die Planung, Durchführung und softwaregestützte Auswertung einer eigenen empirischen Untersuchung. Die Studierenden trainieren im Abschlussbericht zu diesen qualitativen und/oder quantitativen Forschungsprojekten die Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens.</p> <p>Dabei wird die Kompetenz vermittelt, mit wissenschaftlichen Methoden Fragestellungen der unternehmerischen Praxis empirisch zu bearbeiten und zu präsentieren. Der Einsatz von Software zur Datenerfassung und zur Datenbearbeitung sowie die Präsentation der Abschlussergebnisse schulen außerdem die Medienkompetenzen der Teilnehmer. Team- und Konfliktfähigkeit werden trainiert, indem die Projekte in Kleingruppen bearbeitet werden. Somit werden auch Soft Skills wie Präsentationstechniken an praktischen Beispielen erlernt.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Stand und Prozess der Markt- und Medienforschung</p> <p>Festlegung des Untersuchungsziels</p> <p>Methoden (Auswahlverfahren, Informationsgewinnung)</p> <p>Ausgewählte Anwendungsfelder (Panel-, Tracking-, Werbewirkungs-, Testmarktforschung u.a.)</p> <p>Eigene Datenerhebung (sofern Primärstudie)</p> <p>Datenaufbereitung sowie deskriptive und induktive Analysen</p> <p>Softwaregestützte Analyse</p> <p>Ergebnisdarstellung und Interpretation sowie Präsentation der Ergebnisse</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Gemeinsame Softwareschulung, anschließend Coaching/Individuelle Betreuung der Studierenden in Kleingruppen.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Statistik</p>				

6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Für eine erfolgreiche Projektarbeit ist grundsätzlich eine Anwesenheit zu den Projektbesprechungen notwendig. Darüber hinaus gibt es bei einigen weiteren Terminen Präsenzpflicht. Genauer wird in der Veranstaltungsbeschreibung geregelt.</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Dokumentation der Ergebnisse (Projektbericht) und einer Präsentation</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Atteslander, Peter; Methoden der empirischen Sozialforschung; Erich Schmidt Verlag Berlin Kahler, Wolf-Michael; Statistische Datenanalyse – Verfahren verstehen und mit SPSS gekonnt einsetzen; Vieweg Bauer, Waldemar; Bleck-Neuhaus, Jörn; Dombois, Rainer; Wehrtmann, Ingo; Forschungsprojekte entwickeln – von der Idee bis zur Publikation; Nomos; Baden-Baden Frey-Vor, Gerlinde; Siegert, Gabriele; Stiehler, Hans-Jörg; Mediaforschung; UVK Koch, Jörg; Gebhardt, Peter; Riedmüller, Florian; Marktforschung. Grundlagen und praktische Anwendungen; De Gruyter Oldenbourg Mikos, Lothar; Wegener, Claudia (Hrsg.); Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch; UVK Verlagsgesellschaft Konstanz Schöneck, Nadine; Voß, Werner; Das Forschungsprojekt. Planung, Durchführung und Auswertung einer quantitativen Studie; Verlag für Sozialwissenschaften Welker, Martin; Taddicken, Monika; Schmidt, Jan-Hinrik; Jakob, Nikolaus; Handbuch Online-Forschung, Sozialwissenschaftliche Datengewinnung und -auswertung in digitalen Netzen; Halem Verlag</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Semester 4					
Mediensysteme I (Medienproduktion)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	4. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Thomas Becker					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Mediensysteme I (Medienproduktion)	45 h	80 h	30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen die unterschiedlichen Formen des audiovisuellen Darstellens von Inhalten für das Web und können diese vom Konzept bis zum fertigen Produkt umsetzen. Sie können audiovisuelle mit textbasierten zu multimedialen Erzählformen verbinden. Im Einzelnen können sie Audio-Beiträge wie bspw. Podcasts sowie Video- und Multimedia-Beiträge fürs Web und für mobile Devices sowie die interaktiven Plattformen inhaltlich und technisch gestalten. Praktische Grundfertigkeit im Umgang mit digitaler Fotografie und Videografie sowie einfacher digitaler Tonstudioteknik sowie praktische Grundfertigkeit in der Bedienung klassischer Systeme zur Bildbearbeitung, Tonbearbeitung, Videoschnitt und Videoeffekten sollen vertieft werden.</p> <p>Die Studierenden sollen auf Basis der Module „Journalismus und Storytelling“, „Mediengestaltung I“ und „Mediengestaltung II“ das Wissen der Mediengestaltung auf konkrete Systeme anwenden. und auf das Design von Web- und mobilen Anwendungen übertragen können. Die Studierenden sollen mit Hilfe von Web-Design-Tools die verschiedenen Darstellungsformen im Web aktiv anwenden können und ein Grundverständnis für die medien-spezifische Trennung von Inhalt, Struktur und Layout sowie die Website-Erstellung erlernen. Um die selbstständige Wissensvermehrung und den Austausch in der Gruppe zu trainieren, sollen die Studierenden ein digitales Werkzeug für Interactive Storytelling untersuchen und der Gruppe vorstellen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Theorie des interaktiven Web-Designs</p> <p>Interaktives multimediales Storytelling</p> <p>Arbeit mit speziellen Systeme zur Erfassung, Produktion und Wiedergabe digitaler Medien</p> <p>Arbeit mit additiven Werkzeugen zur Produktion von z.B. Infografiken, Bilder, Karten, Styleguides, Umfragen, 360°-Video</p> <p>Bearbeitung digitaler Medien mit Softwaresystemen</p> <p>Weiterführung Schnitt- und Audioprogramme</p> <p>Weiterführung Postproduktion</p> <p>Grundlagen der Video- und Audio-Produktion für das Web</p>				

4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Der Übungsanteil beträgt ca. 30%.</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Mediengestaltung I, Mediengestaltung II</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Für eine erfolgreiche Projektarbeit ist grundsätzlich eine Anwesenheit zu den Projektbesprechungen notwendig. Darüber hinaus gibt es bei einigen weiteren Terminen Präsenzplicht. Genaueres wird in der Veranstaltungsbeschreibung geregelt.</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Praktische Projektarbeit in Form der Konzeption und Erstellung einer Website mit AV-Inhalten</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Langewitz, Oliver; Digitale Postproduktion - der Guide; Mediabook Verlag Fries, Christian; Grundlagen der Mediengestaltung; Fachbuchverlag Leipzig Nielsen, Jakob; Loranger, Hoa; Web Usability; Addison-Wesley</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Datenbanken					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	4. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Bernhard Ostheimer					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Datenbanken	60 h	65 h	30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden erhalten eine Einführung in grundlegende datenbankbasierte IT-Architekturkonzepte. Technische Grundlagen und Rahmenbedingungen im Umfeld von Datenbanksystemen bei Multimediaanwendungen werden thematisiert. Die Studierenden sind in der Lage, entsprechende Informationszusammenhänge in eine IT-Infrastruktur abzubilden; dabei werden insbesondere auch technologische und wirtschaftliche Einflüsse sowie der Datenschutz kritisch diskutiert.</p> <p>Kurze Innovationszyklen im Bereich Datenbanken erfordern ein fortwährendes Verstehen und Erlernen neuer Technologien und deren Anwendung. In diesem Modul wird daher vor allem das konzeptionelle Verständnis beim Aufbau komplexer Systeme geschult. Die Anforderungen im Multimediaumfeld werden dabei besonders thematisiert (z. B. Umgang mit großen Dateien, Besonderheiten bei Mediendaten). Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, sich rasch in verschiedenste existierende DBMS einzuarbeiten und diese kompetent zu bedienen.</p> <p>Durch Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen schulen die Studierenden ihr Selbstmanagement. Die Studierenden diskutieren kritisch in Kleingruppen, müssen zu einem Ergebnis kommen und dieses Ergebnis geeignet präsentieren. Anhand einer zumindest prototypischen Umsetzung prüfen die Studierenden ihr Ergebnis und müssen ihre Lösung gegenüber Fachleuten argumentativ vertreten und mit ihren weiterentwickeln.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Datenbankmanagement und Datenbankmodellierung</p> <p>Datenmodelle und ERM</p> <p>Relationenmodelle und Normalisierung</p> <p>Software zur Erstellung und Analyse von Datenmodellen</p> <p>Einsatz von relationalen DBMS</p> <p>SQL</p> <p>Aktuelle Konzepte und Entwicklungen im Bereich Datenbanken</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Grundlagen Wirtschaftsinformatik, Grundlagen Medieninformatik, Programmierung I und II</p>				

6	Regelungen zur Präsenz -
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 min)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Klausur
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) -
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/166
11	Sonstige Informationen Literatur Faeskorn-Woyke, Heide; Bertelsmeier, Birgit; Riemer, Petra; Bauer, Elena.; Datenbanksysteme; München; Pearson Kemper, Alfons; Eickler, André; Datenbanksysteme; München; De Gruyter Oldenbourg Kemper, Alfons; Wimmer, Martin; Übungsbuch Datenbanksysteme; München; Oldenbourg Vossen, Gottfried; Datenmodelle, Datenbanksprachen und Datenbankmanagementsysteme; München; De Gruyter Oldenbourg Elmasri, Ramez A.; Shamkant, B. Navathe.; Grundlagen von Datenbanksystemen; München; Pearson Studium Edlich, Stefan et al.; NoSQL: Einstieg in die Welt nichtrelationaler Web 2.0 Datenbanken; München; Hanser Jeweils neueste Auflage.

Rechnungswesen II (Investition & Finanzierung, Jahresabschluss)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	4. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
WP Prof. Dr. Werner Hillebrand					
1	Lehrveranstaltungen Rechnungswesen II (Investition & Finanzierung, Jahresabschluss)	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 80 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen und verstehen die Zusammenhänge zwischen Investition und Finanzierung einschließlich Investitions- und Finanzplanung und sie kennen statische und dynamische Investitionsrechnungsmethoden und können sie auf einfache Fälle anwenden. Sie verstehen die grundlegenden Alternativen der Kapitalbeschaffung und können sie bewerten. Damit werden sie befähigt, Ansatz- und Bewertungsprobleme im Jahresabschluss nach HGB zu erkennen, zu analysieren und zu lösen. Sie verstehen aufgrund ihrer Buchführungskennntnisse die Zusammenhänge zwischen Bilanz und GuV und können so aus abschlusspolitischen Vorgaben geeignete Maßnahmen ableiten und sind in der Lage, Jahresabschlüsse zielorientiert zu analysieren und den Lagebericht in die Abschlussanalyse einzubeziehen.</p> <p>Mit dem erworbenen Wissen sind die Studierenden in der Lage, aktuelle finanzwirtschaftliche Entwicklungen zu verfolgen und zu beurteilen. Sie erwerben die Kompetenz, Rechnungslegungsnormen systematisch zu erfassen und ihre Schlussfolgerungen in Diskussionen argumentativ zu untermauern. Einzelne Fälle sind in Gruppen zu bearbeiten; dadurch verbessern die Studierenden ihre Fähigkeit, sich arbeitsteilig in einem Team zu organisieren.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Grundbegriffe und Ziele der betrieblichen Finanzwirtschaft; Investitions- und Finanzplanung; Statische und dynamische Investitionsrechnungsmethoden; Außen- und Innenfinanzierung</p> <p>Ziele, Zwecke, Grundsätze des Jahresabschlusses nach HGB; Bilanz (Ansatz, Bewertung, Postenspezifische Problemstellungen), GuV, Anhang, Lagebericht; Abschlusspolitik und -analyse</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung mit Lehrvortrag, Lehrgespräch, Übungsaufgaben und Fällen, auch in Gruppenarbeit</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Grundlagen Medienmanagement, Rechnungswesen I</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>-</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 min)</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Klausur</p>				

9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Bsc awis TZ</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Becker, Hans; Investition und Finanzierung; Springer Gabler Coenberg, Adolf et al.; Jahresabschluss und Jahresabschlussanalyse; Schäffer Poeschel</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Medien- & IT-Recht					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	4. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Hanno Kämpf					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Medien- & IT-Recht	60 h	65 h	30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen und verstehen Grundbegriffe des Rechtes, einschließlich des Medien- und IT-Rechtes, sowie des Privatrechtes. Die Studierenden sind sich der verfassungsrechtlichen Grundlagen und der Bedeutung der Medien für die freiheitlich-demokratische Grundordnung und das Wirtschaftsleben bewusst. Die Studierenden setzen sich in besonderem Maße auch mit Datenschutzrecht auseinander.</p> <p>Die Studierenden entwickeln juristisches Problembewusstsein. Sie lernen, wie juristische Probleme möglichst vermieden werden können und wie mit bestehenden juristischen Problemen umgegangen werden sollte. Die Studierenden erkennen und verstehen, wie die Gestaltung von Medien und von IT- Systemen von der Rechtsordnung beeinflusst wird, und welche rechtlichen Auswirkungen bestimmte Ausgestaltungsformen von Medien und IT-Systemen haben können.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Allgemeine rechtliche Grundprinzipien 2. Grundrechte und Staatsorganisation und deren Bedeutung für das Medien- und IT- Recht, sowie das Privatrecht 3. Grundzüge des Privatrechtes 4. Allgemeine Grundlagen des Medienrechtes <ol style="list-style-type: none"> (a) Meinungs-, Kommunikations- und Medienfreiheit (b) Staatsorganisation und Verfassungsprinzipien und deren Bedeutung für die Medien (c) Grundzüge des Presserechts (d) Grundzüge des Rundfunkrechtes (e) Grundzüge des Telemedienrechtes (f) Rechtsschutz gegen Medien (g) Grundzüge des Telekommunikationsrechtes und dessen Bedeutung für Medien und IT- Systeme (h) Urheberrechte und gewerbliche Schutzrechte und deren Bedeutung für den IT- und Medienbereich 5. Allgemeine Grundlagen des IT- Rechtes <ol style="list-style-type: none"> (a) Privatrechtliche Grundlagen des IT-Rechtes (b) Typische IT- Vertragstypen (Service Level Agreements, IT- Lizenzverträge, Outsourcing Verträge, etc.) (c) Datenschutz und Datensicherheit 				

4	Lehrformen Lehrveranstaltung mit Übungselement(en)
5	Teilnahmevoraussetzungen -
6	Regelungen zur Präsenz -
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 min)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Klausur
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) -
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/166
11	Sonstige Informationen Literatur Gesetzessammlungen BGB (Beck-Texte/dtv) HGB (Beck-Texte/dtv) Fechner, Frank; Mayer, Johannes C. (Hrsg.); Medienrecht: Vorschriftensammlung, Verlag C.F. Müller Lehrbücher Führich, Ernst; Wirtschaftsprivatrecht: Bürgerliches Recht, Handelsrecht, Gesellschaftsrecht; Vahlen Müssig, Peter; Wirtschaftsprivatrecht: Rechtliche Grundlagen wirtschaftlichen Handelns; C.F. Müller Jeweils neueste Auflage.

Multimedialprojekt					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	4. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Pagel					
1	Lehrveranstaltungen Multimedialprojekt	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 95 h	geplante Gruppengröße 15 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden erschaffen ein digitales und/oder analoges Medienprodukt, das cross-, multi- oder transmediale Bestandteile haben kann (App, AR/VR-Anwendung, Buch/Fachartikel, Film, Website u.v.m.). Sie entwickeln Konzepte, schreiben Texte, entwickeln Layouts und realisieren die technische Umsetzung bis zum Prototyp-Stadium.</p> <p>Die Studierenden üben im Rahmen dieses Moduls Fähigkeiten zur Story-Entwicklung und dem journalistischen Schreiben. Zudem kommen Kompetenzen aus den Modulen zur Programmierung zur Anwendung. Die Studierenden sollen ein betriebliches oder überbetriebliches Problem beispielhaft mit einem Prototypen lösen. Es sind verschiedene Prototyp-Iterationen mit unterschiedlichen Schwierigkeitsstufen denkbar: Papier-Prototyp, Funktions-Prototyp etc. Die Studierenden entwickeln so auch ihre Soft Skills weiter.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Input: Forschungs- und Technologiestand zum jeweiligen Projektthema Zielgruppen Prototyp-Varianten</p> <p>Throughput: Meilensteine (mit Praxispartner) Briefing: Kick-Off Re-Briefing: Workshop De-Briefing: Abschlusspräsentation</p> <p>Output: Projektvorbereitung Projektdurchführung (Organisation, Kreation, Technologie)</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Coaching/Individuelle Betreuung der Studierenden in Kleingruppen</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Journalismus und Storytelling</p> <p>Programmierung I + II</p> <p>Mediengestaltung I + II</p>				

6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Für eine erfolgreiche Projektarbeit ist grundsätzlich eine Anwesenheit zu den Projektbesprechungen notwendig. Darüber hinaus gibt es bei einigen weiteren Terminen Präsenzpflicht. Genauer wird in der Veranstaltungsbeschreibung geregelt.</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Prüfung in Form einer Dokumentation der Ergebnisse (Projektbericht bzw. Medienprodukt) und einer Präsentation</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Hagemann, Detlev; Obermayr, Georg; Günther, Matthias; Agile Publishing. Neue Wege des Publizierens für Print, Web und Apps; Kastner Jacobsen, Jens; Website-Konzeption. Erfolgreiche Websites planen und umsetzen; Addison-Wesley Nagel, Wolfram; Fischer, Valentin; Multiscreen Experience Design: Prinzipien, Muster und Faktoren für die Strategieentwicklung und Konzeption digitaler Services für verschiedene Endgeräte Spies, Marco; Branded Interactions: Digitale Markenerlebnisse planen und gestalten; Verlag Hermann Schmidt Thesmann, Stephan; Einführung in das Design multimedialer Webanwendungen; Vieweg + Teubner</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Semester 5					
Mediensysteme II (Content Management Systeme)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	5. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Bernhard Ostheimer					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Mediensysteme II (Content Management Systeme)	60 h	65 h	30 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden kennen und erkennen grundlegende Konzepte zur Planung, Konzeption, Umsetzung und zum Betrieb von Online-Präsenzen eines Unternehmens („Web Site Engineering“). Sie kennen Systematiken und Vorgehensweisen zur Analyse bestehender Online-Präsenzen und können diese adäquat bewerten und differenzieren. Die Studierenden können systematisch und strukturiert neue Konzepte für Online-Präsenzen von Unternehmen planen und erstellen und deren Implementierung zumindest prototypisch umsetzen. Sie kennen aktuelle Technologien und Funktionalitäten von Anwendungssystemen, die in diesem Zusammenhang eingesetzt werden, wie z. B. Content Management Systeme, und sind für Sicherheitsaspekte von Web Sites sensibilisiert. Durch Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen schulen die Studierenden ihr Selbstmanagement. Die Studierenden diskutieren kritisch in Kleingruppen, müssen zu einem Ergebnis kommen und dieses Ergebnis geeignet präsentieren. Anhand einer zumindest prototypischen Umsetzung prüfen die Studierenden ihr Ergebnis und müssen ihre Lösung gegenüber Fachleuten argumentativ vertreten und mit ihnen weiterentwickeln.				
3	Inhalte Vorgehensmodelle im Web Site Engineering Architekturen von Content Management Systemen Situationsanalyse und Zielbildung Anforderungsanalyse Konzepterstellung Prototypische Realisierung				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Mediengestaltung I (Typographie & Print), Mediengestaltung II (Bild, Licht, Ton), Programmierung I und II				

6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Teile der Veranstaltung können mit Präsenzplicht versehen sein (z. B. Kick-Off-Workshop und Präsentationen)</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Projektarbeit</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Back, Andrea; Gronau, Norbert; Tochtermann, Klaus; Web 2.0 in der Unternehmenspraxis; München et al.; Oldenbourg Kollmann, Tobias; E-Business; Wiesbaden; Springer Gabler Kreutzer, Ralf; Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte - Instrumente – Checklisten; Wiesbaden; Springer-Gabler Rosenfeld, Louis; Morville, Peter; Information Architecture; Cambridge et al.; O`Reilly Schwickert, Axel; Web Site Engineering; Stuttgart et al.; Teubner Weinberg, Tamar; Pahrman, Corina; Ladwig, Wibke; Social Media Marketing; Köln; O`Reilly</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Data Analytics & Analytische Informationssysteme					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	5. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Thomas Becker					
1	Lehrveranstaltungen Data Analytics & Analytische Informationssysteme	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 65 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen Methoden und Instrumente des strategischen Controllings (Balanced Scorecard, zielorientiertes Führen). Sie erarbeiten Modelle und Konzepte für Analytische Informationssysteme und können erklären wie diese operative Geschäftsprozesse und die Entscheidungsfindung im Unternehmen unterstützen und neue datengetriebene Geschäftsmodelle ermöglichen. Zu Data Analytics erlernen die Studierenden Algorithmen zur Analyse großer Datenmengen kennen (Data Science).</p> <p>Sie verstehen die grundlegenden Architekturkonzepte von Analytischen Informationssystemen sowie deren Erweiterungen durch In-Memory-Systeme und Big-Data-Architekturen. Anhand von Fallbeispielen lernen Sie Analytische Informationssysteme praktisch kennen und können diese vergleichen und anwenden. Darüber hinaus kennen die Studierenden die Marktsituation und Trends bei Analytischen Informationssystemen.</p> <p>Die Studierenden erwerben ein breites Wissen im Themenbereich Business Intelligence und Web- bzw. Social Media-Analytics. Die Analyse mit Hilfe dieser Systeme erfordert ein Verständnis von statistischen Methoden und betrieblichen Prozessen. Zusätzlich werden mittels Abstraktion Modelle entwickelt, die in einem System umgesetzt werden. Dadurch werden die Schlüsselkompetenzen Teamfähigkeit, Kommunikation, Entscheidungskompetenz und Präsentation gefördert.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Datengetriebene Geschäftsmodelle (Big Data Analytics)</p> <p>Multidimensionale Datenmodellierung</p> <p>Statistische Analysemethoden</p> <p>Business Intelligence (Zielorientiertes Führen und Controlling, Zielsetzung und Einsatzmöglichkeiten, Referenzarchitektur von Business Intelligence Systemen, Fallstudie: Anwendung von Business Intelligence Systemen).</p> <p>Architektur von Analytischen Informationssystemen</p> <p>Dashboards und Visual Analytics</p> <p>Marktüberblick und Trends, Aktuelle Themen</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.</p>				

5	Teilnahmevoraussetzungen Grundlagen Wirtschaftsinformatik, Statistik
6	Regelungen zur Präsenz -
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 min.)
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Klausur
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) -
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/166
11	Sonstige Informationen Literatur Aden, Timo; Google Analytics. Implementieren. Interpretieren. Profitieren; Hanser Chameni, Peter; Gluchowski, Peter; Analytische Informationssysteme, Springer Davenport, Thomas H.; Harris, Jeanne G.; Competing on Analytics; Harvard Business School Press Hassler, Marco; Web Analytics; Mitp-Verlag Kaushi, Avinash; Web Analytics 2.0.; Wiley & Sons Kemper, Hans-Georg; Mehanna, Walid; Unger, Carsten; Business Intelligence – Grundlagen und praktische Anwendungen; Vieweg Kimball, Ralph; Ross, Margy; The Data Warehouse Toolkit; Wiley Jeweils neueste Auflage.

Marketing					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	5. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Pagel					
1	Lehrveranstaltungen Marketing	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 80 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Students get to know Marketing as market-based management. Marketing is relevant to the whole company and – more than other business functions – it deals with the customer. Students learn methods and techniques in order to position products and services in the market to fulfill customer needs. The students focus on all established (e.g. print ads, TV and radio ads, sponsoring) and digital marketing channels (e.g. online marketing, video marketing, social media marketing, influencer marketing). They will also work on IT specific questions in Marketing as there is Data-based marketing on the one hand and Software marketing / IT sales on the other hand.</p> <p>The students will adopt strategic competencies to meet customer needs. Overall target is to understand customer needs and to influence customers behavior. Thus, psychologic competencies will be involved as well (e.g. neuro marketing). Methodic competencies in the observation laboratory will be developed (e.g. eye-tracking) as well.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Marketing and marketing process</p> <p>Marketing strategy</p> <p>Marketing environment / Marketing research</p> <p>Marketing Information Systems / Data-based marketing</p> <p>Consumer behavior vs. business buyer behavior (Customer Journey)</p> <p>Segmentation, targeting and positioning</p> <p>Brand management and brand value</p> <p>Product, services and branding strategy</p> <p>Pricing: Capturing customer value</p> <p>Place: Marketing channels</p> <p>Promotion: Marketing communications mix (incl. Digital marketing)</p> <p>Software marketing and IT sales</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Combination of lecture and tutorial in a workshop style.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Grundlagen Medienmanagement</p>				

6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>-</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Written exam</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Passed module exam</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Wirtschaftsinformatik (awis)</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Armstrong, Gary; Kotler, Philip; Harker, Michael; Brennan: Marketing – An Introduction; Pearson</p> <p>Blythe, Jim; Essentials of Marketing; Pearson</p> <p>Chaffey & Ellis-Chadwick; Digital Marketing - Strategy, Implementation and Practice</p> <p>Dodson, Ian; The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns</p> <p>Kingsnorth; Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing</p> <p>Kotler, Philip; Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control; Upper Saddle River; NJ, USA (Prentice-Hall)</p> <p>Newest edition each.</p> <p>And appropriate articles in scientific journals (e.g. European Journal of Marketing, International Journal of Market Research, Journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Journal of Consumer Research, Journal of Consumer Psychology, Journal of Interactive Marketing) and professional journals.</p>

E-Business					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	5. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Pagel					
1	Lehrveranstaltungen E-Business	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 65 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen Grundbegriffe des E-Business und des Teilgebiets E-Commerce. Sie können die dazu notwendigen Technologien einordnen (XML, Webservices u.a.). Sie kennen weitere Anwendungsgebiete des E-Business (u.a. E-Government und E-Health) und können sie adäquat differenzieren. Die Studierenden behandeln spezifische Fragen des Verbraucherschutzes und Datenschutzes. Sie können den Nutzen elektronischer Geschäftsbeziehungen für Unternehmen bewerten sowie betriebliche Problemstellungen des E-Business kompetent beurteilen. Sie kennen Veränderungen und Veränderungsprozesse durch Informationstechnologie im Rahmen der digitalen Transformation und können Konzepte und Modelle auf konkrete Unternehmensbeispiele anwenden.</p> <p>Anhand aktueller Case Studies erfahren die Studierenden die Notwendigkeit und die Ausgestaltung von IT-basierten Geschäftsmodellen. Die Studierenden diskutieren kritisch im Plenum, müssen zu einem individuellen Ergebnis kommen und diese geeignet präsentieren. Die Erstellung einer individuellen Hausarbeit vermittelt die Kompetenzen, die bei der späteren Erstellung einer Thesis erforderlich sind.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Grundlagen des E-Business</p> <p>Digitale Transformation von Unternehmen und Gesellschaft</p> <p>E-Society (E-Government, E-Health, E-Home u.a.)</p> <p>E-Communication</p> <p>E-Collaboration</p> <p>E-Commerce (u.a. Datenschutz und Verbraucherschutz)</p> <p>Funktionen des E-Commerce: E-Procurement, E-Shop, E-Payment, E-Fulfillment</p> <p>Technologiefelder des E-Commerce: E-Security, Web Services.</p> <p>Elektronische Aufgaben in ausgewählten Funktionen (E-Entrepreneurship, E-Recruiting)</p> <p>Ausgewählte Fallstudien (aus unterschiedlichen Bereichen)</p> <p>Entwicklungstendenzen (z. B. Mobile Technologien, Internet of Things)</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Grundlagen Wirtschaftsinformatik, Grundlagen Medienmanagement</p>				

6	Regelungen zur Präsenz -
7	Prüfungsart und -umfang Hausarbeit und Präsentation
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) -
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/166
11	Sonstige Informationen Literatur Kollmann, Tobias; E-Business. Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesses in der Net Economy Meier, Andreas; Stormer, Henrik; E-Business und E-Commerce. Management der digitalen Wertschöpfungskette Wirtz Bernd; Electronic Business; SpringerGabler Jeweils neueste Auflage. Sowie einschlägige Artikel aus relevanten Fachzeitschriften (Information Management, Wirtschaftsinformatik, Marketing Review St. Gallen, HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik).

Praxismodul					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	350 h	14	5. Semester 6. Semester	semesterweise	2 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Thomas Becker					
1	Lehrveranstaltungen Praxismodul	Kontaktzeit 15 h	Selbststudium 335 h	geplante Gruppengröße 10 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden setzen die in Lehrveranstaltungen gelernten Studieninhalte aus den drei Kompetenzfeldern Medien, IT und Management in Projekte der Praxis um. In der Regel bearbeiten sie ein Projekt aus dem Unternehmensumfeld. Sie lernen, wissenschaftlich fundierte Forschungsmethoden anzuwenden. Hierzu integrieren sie Kenntnisse aus den verschiedenen Fachvorlesungen, setzen Projektmanagement-Kenntnisse ein und verbinden dieses mit den Anforderungen aus den jeweiligen Unternehmen.</p> <p>Zwischenstände der Projekte werden im Plenum diskutiert (Plenum). Durch kritische Diskussion von Konzepten wird Problemlösungs- und Kritikfähigkeit geübt und gestärkt. Die Ergebnisse des Praxismoduls müssen in Form eines Berichts dargestellt werden; zusätzlich sind die Ergebnisse in komprimierter Form als Powerpoint-Vortrag und als Poster auf dem jährlichen Projekttag Wirtschaftsinformatik und Medien zu präsentieren. Die Studierenden üben im Rahmen dieses Moduls – neben der Anwendung und Vernetzung verschiedenster Fach- und Methodenkompetenzen – Fähigkeiten zur Strukturierung und Systematisierung verschiedenster Aspekte sowie deren Präsentation.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Wissenschaftliche Forschungsmethodik</p> <p>Projekt aus den Kompetenzfeldern Medien, IT und Management.</p> <p>Integrative Betrachtung von Projektmanagement sowie medienökonomischen, gestalterischen und/oder IT Themen</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Coaching/Individuelle Betreuung der Studierenden einzeln oder in Kleingruppen.</p> <p>Das Praxismodul ist als zweisemestriger Block geplant und erlaubt nur in Ausnahmefällen Aufteilungen in mehrere Teilprojekte. So lassen sich auch Fragestellungen in Unternehmen bearbeiten, die aufgrund ihrer Komplexität und zeitlichen Planung keine Bearbeitung innerhalb eines Semesters ermöglichen.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Projektmanagement</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Für eine erfolgreiche Projektarbeit ist grundsätzlich eine Anwesenheit zu den Projektbesprechungen notwendig. Darüber hinaus gibt es bei einigen weiteren Terminen Präsenzpflcht. Genaueres wird in der Veranstaltungsbeschreibung geregelt.</p>				

7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form eines Praxisberichts und einer Präsentation (Studienleistung)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>Awis, BIS BWL</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Leitfaden zur Anfertigung von Hausarbeiten, Praxisberichten und Bachelor-Arbeit</p>

Semester 6					
Personalmanagement & Organisation					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	6. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Susanne Rank					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Personal und Organisation	45 h	80 h	30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden erkennen die betrieblichen Bereiche und Aufgaben des Personalmanagement und Organisation. Sie gewinnen einen Überblick über die wichtigsten Funktionen und Gestaltungsbereiche des Personalmanagements im Unternehmen. Sie können die grundlegenden Begriffe erklären und wenden diese in Fallbeispielen an. Sie vergleichen Grundlagen der Aufbau-, Ablauf- und Prozessorganisation sowie exemplarisch Methoden des Personalmanagements und der Organisation kennen. Insbesondere den Aspekt Change Managements aufgrund von Veränderungen in Prozessstrukturen verknüpfen die Studierenden mit den Organisationstheorien.</p> <p>Durch schriftliche Ausarbeitungen übertragen die Studierenden ihre erlernten theoretischen Erkenntnisse auf Praxisbeispiele aus Unternehmen und sind in der Lage, grundlegende Begriffe des Personalmanagements, Organisation und Change Managements zu definieren. Durch Teampräsentationen trainieren sie ihre rhetorischen Fertigkeiten der Sozialkompetenz, Zuhörer von ihrem Konzept zu überzeugen. In dieser Lehrveranstaltung steht auch das Selbstmanagement im Vordergrund. Die Studierenden erlernen den kritischen Umgang mit wissenschaftlichen Materialien und erwerben Kenntnisse zur Strukturierung der eigenen Aktivitäten im Studium und zur zielorientierten Konzeption von Inhalten.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in das Personalmanagement • Employer Branding, Personalbeschaffung und Personalauswahl • Personalwirtschaft, Vergütung und Arbeitszeitmodelle • Personalentwicklung und Führung • Aufbau-, Ablauf- und Prozessorganisation • Methoden des Organisierens • Einführung in das Change Management 				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Die Lehrveranstaltung untergliedert sich in Vorlesung, Übungen und Kleingruppenarbeit. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Grundlagen Medienmanagement</p>				

6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Ggf. Anwesenheitspflicht bei Teampräsentationen, siehe Beschreibungen im Syllabus</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Hausarbeit und Präsentation</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Olfert, Klaus; Personalwirtschaft; Kiehl Scholz, Christian; Grundlagen des Personalmanagement; Vahlen Vahs, Dietmar; Organisation; Schäffer Poeschel</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Digitale Kommunikation					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	6. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Pagel					
1	Lehrveranstaltungen Digitale Kommunikation	Kontaktzeit 45 h	Selbststudium 80 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden verstehen digitale Kommunikation als alle Formen der interpersonalen, gruppenbezogenen und öffentlichen Kommunikation, die offline oder online über Computer(netze) und digitale Endgeräte erfolgen. Sie kennen technische, betriebswirtschaftliche und sozialpsychologische Aspekte der Kommunikation in der Breite und ausgewählte aktuelle Spezialfragen in der Tiefe. Hierbei werden technologische State-of-the-Art-Entwicklungen digitaler Medien als Beispiele herangezogen (bspw. Semantic Web, Internet of Things), relevante Instrumente können von den Studierenden angewendet werden.</p> <p>Die Studierenden üben im Rahmen dieses Moduls – neben der Anwendung und Vernetzung verschiedenster Fach- und Methodenkompetenzen – Fähigkeiten zur interpersonalen und gruppenbezogenen Kommunikation.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Wissenschaftliche Perspektiven auf digitale Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> - BWL: Marketingkommunikation - Kommunikationswissenschaft: Computervermittelte Kommunikation - IT: Informations- und Kommunikationstechnik <p>Strukturen digitaler Kommunikation: Internet Governance</p> <p>Wirkung digitaler Kommunikation: Sozialpsychologie digitaler Medien</p> <p>Technologien digitaler Kommunikation:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Suchmaschinenoptimierung (Onsite vs. Offsite) und Suchmaschinenwerbung - Social Media Management (Ebenen, Modell, Phasen) - Semantic Web - Web Analytics - Internet of Things - Cloud Kommunikation <p>Funktionen digitaler Kommunikation</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Ein besonderer Fokus liegt auf mündlichen Interaktionsformen der interpersonalen und gruppenbezogenen Kommunikation (Gruppendiskussionen, Rollenspiele, Webinars, Onlinekonferenzen etc.)</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Marketing</p>				

6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Aufgrund der hohen Bedeutung interpersonaler Kommunikation besteht Anwesenheitspflicht. Maximal zulässig ist ein zweimalig unentschuldigtes Fehlen.</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Mündliche Prüfung</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Beck, Klaus; Computervermittelte Kommunikation im Internet; München; Oldenbourg Dewdney, Andrew; Ride, Peter; The Digital Media Handbook; New York; Routledge Döring, Nicola; Sozialpsychologie des Internet. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identitäten, soziale Beziehungen und Gruppen; Göttingen; Hogrefe Fraas, Claudia; Meier, Stefan; Pentzold, Christian; Online-Kommunikation: Grundlagen, Praxisfelder und-Methoden; München; Oldenbourg Hassler, Marco; Digital und Web Analytics; mitp Lewandowski, Dirk; Suchmaschinen verstehen; Springer Vieweg Xpert.press Michelis, Daniel; Schildhauer, Thomas; Social Media Handbuch. Theorien, Methoden, Modelle und Praxis; Baden-Baden; Nomos Pellegrini, Tassilo; Sack, Harald; Linked Enterprise Data: Management und Bewirtschaftung vernetzter Unternehmensdaten mit Semantic Web Technologien; Springer Vieweg X.media.press Schmidt, Jan-Hinrik; Taddicken, Monika (Hrsg.); Handbuch Soziale Medien; Wiesbaden; VS Springer Schweiger, Wolfgang/Beck, Klaus (Hrsg.); Handbuch Online-Kommunikation; Wiesbaden; VS Verlag Weinberg, Tamar; Social Media Marketing. Strategien für Twitter, Facebook & Co; Köln</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Sowie folgende Buchreihen:</p> <p>Digital Communication Research (offizielle Buchreihe der CvK, verlagsunabhängig, Open-Access) Internet Research im Nomos-Verlag Neue Schriften zur Online-Forschung im Herbert von Halem-Verlag Routledge Studies in New Media and Cyberculture im Routledge Verlag</p> <p>Sowie einschlägige Artikel aus Fachzeitschriften (u.a. Computers in Human Behavior, Cyberpsychology, International Journal of Internet Science, Journal of Information Technology & Politics).</p>

Videojournalismus (Option)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	6. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Thomas Becker					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Videojournalismus (Option)	60 h	65 h	25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden lernen in Theorie und Praxis die Grundlagen kennen, um journalistischen Videobeiträge eigenständig zu erstellen. Sie sind in der Lage, mit dem Medium Video Kommunikationsaufgaben inhaltlich, formal-gestalterisch und technisch zu erfüllen und kennen rechtliche und produktionswirtschaftliche Rahmenbedingungen. Jeder Studierende wird zum Ende des Seminars Beiträge (z.B. Umfrage und Kurz-Reportage) konzipiert und produziert haben. Die Arbeiten können auch in kleinen Teams organisiert werden.				
3	Inhalte Grundlagen: Journalistische Formate (Umfrage, Nachrichtenstück, Reportage, Kolumne) Presserechtliche Rahmenbedingungen für Video und Bild Anforderungen an einen journalistischen Beitrag Publikationswege Kostenplanung Mobileameratechnik, Tontechnik Analyse von Fremdbeiträgen Praxisphase: Planung eines Beitrags Aufbau des Beitrags Vorrecherche Drehort-Bestimmung Dreh: Logistik, Umsetzung Postproduktion: Umgang mit Schnittprogrammen Off-Ton texten Off-Ton sprechen Feedback: Verfassen von Analysen zu eigenen Produktionen				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Workshop im seminaristischen Stil. Der Übungs- bzw. Praxisanteil beträgt ca. 30 – 40%.				

5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Mediengestaltung I (Typografie & Print)</p> <p>Mediengestaltung II (Bild, Licht, Ton)</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>Für eine erfolgreiche Projektarbeit ist grundsätzlich eine Anwesenheit zu den Projektbesprechungen notwendig. Darüber hinaus gibt es bei einigen weiteren Terminen Präsenzpflcht. Genaueres wird in der Veranstaltungsbeschreibung geregelt.</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Projektarbeit</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Foust, James C.; Fink, Edward J.; Gross, Lynne S. (2013); Video Production Disciplines and Techniques; 11th ed., Scottsdale Arizone: Holcomb Hathaway</p> <p>Harrington, Richard; Weiser, Mark: Professional Web Video. Plan, Produce, Distribute, Promote, and Monetize Quality Video; Focal Press</p> <p>Müller, Arnold Heinrich; Geheimnisse der Filmgestaltung. Montage und Filmgestaltung für Filmer; Schiele & Schön</p> <p>Wegner, Dushan; Der Videojournalist; Mediabook International</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Medienkonzeption (Option)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	6. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Anja Stöffler (Fachbereich Gestaltung, Hochschule Mainz)					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Medienkonzeption (Option)	60 h	65 h	25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Die Studierenden werden mit einer komplexen Aufgabenstellung konfrontiert, die in Teams mit fachlichen Schwerpunkten bearbeitet werden und für die Lösungsansätze gefunden werden sollen. Teil der Aufgabe ist es, eine umfangreiche Medienproduktion zu planen und über Art, Umfang und Einsatz der verschiedenen Medien zu entscheiden und im „Learning by doing“ aktuelle Techniken von Medienproduktionen kennen zu lernen.				
3	Inhalte				
	Konzeption, Design und Implementierung einer Medienkonzeption				
4	Lehrformen				
	Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Grundlagen Medienmanagement, Mediengestaltung I und II, Mediensysteme I und II				
6	Regelungen zur Präsenz				
	-				
7	Prüfungsart und -umfang				
	Schriftliche Prüfung in Form von Projektarbeit und/oder Klausur				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)				
	-				
10	Stellenwert der Note für die Endnote				
	5/166				
11	Sonstige Informationen				
	-				

Erweiterte und Virtuelle Realität - neue Möglichkeiten in der Kundenkommunikation (Option)

Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	6	Jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Lothar Steiger					
1	Lehrveranstaltung Erweiterte und Virtuelle Realität (Option)	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 65 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden wissen, wie sich heutzutage neue Technologien effektiv und effizient in der Kundenkommunikation einsetzen lassen, wie Unternehmen in der Kundenkommunikation mit innovativer IT eine USP aufbauen können, welche Bedeutung heute Apps, Augmented Reality, Location based Services, Social Networks, Micro Blogs oder Gamification besitzen, wie sie sich sinnvoll in die Kundenkommunikation einbinden lassen. Weiterhin sind die Studierenden in der Lage, geeignete Geschäftsmodelle zu bewerten und erfolgreiche Ansätze abzuleiten. Sie wissen, welche rechtlichen Aspekte zu berücksichtigen sind. Die Studierenden erweitern ihre sozialen Kompetenzen, in dem sie ihr theoretisches Wissen praktisch im Team an realen Beispielen anwenden und umsetzen. Durch die Aufgabenstellung lernen die Studierenden den Kommunikationsprozess, deren einzelne Prozessschritte, Zusammenhänge und Wechselwirkungen zu innovativen IT-Lösungen kennen und lernen, Situationen zu analysieren sowie strukturiert und zielgerecht einen Lösungsansatz zu erarbeiten.				
3	Inhalte <ul style="list-style-type: none"> • Kundenkommunikation als Prozess und Aufgabe • Innovative IT-Lösungen wie Apps, Augmented Reality, Location based Services, Social Networks, Micro Blogs oder Gamification • Konzeption geeigneter Kommunikationsstrukturen auf Basis neuer Technologien 				
4	Lehrformen Seminaristischer Vorlesungsstil ergänzt durch Impulsreferate, Diskussion, Brainstorming und Gruppenarbeiten.				
5	Teilnahmevoraussetzungen -				
6	Regelungen zur Präsenz				
7	Prüfungsart und -umfang Klausur sowie Erstellung eines Business Case				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				

9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>B.Sc. Betriebswirtschaftslehre Teilzeit</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Mehler-Bicher, Anett, Steiger, Lothar, Reiß, Michael: Augmented Reality; München Grabs, Anne, Bannour, Karim-Patrick: Follow me!: Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co.; Bonn</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

SAP TERP 10 (Option)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	5. Semester	semesterweise	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Thomas Becker					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	SAP TERP 10 (Option)	60 h	65 h	25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	<p>Die Studierenden verstehen die horizontale und vertikale Integrationsfunktion betrieblicher Anwendungssoftware. Sie können die wichtigsten Geschäftsprozesse im Unternehmen, ihre Modellierung und Darstellung beschreiben. Sie können erläutern, wie die wesentlichen integrativen Geschäftsprozesse in den Bereichen Beschaffung, Produktion, Planung, Projektmanagement, Vertrieb, Kundenservice, Anlagenverwaltung, Finanzbuchhaltung, Controlling, Personalwirtschaft und Analytics innerhalb von SAP ERP zusammenspielen und lernen das System anhand von praktischen Übungen kennen und können es bedienen.</p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, die wesentlichen Schritte (Transaktionen) der wichtigsten innerbetrieblichen Geschäftsprozesse im Anwendungssystem SAP ERP auszuführen. Die Vor- und Nachbereitung des umfangreichen Stoffs, sowie die notwendige selbstständige Ergänzung der in der Vorlesung diskutierten Inhalte unterstützt die Studierenden in ihrer Kompetenz sich zu organisieren, zu kommunizieren und eigenständig Wissen zu erschließen.</p>				
3	Inhalte				
	<p>Aufbau des SAP ERP Systems</p> <p>Navigation im System</p> <p>Geschäftsprozesse im SAP ERP (Beschaffung, Produktion, Planung, Projektmanagement, Vertrieb, Kundenservice, Anlagenverwaltung, Finanzbuchhaltung, Personalwirtschaft)</p>				
4	Lehrformen				
	Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Der Übungsanteil beträgt ca. 20 – 30%.				
5	Teilnahmevoraussetzungen				
	Grundlagen IT, Geschäftsprozessmanagement				
6	Regelungen zur Präsenz				
	-				
7	Prüfungsart und -umfang				
	Online-Zertifizierung durch SAP				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)				
	BIS, BWL, AWIS				

10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/166
11	Sonstige Informationen Literatur SAP TERP 10 Vorbereitungsunterlagen Neueste Auflage.

Internet Enterprise Application Technologies (Option)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	6. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Jens Reinhardt					
1	Lehrveranstaltungen Internet Enterprise Application Technologies (Option)	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 65 h	geplante Gruppengröße 25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden lernen Konzepte, Architekturen und Aspekte des Betriebs von Internet basierten Enterprise Anwendungen kennen. Sie kennen Aspekte der Datensicherheit, Bedrohungsszenarien und Schutzmechanismen im Zusammenhang mit Internet basierten Enterprise Anwendungen. Sie wissen um die ressourcenbezogenen Herausforderungen des Betriebs wie Lastverteilung (Loadbalancing) oder Ausfallsicherheit (Failover). Sie kennen Realisierungswege der Oberflächen (Rich Clients, Thin Clients) und konzeptionelle Grundlagen der eingesetzten Verfahren, Technologien und Produkte (Ajax, Silverlight etc.). Die Studierenden arbeiten sich bei der gemeinsamen Lösung von Aufgaben in neue, ihnen unbekannt Themen ein. Um hier erfolgreich zu sein, müssen die Studierenden aufkommende Konflikte beherrschen lernen und ihre Fähigkeiten erweitern gemeinsam Entscheidungen zu treffen. Die Vorstellung von Ergebnissen vor der Gruppe motiviert die Studierenden, ihre Präsentationsfähigkeiten weiter auszubauen.				
3	Inhalte Grundlegende Konzepte und Verfahren von Internet-basierten Enterprise Applications Server-basierte Verfahren und Technologien sowie Einsatzszenarien Client-basierte Verfahren und Technologien sowie Einsatzszenarien Konzepte und Grundlagen von Rich-Client-Technologien (RIA) Sicherheit von Bedrohungsszenarien von Internet Enterprise Applications Verfahren und Technologien beim Betrieb von Internet Enterprise Applications				
4	Lehrformen Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.				
5	Teilnahmevoraussetzungen Programmierung I + II, Webprogrammierung, Software Engineering, Rechnernetze und -architekturen				
6	Regelungen zur Präsenz -				
7	Prüfungsart und -umfang Schriftliche Prüfung in Form von Präsentation und Hausarbeit				

8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>awis</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Brown, William et al.; Anti Patterns - Refactoring Software, Architectures and Projects in Crisis; Wiley Fowler, Martin; Patterns for Enterprise Application-Architectures; Addison-Wesley Professional Liebhart, Daniel et al.; Architecture Blueprints; Hanser Nygard, Michael; Release It!: Design and Deploy Production-Ready Software; Pragmatic Bookshelf</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Innovative Geschäftsmodelle und Technologien in digitalen Medien (Option)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	6. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Bernhard Ostheimer					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Innovative Geschäftsmodelle und Technologien in digitalen Medien (Option)	60 h	65 h	25 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen <p>Die Studierenden erhalten Einblick in aktuelle Themen aus dem Bereich der medienorientierten Wirtschaftsinformatik. Die Studierenden können die Herausforderungen, welche durch digitale Medien induziert werden, mit Konzepten, Modellen, Instrumenten und Techniken der Wirtschaftsinformatik verbinden. Die Studierenden erlernen die kreative Kombination innovativer Technologien mit betriebswirtschaftlichen Ansätzen. Durch Vor- und Nachbereitung der Veranstaltungen schulen die Studierenden ihr Selbstmanagement. Die Studierenden diskutieren kritisch in Kleingruppen, müssen zu einem Ergebnis kommen und dieses Ergebnis geeignet präsentieren. Anhand einer zumindest prototypischen Umsetzung prüfen die Studierenden ihr Ergebnis und müssen ihre Lösung gegenüber Fachleuten argumentativ vertreten und mit ihnen weiterentwickeln. Weitere Lernziele hängen von den spezifischen aktuellen Themen ab.</p>				
3	Inhalte <p>Planung, Entwicklung, Implementierung, Betrieb, Weiterentwicklung und ökonomischen Einsatz von Informations- und Kommunikationssystemen im Kontext der medienorientierten Wirtschaftsinformatik</p> <p>Situationsanalyse und Zielbildung</p> <p>Anforderungsanalyse</p> <p>Konzepterstellung</p> <p>Prototypische Realisierung</p> <p>Die Inhalte werden themenspezifisch detailliert</p>				
4	Lehrformen <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.</p>				
5	Teilnahmevoraussetzungen <p>Grundlagen Medienmanagement, Grundlagen Medieninformatik, Grundlagen Wirtschaftsinformatik, Methodik / Systematik / Präsentation, Projektmanagement</p>				
6	Regelungen zur Präsenz <p>-</p>				
7	Prüfungsart und -umfang <p>Projektarbeit</p>				

8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) -
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/166
11	Sonstige Informationen -

IT Produktmanagement (Option)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	6. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Gunther Piller					
1	Lehrveranstaltungen IT-Produktmanagement (Option)	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 65 h	geplante Gruppengröße 40 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen ökonomische Prinzipien der Softwareindustrie. Sie können wichtige Strategien von Softwareanbietern beschreiben. Sie können erklären, wie Plattformkonzepte in der IT-Industrie funktionieren. Die Studierenden erkennen Vermarktungsstrategien und Vertriebskonzepte für IT-Produkten. Die Studierenden können die wesentlichen Aufgaben der Softwareproduktplanung beschreiben. Sie sind in der Lage Prototypen für Produktideen mittels Design Thinking zu entwickeln.</p> <p>Die Studierenden erwerben ein breites Wissen über wesentliche Aufgaben des IT-Produktmanagements. Sie diskutieren unterschiedliche Marktsituationen und Strategien kritisch in Kleingruppen, müssen zu einem Ergebnis oder einer Lösung kommen und diese geeignet präsentieren. In einem Design Thinking-Projekt schulen sie ihre Fähigkeit eine Problemstellung in dessen realem Umfeld zu analysieren und mögliche Lösungsideen eigenständig zu entwickeln. Diese Teamarbeit schult zudem die soziale Kompetenz der Teilnehmer.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Ökonomische Prinzipien der Softwareindustrie</p> <p>Geschäftsmodelle von Softwareherstellern</p> <p>Vermarktungsstrategien und Vertriebskonzepte</p> <p>Partner-Ökosysteme und Plattformkonzepte</p> <p>Softwareplanung und Anforderungsmanagement</p> <p>Design Thinking</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Projektarbeit. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt. Die Projektarbeit beträgt ca. 40%-50%.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Grundlagen IT</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>-</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form von Teamarbeiten</p>				
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>				

9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) -
10	Stellenwert der Note für die Endnote 5/166
11	Sonstige Informationen Literatur Buxmann, Peter; Diefenbach, Heiner; Hess, Thomas; Die Softwareindustrie: Ökonomische Prinzipien, Strategien, Perspektiven; Springer Cusumano, Michael; The Business of Software; Simon & Schuster Herzwurm, Georg; Pietsch, Wofram; Management von IT-Produkten; dpunkt Kittlaus, Hans-Bernd; Clough, Peter N.; Software Product Management and Pricing; Springer Moore, Geoffrey; Crossing the Chasm; Harper Rupp, Chris et al.; Requirements-Engineering und –Management; Hanser Jeweils neueste Auflage.

Semester 7					
Human Computer Interaction					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	7. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Sven Pagel					
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	Human Computer Interaction	30 h	95 h	30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen die Termini der Wissenschaftsdisziplin Mensch-Maschine-Interaktion (u.a. Usability-Standards) und wenden diese auf digitale Medien an. Sie verstehen die Schritte des User Centred Designs als benutzerorientierten Gestaltungsprozess mit den zugehörigen Methoden. Sie sind mit den quantitativen und qualitativen Instrumentarien des Anforderungsmanagements vertraut. Die Studierenden erarbeiten Interaktionskonzepte auf der Basis von Interaktionstechniken, Interface-Gestaltung u.v.m. Sie bewerten Evaluationsmethoden differenziert und können Usability-Tests konzipieren und durchführen.</p> <p>Im Modul wird ein fundierter Einblick in die Wissenschaftsdisziplin Mensch-Maschine-Interaktion an der Schnittstelle von Mediengestaltung, Medieninformatik und BWL erarbeitet. Durch den Einsatz von komplexeren Case Studies lernen die Studierenden, eine effiziente Mensch-Computer-Interaktion zu konzipieren. Diese Case Studies zu ausgewählten Themenfeldern werden dann bewusst konfliktorientiert im Forum diskutiert.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Thematische Einführung und Grundlagen (HCI, User Centred Design, User Experience, Usability)</p> <p>Nutzerforschung im Rahmen des Requirements Engineering (qualitative und quantitative Analysemethoden)</p> <p>Ziele und Aufgaben der Usability</p> <p>Prozess und Methoden des Interaktionsdesigns (Informationsarchitektur, Gestaltung der Benutzerschnittstelle, Interaktionstechniken insbesondere auch für mobile und ubiquitäre Anwendungen)</p> <p>Usability Testing</p> <p>Integrierte Schnittstellenkonzeption in Case Studies</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Coaching/Individuelle Betreuung der Studierenden in Kleingruppen</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Mediengestaltung I + II</p> <p>Mediensysteme I + II</p> <p>Programmierung I + II</p>				

6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>-</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur (90 min.)</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Klausur</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Moser, Christian; User Experience Design - Mit Erlebniszentrierter Softwareentwicklung zu Produkten, die begeistern; Berlin; Springer Vieweg. (Digital verfügbar über OPAC)</p> <p>Arndt, Henrik; Integrierte Informationsarchitektur: Die erfolgreiche Konzeption professioneller Websites; Springer</p> <p>Bernsen, Niels Ole; Dybkjær, Laila; Multimodal Usability (Human- Computer Interaction); Springer</p> <p>Herczeg, Michael; Softwareergonomie. Grundlagen der Mensch-Computer-Kommunikation; Oldenbourg</p> <p>Nagel, Wolfram; Fischer, Valentin; Multiscreen Experience Design: Prinzipien, Muster und Faktoren für die Strategieentwicklung und Konzeption digitaler Services für verschiedene Endgeräte; Schwäbisch Gmünd: digiparden</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p> <p>Sowie einschlägige Artikel aus Fachzeitschriften (u.a. icom – Zeitschrift für interaktive und kooperative Medien).</p>

IT Sicherheit					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	7. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Thomas Becker					
1	Lehrveranstaltungen IT Sicherheit	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 95 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes)/ Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden kennen die Grundlagen der Informations- und IT Sicherheit allgemein und spezielle Anforderungen der Medienbranche. Sie erkennen Bedrohungen und legen entsprechende Gegenmaßnahmen fest. Sie können Konzepte für ein umfassendes Sicherheitsmanagement beurteilen und zumindest teilweise erarbeiten. Sie können alle Aspekte eines erfolgreichen Sicherheitsmanagements praktisch einsetzen.</p> <p>Durch kritische Diskussion von Sicherheitskonzepten wird Team- und Kritikfähigkeit geübt und gestärkt. Praxisnahe Fallstudien werden in kleinen Teams erarbeitet und in Gruppendiskussionen besprochen.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Grundlagen der Informations- und IT Sicherheit</p> <p>Grundlagen des Datenschutzes</p> <p>Bedrohungen und daraus resultierende Gefährdungen</p> <p>Übersicht über die wichtigsten Gegenmaßnahmen auf organisatorischer und technischer Ebene</p> <p>Spezielle Gegenmaßnahmen zum Schutz medientechnischer Produktionssysteme</p> <p>Aufbau und Betrieb eines Informationssicherheitsmanagements (ISMS) nach ISO27001 gemäß IT-Grundschutz</p> <p>Durchführen von Risikoanalysen nach BSI-Standard 100-3</p> <p>Notfallmanagement nach BSI-Standard 100-4</p> <p>Aktuelle Trends/Fallstudien</p>				
4	<p>Lehrformen</p> <p>Lehrveranstaltung aus kombinierter Vorlesung/Übung. Die Lehrveranstaltung findet im seminaristischen Stil statt.</p>				
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Datenbanken</p> <p>Programmierung I + II</p>				
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>-</p>				
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form einer Klausur</p>				

8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Klausur</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>awis</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Schmidt, Klaus; Der IT Security Manager; Hanser IT-Grundschutzkataloge; Bundesanzeiger-Verlag Informationssicherheit und IT-Grundschutz, BSI-Standards 100-1, 100-2 und 100-3; Bundesanzeiger-Verlag Notfallmanagement, BSI-Standard 100-4 zur Business Continuity; Bundesanzeiger-Verlag</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Unternehmensführung (inkl. Business Planning)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
	125 h	5	7. Semester	jährlich	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Bernhard Ostheimer					
1	Lehrveranstaltungen Unternehmensführung (inkl. Business Planning)	Kontaktzeit 60 h	Selbststudium 65 h	geplante Gruppengröße 30 Studierende	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>Die Studierenden lernen in Teams ein eigenes unternehmerisches Vorhaben zu konzipieren, auf Marktfähigkeit zu prüfen, zu reflektieren und abschließend in einen bankfähigen Geschäftsplan (Business Plan) zu überführen. Dabei werden Kompetenzen geweckt und gefördert, die Verbindung unterschiedlicher Perspektiven gefordert, kollektive Intelligenz aktiviert sowie nachhaltiger Wissenstransfer untereinander, mit den Coaches und den Referenten forciert. Unternehmerisches Denken und Handeln wird geweckt und gefördert. Die Studierenden vertiefen im Rahmen dieser Veranstaltung zudem ihre Kenntnisse über Grundstruktur und Ablauf der integrierten Erfolgs- und Finanzplanung, auch als zentrales unternehmerisches Planungsinstrument für Ergebnis und Liquidität. Sie sind in der Lage, dieses Wissen selbstständig auf die konkrete Problemstellung eines Business Plans zu übertragen.</p> <p>Durch die Aufgabenstellung werden den Studierenden betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und Wechselwirkungen zwischen den betriebswirtschaftlichen Teildisziplinen verdeutlicht. An einem konkreten Praxisbeispiel können sie diese Kenntnisse praxisorientiert vertiefen. Ein eventueller Informationsbedarf kann mittels individuellem Coaching durch die Dozenten und andere Sachverständige gedeckt werden. Die Studierenden lernen, sich arbeitsteilig im Team zu organisieren, Konzepte und Rahmenbedingungen zu analysieren, zu strukturieren und zielgerechte Lösungswege zu erarbeiten. Die Studierenden erfahren hierbei auch die Vorteile und Grenzen einer Zusammenarbeit in Teams, auch unter Zeitdruck. Die intensive Diskussion der Lösungen mit den Kommilitonen sowie im Plenum und die Rückmeldungen der Coaches unterstützen die Studierenden dabei, ein komplexes Projekt zu systematisieren und zielorientiert zu bewältigen. Am Ende steht die gemeinsame Erstellung eines Geschäftsplans sowie dessen Präsentation und Verteidigung vor einer sachkundigen Jury.</p>				
3	<p>Inhalte</p> <p>Unternehmensführung (Zielsetzung, Leitbild, Vision, Meilensteinplanung, Strategie, Nutzen/Vorteile, Preisstellung, Marktforschung, Markt- und Branchenanalyse, Zielgruppenanalyse, Konkurrenzanalyse, Standortanalyse, Vertrieb, Organisation, Kommunikation, SWOT-Analyse, Operative Planung, Kunden-, Absatz-, Umsatz-, Kostenplanung, Investitionsplanung, Rentabilitätsvorschau, Liquiditätsplanung, Kennzahlen und Plausibilitätsprüfung, Finanzierung, Reflexion, Geschäftsplan)</p> <p>Unternehmerische Entscheidung</p> <p>Entscheidungspräsentation</p> <p>Vorbereitung Umsetzung</p>				

4	<p>Lehrformen</p> <p>Impulspräsentation durch die Lehrenden, Impulsreferate, Coaching/Individuelle Betreuung, Dialog, Diskussion, Brainstorming, Vortrag, Präsentation, Lehrgespräch, Gruppenarbeit, Planspiel, Fallbeispiele</p>
5	<p>Teilnahmevoraussetzungen</p> <p>Project Management, Medien- und IT-Recht, Rechnungswesen I + II, Personal und Organisation</p>
6	<p>Regelungen zur Präsenz</p> <p>-</p>
7	<p>Prüfungsart und -umfang</p> <p>Schriftliche Prüfung in Form eines Business Plans und Präsentation</p>
8	<p>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten</p> <p>Bestandene Modulprüfung</p>
9	<p>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</p> <p>-</p>
10	<p>Stellenwert der Note für die Endnote</p> <p>5/166</p>
11	<p>Sonstige Informationen</p> <p>Literatur</p> <p>Reiß, Michael; Conceptem; Mainz</p> <p>Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane; Opresnik, Marc Oliver; Marketing-Management; München; Pearson</p> <p>Porter, Michael. E.; Brandt, Volker; Schwoerer, Thomas Carl; Wettbewerbsstrategie; Frankfurt a. M.; Campus</p> <p>Nagl, Anna; Der Businessplan; Wiesbaden; Springer-Gabler</p> <p>Hahn, Christopher; Finanzierung und Besteuerung von Start-up-Unternehmen; Wiesbaden; Springer-Gabler</p> <p>Weitnauer, Wolfgang et al.; Handbuch Venture Capital; München; C. H. Beck</p> <p>Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.); Starthilfe. Der erfolgreiche Weg in die Selbstständigkeit; Berlin</p> <p>Kubr, Thomas; Ilar, Daniel; Marchesi, Heinz; Planen, gründen, wachsen. Mit dem professionellen Businessplan zum Erfolg; München; Redline</p> <p>Sorensen, Hans Eibe.; Business Development: A Market-oriented Perspective; Hoboken; John Wiley</p> <p>Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves; Wegberg, J. T. A.; Business Model Generation; Frankfurt a. M.; Campus</p> <p>www.existenzgruender.de</p> <p>Jeweils neueste Auflage.</p>

Bachelorarbeit					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
1704	250 h	10	7. Semester	beliebig	1 Semester
Modulbeauftragte/r					
Prof. Dr. Anett Mehler-Bicher					
1	Lehrveranstaltungen Bachelorarbeit	Kontaktzeit 30 h	Selbststudium 220 h	geplante Gruppengröße 5 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden weisen nach, dass sie in der Lage sind, ein studienspezifisches Problem aus Medien, IT und Management zu lösen. Die bisher gewonnenen Erfahrungen und Kenntnisse sind anzuwenden, um eigenständig eine erste größere Arbeit anzufertigen. Sowohl reale Probleme eines Unternehmens im Bereich der Medien, IT und Management als auch theoretische Fragestellungen können bearbeitet werden.				
3	Inhalte Erstellung der Abschlussarbeit				
4	Lehrformen Seminar/Betreuung				
5	Teilnahmevoraussetzungen Zumindest die Module der Semester 1 – 5				
6	Regelungen zur Präsenz -				
7	Prüfungsart und -umfang Abschlussarbeit				
8	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulprüfung				
9	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) -				
10	Stellenwert der Note für die Endnote 10/166				
11	Sonstige Informationen Leitfaden zur Anfertigung von Hausarbeiten, Praxisberichten und Bachelor-Arbeit Literatur Koeder, Kurt: Studienmethodik; Vahlen Theisen, Manuel René; Wissenschaftliches Arbeiten; München Jeweils neueste Auflage.				