

Modulhandbuch

Medien und Information
Media and Information

– Bachelor of Arts –

Stand: 2017-06-08

Modulhandbuch

Medien und Information *Media and Information*

– Bachelor of Arts –

Stand: 2017-06-08

Hochschule	Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Fakultät	Design – Medien – Information
Dekanin	Prof. Dorothea Wenzel
Standort	Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg Fakultät Design – Medien – Information Department Information Finkenau 35 • 22081 Hamburg
Ansprechpartnerin im Fach	Prof. Dr. Ulrike Spree 040 42875-3607 ulrike.spree@haw-hamburg.de
Bezeichnung des Studiengangs	Medien und Information – Mul (Media and Information)
Fachwissenschaftliche Zuordnung	Sozial-, Rechts- und Wirtschaftswissenschaften
Regelstudienzeit in Semestern	6 Semester
Abschlussgrad	Bachelor of Arts
Art des Studiengangs	grundständig
Studienangebot seit ...	Wintersemester 2017/2018
Studienform	Vollzeit
Studiengebühren	nein
Website des Studiengangs	www.haw-hamburg.de/dmi-i.html

Inhalt

1	Kurzbeschreibung des Studiengangs	4
2	Studienplan	5
3	Abkürzungsverzeichnis	6
4	Erläuterungen zu Modulstruktur und Modulhandbuch	7
5	Modulbeschreibungen	8
<i>Mul 1</i>	<i>Handlungskompetenzen</i>	8
MHK 1	Orientierungseinheit	8
MHK 2	Arbeitsorganisation 1	10
<i>Mul 2</i>	<i>Kommunikation und Präsentation</i>	10
MHK 3	Fremdsprachen in der Informationspraxis	10
MHK 4	Kommunikation und Präsentation	11
<i>Mul 3</i>	<i>Medienrecht</i>	12
MÖM 5	Medienrecht 1	12
MÖM 6	Medienrecht 2	13
<i>Mul 4</i>	<i>Wissensorganisation 1</i>	14
MIO 1	Wissensorganisation	15
MIO 2	Information Research 1	16
<i>Mul 5</i>	<i>Informationstechnologie</i>	17
MIT 1	Grundlagen der IT 1	17
MIT 2	Grundlagen der IT 2	18
MIT 3	Screendesign/Multimediatechnologie	18
<i>Mul 6</i>	<i>Wissensorganisation 2</i>	19
MIO 3	User Experience	20
MIO 4	Information Research 2	21
MIO 7	Suchmaschinenoptimierung	21
<i>Mul 7</i>	<i>Medientheorie und Medienforschung</i>	22
MJ 1	Medientheorie und Medienforschung	23
MJ 2	Methoden der Datengewinnung	24
<i>Mul 8</i>	<i>Redaktionsarbeit und -organisation</i>	25
MJ 3	Redaktionsarbeit und -organisation 1	26
MJ 4	Redaktionsarbeit und -organisation 2	27
<i>Mul 9</i>	<i>Beruf und Unternehmen</i>	28
MBP 1	Berufsfeldanalyse	28
MHK 6	Unternehmenskommunikation	29
<i>Mul 10</i>	<i>Datenbanktechnologie</i>	30
MIT 4	Datenbanken 1	30
MIT 5	Datenbanken 2	31
MIT 6	PhP-Programmierung	31
<i>Mul 11</i>	<i>Medienökonomie und -management</i>	32
MÖM 1	Medienökonomie und -management 1	33
MÖM 2	Medienökonomie und -management 2	34
MÖM 3	Betriebliches Datenmanagement	35
<i>Mul 12</i>	<i>Medienwirtschaft und Kommunikationspolitik</i>	36
<i>Mul 13</i>	<i>Informationsarchitektur und -retrieval</i>	37
MIO 5	Informationsarchitektur und automatisches Indexieren	38
MIO 6	Information Retrieval	39
<i>Mul 14</i>	<i>Medienkonzeption und -produktion</i>	40
<i>Mul 15</i>	<i>Praxismodul</i>	41
MBP 2	Praktikum	42
MBP 3	Praktikumskolloquium	42
<i>Mul 16</i>	<i>Praxis und Organisation</i>	43
MHK 5	Arbeitsorganisation 2	44
MBP 4	Praktikumsauswertung	45
<i>Mul 17–21</i>	<i>Wahlpflichtmodule der Schwerpunktbildung: Informationstechnologie</i>	46
<i>Mul 17–21</i>	<i>Wahlpflichtmodule der Schwerpunktbildung: Informationsökonomie und Medienmanagement</i>	47
<i>Mul 17–21</i>	<i>Wahlpflichtmodule der Schwerpunktbildung: Informationsorganisation</i>	48
<i>Mul 17–21</i>	<i>Wahlpflichtmodule der Schwerpunktbildung: Medienwissenschaften und Journalistik</i>	49
<i>Mul 22</i>	<i>Studienprojekt</i>	50
<i>Mul 23</i>	<i>Bachelorarbeit</i>	51
Impressum	52

1 Kurzbeschreibung des Studiengangs

<i>Name, Kürzel</i>	Medien und Information – Mul (Media and Information)
<i>Typ</i>	Bachelor of Arts
<i>Regelstudienzeit</i>	drei Studienjahre (sechs Semester)
<i>Semesterwochenstunden</i>	100 SWS
<i>Leistungspunkte</i>	180 ECTS-Credits

1.1 Profil und Ziele des Studiengangs

In einem informations- und medienwissenschaftlich fundierten, anwendungsorientierten Studium werden im Studiengang *Medien und Information* auf Basis eines breiten theoretischen und praktischen Wissens und umfassender Methodenkompetenzen die analytischen, kreativen und gestalterischen Fähigkeiten zur Entwicklung von informationsorganisatorischen Problemlösungen sowie zur Übernahme verantwortlicher Funktionen und Entscheidungstätigkeiten im Berufsfeld Medien- und Informationswirtschaft vermittelt. Ziel des Studiengangs ist es, die Studierenden mit dem Wissen und Können auszustatten, das es ihnen möglich macht, professionell und bedarfsorientiert Information aus Medien, über Medien und für die Medien zu organisieren, zu bewerten, zu produzieren und zu vermarkten.

1.2 Inhaltlicher Aufbau und Ablauf des Studiengangs

In den Fachsemestern des ersten Studienjahrs werden wissensorganisatorische, medienwissenschaftliche, informationstechnische und medienökonomische Grundlagen sowie allgemeine berufsqualifizierende Kompetenzen vermittelt. Im zweiten Studienjahr folgt auf ein weiteres grundlagenorientiertes Fachsemester das Praxissemester, in dem die Studierenden die bis dahin erworbenen Kenntnisse in einer konkreten Arbeitssituation anwenden. Im dritten Studienjahr sind das Semesterprojekt, als auch die Wahlpflichtmodule angesiedelt, in denen die Studierenden ihren fachlichen Interessen folgen und individuelle Kompetenzprofile entwickeln, indem sie sich in speziellen Bereichen zusätzliches Wissen aneignen.

1.3 Angestrebte Berufsfelder für die Absolventinnen und Absolventen

Das Studium qualifiziert für Dienstleistungen der Informationsorganisation, -vermittlung und -beratung im Berufsfeld Medien und Information unter anderem in der Informationsverwaltung, in der innerbetrieblichen Kommunikation, der Redaktionsarbeit und der Medienproduktion.

Dabei sind Fachkräfte für Medien und Information auf die Diagnose von Informationsdefiziten und die Analyse des Informationsbedarfs in der Medienproduktion und -verwertung spezialisiert. Um ihren Informationsauftrag zu erfüllen, nutzen sie weltweit verfügbare Informationsquellen für die Recherche, Selektion und Beschaffung von Daten, Fakten, Dokumenten und Materialien aus Datenbanken, Pressedokumentationen und audiovisuellen Medienarchiven.

Als Experten und Expertinnen für Medien und Information analysieren und erschließen sie Medieninhalte, und sie erstellen und unterhalten Informationssysteme zur Verwaltung von produktionsrelevanten Informationsressourcen in Medienbetrieben. Als Spezialisten und Spezialistinnen für Rechtemanagement und Syndication klären sie Nutzungsrechte sowie Lizenzpflichten, als Informationsdesigner und -designerinnen entwickeln sie die Informationsarchitektur für Internetangebote und Intranetsysteme und sorgen für deren nutzungsfreundliche, barrierefreie Bedienbarkeit.

2 Studienplan

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Module					Lehrveranstaltungen							
Nr	Art	Name	LP	Notenanteil	Benennung	Sem.	LVA	GrG	LP	SWS	Prüfungsart	Notengewicht
1	PM	Handlungskompetenzen	6	4 %	Orientierungseinheit	1.	SU	48	2	2	PL	1,0
					Arbeitsorganisation 1	1.	Pr	16	4	2		
2	PM	Kommunikation und Präsentation	6	–	Fremdsprachen in der Informationspraxis	1.	Pr	16	3	2	–	–
					Kommunikation und Präsentation	1.	Pr	16	3	2	SL	–
3	PM	Medienrecht	5	3 %	Medienrecht 1	1.	S	24	2	2	–	–
					Medienrecht 2	2.	S	24	3	2	PL	1,0
4	PM	Wissensorganisation 1	5	4 %	Wissensorganisation	1.	S	24	3	2	PL	1,0
					Information Research 1	1.	Pr	16	2	2	SL	–
5	PM	Informationstechnologie	8	4 %	Grundlagen der IT 1	1.	SU	48	2	2	–	–
					Grundlagen der IT 2	1.	Pr	16	3	2	–	–
					Screenedesign/Multimediatechnologie	2.	Pr	16	3	2	PL	1,0
6	PM	Wissensorganisation 2	8	4 %	User Experience	2.	Pr	16	3	2	SL	–
					Information Research 2	2.	Pr	16	3	2	PL	1,0
					Suchmaschinenoptimierung	2.	Pr	16	2	2	–	–
7	PM	Medientheorie und Medienforschung	6	4 %	Medientheorie und Medienforschung	1.	S	24	4	3	PL	1,0
					Methoden der Datengewinnung	2.	Pr	16	2	2		
8	PM	Redaktionsarbeit und -organisation	6	4 %	Redaktionsarbeit und -organisation 1	1.	S	24	3	2	PL	1,0
					Redaktionsarbeit und -organisation 2	2.	Pr	16	3	2		
9	PM	Beruf und Unternehmen	6	4 %	Berufsfeldanalyse	2.	Pr	16	3	2	PL	1,0
					Unternehmenskommunikation	3.	S	24	3	2	SL	–
10	PM	Datenbanktechnologie	7	4 %	Datenbanken 1	2.	SU	48	2	2	PL	1,0
					Datenbanken 2	2.	Pr	16	2	2		
					PHP-Programmierung	3.	Pr	16	3	2		
11	PM	Medienökonomie und -management	9	5 %	Medienökonomie und -management 1	2.	S	24	3	2	–	–
					Medienökonomie und -management 2	3.	S	24	3	2	SL	–
					Betriebliches Datenmanagement	3.	S	24	3	2	PL	1,0
12	PM	Medienwirtschaft und Kommunikationspolitik	5	3 %	Medienwirtschaft und Kommunikationspolitik	3.	S	24	5	3	PL	1,0
13	PM	Informationsarchitektur und -retrieval	7	4 %	Informationsarchitektur und automatisches Indexieren	3.	Pr	16	3	2	PL	1,0
					Information Retrieval	3.	S	24	4	2		
14	PM	Medienkonzeption und -produktion	6	4 %	Medienkonzeption und -produktion	3.	Pr	16	6	4	PL	1,0
15	PM	Praxismodul	24	–	Praktikum	4.	Prak.	1	20	–	–	–
					Praktikumskolloquium	4.	SU	48	4	3	–	–
16	PM	Praxis und Organisation	6	4 %	Arbeitsorganisation 2	5.	S	24	3	2	SL	–
					Praktikumsauswertung	5.	S	24	3	2	PL	1,0
17 21	W PM	Wahlpflichtmodule der Schwerpunktbildung	30	15 %	Im 2. und 3. Studienjahr sind fünf Module beliebig aus folgenden Bereichen zu wählen: • Informationstechnologie • Informationsökonomie und Medienmanagement • Informationsorganisation • Medienwissenschaften und Journalistik	3.–6.	S	24	6	4	PL	1,0
						3.–6.	S	24	6	4	PL	1,0
						3.–6.	S	24	6	4	PL	1,0
						3.–6.	S	24	6	4	PL	1,0
						3.–6.	Pr	16	6	4	PL	1,0
22		Studienprojekt	18	10 %		5.	Proj.	12	18	9	PL	1,0
23		Bachelorarbeit	12	20 %		6.		1	12		PL	1,0
Summen:			180	100 %					180	100	6 SL 21 PL	

3 Abkürzungsverzeichnis

BA	Bachelor of Arts	MWM	Mul-Wahlpflichtbereich: Medienwissenschaften und Journalistik
ECTS	European Credit Transfer System	MWÖ	Mul-Wahlpflichtbereich: Informationsökonomie und -management
GrG	Gruppengröße	MWT	Mul-Wahlpflichtbereich: Informationstechnologie
h	Stunde	PL	(benotete) Prüfungsleistung
HAW	Hochschule für Angewandte Wissenschaften	Pr	Laborpraktikum (nach APSO-I § 7 Abs 1)
LP	Leistungspunkt	Proj	Projekt (nach APSO-I § 7 Abs 1)
LV	Lehrveranstaltung	S	Seminar (nach APSO-I § 7 Abs 1)
LVA	Lehrveranstaltungsart	Sem.	Semester
MBP	Mul-Themengebiet: Beruf und Praxis	SL	(unbenotete) Studienleistung
MHK	Mul-Themengebiet: Handlungskompetenzen	SU	seminaristischer Unterricht (nach APSO-I § 7 Abs 1)
MIO	Mul-Themengebiet: Informationsorganisation	SWS	Semesterwochenstunde
MIT	Mul-Themengebiet: Informationstechnologie	Ü	Übung (nach APSO-I § 7 Abs 1)
MJ	Mul-Themengebiet: Medienwissenschaften und Journalistik	V	Vorlesung (nach APSO-I § 7 Abs 1)
MÖM	Mul-Themengebiet: Medienökonomie und -management	Vt/Pa	Veranstaltungstyp/Prüfungsart
Mul	Medien und Information	WPM	Wahlpflichtmodul
MWI	Mul-Wahlpflichtbereich: Informationsorganisation		

4 Erläuterungen zu Modulstruktur und Modulhandbuch

Die Beschreibung der Module auf den folgenden Seiten folgt im wesentlichen der »Vorlage für eine Modulbeschreibung« aus dem »Leitfaden zur Erstellung eines Akkreditierungsantrags« der Agentur für Qualitätssicherung durch Akkreditierung von Studiengängen e. V. (AQAS) in der Fassung vom 17.05.2011.

Da in dieser Vorlage nur Strukturierungsmuster für die Beschreibungen von Modulen, nicht jedoch von einzelnen Lehrveranstaltungen zu finden sind, folgt das vorliegende Modulhandbuch der Regel, dass für den Fall, dass Module aus mehr als einer Lehrveranstaltung bestehen, separate Lehrveranstaltungsbeschreibungen der eigentlichen Modulbeschreibung nachgestellt sind. Dabei werden alle Formalangaben zu den einzelnen Lehrveranstaltungen wie Studiensemester, Leistungspunkte, Semesterwochenstunden, Lehrform, Gruppengröße, Arbeitsaufwand (*workload*), Kontaktzeit und Prüfungsform in der eigentlichen Modulbeschreibung zusammengefasst; die Lehrveranstaltungsbeschreibung kann deshalb auf die Angaben zu Kürzel, Titel, Modulzugehörigkeit, Lehrende, Lernergebnisse/Kompetenzen, Inhalte, Literatur und gegebenenfalls Ergänzungen beschränkt bleiben.

Für den Fall jedoch, dass Module mit einer Lehrveranstaltung identisch sind, wurden neben den Formalangaben auch die Informationen über Lernergebnisse/Kompetenzen und Inhalte zu dieser Lehrveranstaltung nach der AQAS-Vorgabe in die Modulbeschreibung integriert.

Warum weisen die Module keine einheitlichen Werte für Leistungspunkte auf?

Ausgehend von den Qualifikationszielen der Studiengänge folgt der Zuschnitt der Module weniger einer reinen Fachsystematik, sondern dient vielmehr dem systematischen, stufenweisen Aufbau von Handlungskompetenzen. Demnach spielt neben dem thematischen Zuschnitt mit stringenter interdisziplinärer Fächerintegration im Modulzuschnitt die Kompetenzorientierung eine herausragende Rolle. Im Bachelorstudiengang *Medien und Information* wurden die Pflichtmodule zu den fachlich-thematischen Kompetenzbereichen der Relevanz ihrer Fachinhalte entsprechend mit unterschiedlichem Umfang an Leistungspunkten ausgestattet. Die Wahlpflichtmodule sind hingegen einheitlich mit jeweils sechs Leistungspunkten bemessen, um eine Anrechenbarkeit und gemeinsame Studiengangs- und gegebenenfalls hochschulübergreifende Austauschbarkeit und Anrechenbarkeit zu begünstigen.

Warum ist bei manchen Modulen die zeitliche Begrenzung auf Kalenderjahre nicht eingehalten?

Aus organisatorischen und didaktischen Gründen erstrecken sich im Bachelorstudiengang *Medien und Information* einige Module nicht nur über zwei Semester sondern auch über die Grenzen von Kalenderjahren (Sommersemester und Wintersemester) hinweg. Das Praxissemester im Studiengang *Medien und Information* ist aus organisatorischen Gründen für das vierte, also das Sommersemester terminiert und alterniert somit mit dem Praxissemester des Bachelorstudiengangs *Bibliotheks- und Informationsmanagement*, das im dritten Semester und damit im Wintersemester stattfindet. Aus diesem Grund mussten im Studiengang *Medien und Information* die drei didaktisch kumulativ ausgerichteten Pflichtmodule »Medienökonomie und -management«, »Datenbanktechnologie« sowie »Beruf und Unternehmen« über die Grenzen von Studienjahren hinweg platziert werden. Diese Lösung ist mit den allen KMK-Vorgaben vereinbar und beeinträchtigt nicht das Mobilitätsprinzip, da während des Praxissemesters und des fünften und sechsten Semesters ausreichend Gelegenheit für die Studierenden ist, die eingeräumten Mobilitätsfenster zu nutzen.

Warum gibt es viele Module mit mehreren Lehrveranstaltungen und dazu separaten Prüfungen?

Kernidee und -vorteil des Studiengangs *Medien und Information* ist dessen konsequent fachübergreifende und praxisorientierte Ausrichtung auf einen vielschichtigen und multidisziplinär strukturierten Arbeitsmarkt, in dem generalistisch ausgebildete Informationsexperten und -expertinnen mit Schnittstellenfunktionen gesucht werden. Dementsprechend fachlich vielseitig muss das Studienprogramm organisiert sein und verschiedene Teilfächer und damit Lehrangebote integrieren. Alle Module schließen jedoch mit einer Modulprüfung ab, die inhaltlich alle Modulveranstaltungen einbezieht. Es ist durch klare Bestimmungen dafür gesorgt, dass Teilprüfungen zu einzelnen Lehrveranstaltungen insgesamt den Kompetenzzielen des Moduls entsprechen. Innerhalb eines Moduls können Studienleistungen als Voraussetzung für die Zulassung zur Modulprüfung gefordert werden. Diese Studienleistungen werden im engen zeitlichen und sachlichen Zusammenhang mit entsprechenden Studienphasen innerhalb des jeweiligen Moduls erbracht. Die Aufteilung der Modulprüfung in einigen Modulen ist somit auf das breite Spektrum der Studienfächer zurückzuführen, das die besondere interdisziplinäre Eigenheit und praxispolyvalente Vorteile des Studienprogramms ausmacht.

5 Modulbeschreibungen

Modul Mul 1		Handlungskompetenzen								
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	1.			<i>Moduldauer</i>	ein Sem.	<i>Häufigkeit</i>	jedes Wintersemester	
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	keine					<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information			
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.					<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A. Prof. Dr. Ulrike Verch			
<i>Lehrveranstaltungen</i>	Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup.größe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen	
MHK1 Orientierungseinheit	1.	2	2	SU	≤ 24	60 h	30 h	30 h	SL: fachl. Semesterarbeit	
MHK2 Arbeitsorganisation 1	1.	4	2	Pr	≤ 16	120 h	34 h	86 h	PL: Referat u. Hausarbeit	
<i>Summen</i>	1.	6	4			180 h	64 h	116 h	<i>Gewicht Endnote</i>	4 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Die Studierenden werden nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Bedeutung der im Studiengang vermittelten Fachinhalte in Bezug auf das Berufsfeld Medien und Information beurteilen können; • im Stande sein, ihre Studienstrategien und ihr Lernverhalten an den Aspekten und Erfordernissen der Berufspraxis auszurichten; • befähigt sein, die Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens sowie effiziente Lerntechniken in ihrem Studium anzuwenden; • wissenschaftliche Ausarbeitungen unter Berücksichtigung der wissenschaftlicher Standards zu verfassen. 									

LV Mul 1 : MHK1	Orientierungseinheit
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mul 1 – Handlungskompetenzen
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Ulrike Verch; Tutoren
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Die Studierenden kennen den empfohlenen Studienablauf. Sie sind in der Lage, die Inhalte der Fächer allgemein zu benennen, und motiviert, sich selbstständig und engagiert mit den Inhalten zu beschäftigen. Veranstaltungsarten, Arbeitsformen, Prüfungsarten und -verpflichtungen können eingeschätzt werden. Die Studierenden sind fähig, theoretische Konzepte kritisch zu hinterfragen. Sie sind in der Lage, Lern- und Arbeitsgruppen zu bilden und zielführend zu arbeiten. Sie sind dazu fähig, ihre Rechte und Pflichten in der Selbstverwaltung wahrzunehmen. Sie lernen die Anforderungen der Arbeitswelt kennen; Chancen und Risiken des Arbeitsmarktes können eingeschätzt werden. Sie sind motiviert, Aspekte der Berufspraxis auf ihr Studierverhalten zu reflektieren. Die Studierenden kennen die Biographien und Präferenzen ihrer Kommilitonen und Kommilitoninnen und können erste Kontakte knüpfen. Sie begreifen ihre studentische Lebensumwelt. Sie lernen einen kooperativen Arbeitsstil.
<i>Inhalte</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Studienberatung, Studienverlauf; • Studien- und Prüfungsordnung; • Ziele der Fächer, Inhalte und Anforderungen; • Organisationsstrukturen der Hochschule; • Absolventenhearing: Anforderungen der Berufspraxis; • Probevorlesung als Negativbeispiel; • Kooperationen in Arbeitsgruppen, Planspiele; • Fallstudien zur Selbstverwaltung; • informelle Come-together-Veranstaltung.
<i>Literatur</i>	SCHULMEISTER, Rolf: <i>Handbuch für Orientierungseinheiten : Grundlegung, didaktisch-methodische Planung und Durchführung von Studienführungsveranstaltungen</i> . Weinheim : Beltz, 1982

LV Mu1 1 : MHK2 Arbeitsorganisation 1	
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mu1 1 – Handlungskompetenzen
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.; Lehrbeauftragte: Sabine Werther
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Die Studierenden sind nach Abschluss des Modulteils in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • den besonderen Charakter wissenschaftlichen Wissens gegenüber dem Alltagswissen abzugrenzen und dessen Besonderheiten zu skizzieren; • die Prinzipien wissenschaftlichen Erkenntnisgewinns zu erklären, die Regeln wissenschaftlicher Darstellung zu verdeutlichen und die Bedeutung wissenschaftlichen Arbeitens auf das Tätigkeitsfeld Medien und Information zu übertragen; • die Grundlagen wissenschaftlicher Arbeit und effizienter Lerntechniken in einem selbstständigen und eigenverantwortlichen Studium anzuwenden; • ein wissenschaftliches Thema zu erkennen, abzugrenzen, in wissenschaftlicher Manier zu bearbeiten und die daraus gewonnenen Erkenntnisse darzustellen; • unterschiedliche Hilfsmittel und Strategien der Quellenrecherche in Bibliotheken, in Datenbanken und im WorldWideWeb zu nutzen; • Referate/Hausarbeiten/Thesepapiere unter Berücksichtigung der Kriterien wissenschaftlichen Arbeitens zu verfassen; • die Resultate eigener wissenschaftlicher Arbeit vor einer Gruppe in gebührender Kürze und Verständlichkeit zu präsentieren; • die wissenschaftliche Seriosität und Verlässlichkeit von Texten nach ihrer Herkunft und Beschaffenheit zu beurteilen und wissenschaftlich unbrauchbare von brauchbaren Quellen zu unterscheiden; • die Redlichkeit wissenschaftlichen Arbeitens zu reflektieren und negativen Konsequenzen aus dem Nachweis von Plagiat und unzureichender Zitierung zu verstehen.
<i>Inhalte</i>	<p>Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen der Veranstaltung wenden nach den anerkannten Standards folgende Prinzipien und Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens an, indem sie die wissenschaftliche Untersuchung einer vorgegebenen Fragestellung in einem Seminarpapier dokumentieren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wissenschaftliche Themen finden, eingrenzen und bearbeitbar machen; • Recherchieren und Bibliographieren; • Strukturieren und Gliederungen entwickeln; • Paraphrasieren, Zitieren und Belegen; • Darstellen, Argumentieren, Schlussfolgern. <p>In der Veranstaltung werden weiterhin folgende Themen behandelt und eingeübt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsorganisation und Methoden des effizienten Studierens; • Grundlagen und Prinzipien des wissenschaftlichen Arbeitens; • Typoskriptgestaltung und -ausstattung; • Visualisierung und Informationsgraphik.
<i>Literatur</i>	<p>BÜNTING, Karl-Dieter ; BITTERLICH, Axel ; POSPIECH, Ulrike: <i>Schreiben im Studium : ein Trainingsprogramm</i>. Berlin : Cornelsen, 1999</p> <p>ESSELBORN-KRUMBIEGEL, Helga: <i>Von der Idee zum Text : eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben</i>. Stuttgart : UTB, 2002</p> <p>FRANTZEN, Dieter: <i>Effizient lernen : Wie Sie Ihre Qualifikation selbst managen</i>. 2. überarb. Aufl. Wiesbaden, Gabler, 2000</p> <p>Norm DIN 1505 T 2: 1983. DIN Deutsches Institut für Normung e.V. (Hrsg.): <i>Titelangaben von Dokumenten. Tl. 2 : Zitierregeln</i></p> <p>ROST, Friedrich: <i>Lern- und Arbeitstechniken für das Studium</i>. 4. durchgesehene Aufl. Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005</p>

Modul Mu2 Kommunikation und Präsentation										
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	1.	<i>Moduldauer</i>	ein Sem.	<i>Häufigkeit</i>	jedes Wintersemester			
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	keine			<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information					
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.			<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A. Prof. Dr. Ulrike Spree					
<i>Lehrveranstaltungen</i>	Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup.größe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen	
MHK3 Fremdsprachen in d. Informationspraxis	1.	3	2	Pr	≤ 16	90 h	30 h	60 h	–	
MHK4 Kommunikation und Präsentation	1.	3	2	Pr	≤ 16	90 h	30 h	60 h	SL: Klausur und/oder fachliche Semesterarbeit	
<i>Summen</i>	1.	6	4			180 h	30 h	120 h	<i>Gewicht Endnote</i>	0 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Studierenden die wesentlichen Methoden und Instrumente der Kommunikation, Diskussion und Moderation im fachlichen Kontext von Medien und Information; • haben sich die Studierenden grundlegende Techniken des Vortrags und der mündlichen Präsentation zu eigen gemacht; • werden die Studierenden englischsprachige Fachtexte lesen und verstehen können; • werden die Studierenden in der Lage sein, einfache praxisbezogene englische Texte zu erstellen. 									

LV Mu2 : MHK3	Fremdsprachen in der Informationspraxis
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mu2 – Kommunikation und Präsentation
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Ulrike Spree; Lehrbeauftragte
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Ausgehend von Englischkenntnissen auf Abiturniveau verbessern die Studierenden ihre Sprachkompetenz in der englischen Fachsprache des Berufsfeldes Medien und Information.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden sind in der Lage, englischsprachige Fachtexte zu lesen und zu verstehen; • sie kennen verschiedene Lesetechniken des Überfliegens bis hin zur intensiven Textanalyse; • sie können sich in wissenschaftlichen und beruflichen Zusammenhängen angemessen mündlich ausdrücken; • sie sind in der Lage, einfache praxisrelevante englische Texte zu schreiben.
<i>Inhalte</i>	<p>Die Veranstaltung konzentriert sich auf die zwei Bereiche Förderung der Lesekompetenz von fachwissenschaftlichen Texten aus dem Bereich Medien und Information und Verbesserung der mündlichen Kommunikation in fachsprachlichen Zusammenhängen. Schwerpunktmäßig werden folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Förderung der Lesekompetenz; <ul style="list-style-type: none"> – Methoden der fachsprachlichen Terminologie- und Wortschatzarbeit; – Einsatz von ein- und zweisprachigen Fachlexika; – Vorstellung typischer Genres (journalistische Texte, fachwissenschaftliche Texte,); • Fachsprachliche schriftliche und mündliche Kommunikation: <ul style="list-style-type: none"> – Geschäftskommunikation: Telefonieren, Lebenslauf und Bewerbung, Vorstellungsgespräche; – Präsentation; – Argumentieren und Verhandeln.

LV Mu2 : MHK4	Kommunikation und Präsentation
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mu2 – Kommunikation und Präsentation
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.; Lehrbeauftragte: Daniela Daufeldt, Silke Kienecker
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Die Studierenden werden nach Abschluss des Modulteils:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die wissenschaftlichen Grundlagen von Interaktion und Kommunikation im beruflichen Kontext kennen; • Methoden und Strategien der Kommunikation, Diskussion und Moderation in fachlichen Zusammenhängen anwenden können; • in der Lage sein, typische Verständigungsprobleme zu identifizieren und zu bearbeiten; • sich grundlegende Techniken des Vortrags und der mündlichen Präsentation zu eigen gemacht haben.
<i>Inhalte</i>	<p>Die Studierenden setzen sich lernend, analysierend und erprobend mit folgenden Themen auseinander:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationspsychologie; • Kommunikationsstörungen; • Kommunikationsstile und Persönlichkeitsstile; • Interventionen (Gesprächstechniken, Methoden, Instrumente); • Konfliktmanagement; • Vortragsgestaltung und Praxis der mündlichen Präsentation; • Konzepte der Beratung und Gesprächsführung; • wirksames Feedback geben und empfangen; • Videofeedback; • Coaching.
<i>Literatur</i>	<p>DAUFELDT, Daniela: <i>Karriere weiblich, Wie Frauen ihre Ziele erreichen ohne sich zu verbiegen</i>. Zürich : Orell Füssli, 2010</p> <p>FISCHER-EPE, Maren: <i>Coaching: miteinander Ziele erreichen</i>, Vollst. überarb. Neuausg. Reinbek bei Hamburg : Rowohlt-Taschenbuch-Verl., 2011 (Rororo ; 62713 : Sachbuch : Miteinander reden: Praxis)</p> <p>HARTMANN, Martin ; FUNK, Rüdiger ; NIETMANN, Horst: <i>Präsentieren : Präsentationen, zielgerichtet und adressatenorientiert</i>. 9., aktualisierte und erw. Aufl. Weinheim : Beltz, 2012</p> <p>KÜRSTEINER, Peter: <i>Reden, vortragen, überzeugen : Vorträge und reden effektiv vorbereiten und erfolgreich präsentieren</i>. Weinheim : Beltz, 1999</p> <p>KUSHNER, Malcolm L.: <i>Erfolgreich präsentieren für Dummies</i>. 3., überarb. und aktualisierte Aufl. Weinheim : Wiley-VCH-Verl., 2011</p> <p>PABST-WEINSCHENK, Marita: <i>Reden im Studium : ein Trainingsprogramm</i>. Neu-Aufl. Alpen : Pabst Press, 2009</p> <p>SCHMIDT, Rainer: <i>Immer richtig miteinander reden : Transaktionsanalyse in Beruf und Alltag</i>, 4. Aufl. Paderborn : Junfermann, 2009</p> <p>SCHULZ VON THUN, Friedemann: <i>Miteinander reden 2 : Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung : differenzielle Psychologie der Kommunikation</i>. 32. Aufl. Reinbek bei Hamburg : Rowohlt-Taschenbuch-Verl., 2011 { Rororo ; 18496 : rororo-Sachbuch)</p> <p>ZANDER, Ute: <i>Selbstbewusst auf Augenhöhe : souverän auch in heiklen Situationen</i>. Heidelberg : mvg-Verl., 2007</p>

Modul Mu3		Medienrecht									
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	1.–2.			<i>Moduldauer</i>	ein Sem.		<i>Häufigkeit</i>	jedes Wintersemester	
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	keine				<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information					
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Ulrike Verch				<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Ulrike Verch					
<i>Lehrveranstaltungen</i>	<i>Stud. sem.</i>	<i>LP</i>	<i>SWS</i>	<i>Lehrform</i>	<i>Grup.größe</i>	<i>Workload</i>	<i>Kontaktzeit</i>	<i>Selbststudium</i>	<i>Prüfungsformen</i>		
MÖM5 Medienrecht 1	1.	2	2	S	≤ 24	60 h	34 h	26 h	PL: Hausarbeit od. Klausur		
MÖM6 Medienrecht 2	2.	3	2	S	≤ 24	60 h	34 h	26 h			
<i>Summen</i>	1.–2	5	4			120 h	68 h	52 h	<i>Gewicht Endnote</i>	3 %	
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Studierende sind fähig, sich in ein für sie weitgehend unbekanntes Gebiet, nämlich in das des Informations- und Medienrechts und ihren ethischen Begründungen, einzuarbeiten. Sie begreifen die Systematik des Rechtssystems – vom Verfassungs- über das bürgerliche bis hin zum Strafrecht – und stellen die jeweilige Anbindung bzw. Verankerung des Informations- und Medienrechts in seinen diversen Formen her. Sie können einige für ihre künftige Berufspraxis relevante Rechtsbereiche wie das Urheberrecht, das Persönlichkeitsrecht, sowie die rechtlichen Grundlagen der Medien (Presse, Rundfunk, Internet) in ihrer nationalen sowie auch internationalen, insbesondere europäischen Ausgestaltung. Sie begreifen informations- und medienethischen Fragestellungen und Argumentationen und kennen diesen Bereich als angewandte Berufsethik auch mit persönlichen Entscheidungs- und Konfliktfeldern. Sie wissen um die institutionellen Formen der Medienethik wie etwa den diversen Organen der Selbstkontrolle und -regulierung (Presserat, Werberat, Freiwillige Filmselfkontrolle).										

LV Mu2 : MÖM 5	Medienrecht 1
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mu2 – Kommunikation und Präsentation
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Ulrike Verch
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Studierende kennen die Grundlagen des Medienrechts, seine Verankerung in verschiedenen Gesetzen und begreifen so die komplexe Systematik des Medienrechts. • Anhand von Fallbeispielen sind sie fähig, die gesetzlichen Grundlagen auf Rechtsfragen anzuwenden und rechtliche Argumentationen nachzuvollziehen. • Studierende sind in der Lage, die gesetzliche Regelungen auf ethische Prämissen und Erklärungen zurückzuführen, und sie wissen um die nicht rechtlichen normierten, aber ethisch zu regelnden Entscheidungsfeldern und die dafür verantwortlichen (Selbstkontroll-)Organisationen.
<i>Inhalte</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Verfassungsrechts (z. B. Grundrechte, vor allem Art 5 GG: Informations- und Meinungsfreiheit) und einschlägige medienrelevante Normen; • Grundlagen des europäischen Informations- und Medienrechts (in seinen relevanten Dokumenten und Normen) sowie des internationalen rechts (UN-Charta); • Systematik und Aufbau des Rechtsgefüges, soweit es Medien und Information betrifft; • Informations- und medienethische Prinzipien: Menschenwürde, Privatheit, Nachhaltigkeit, Kommunikationsfreiheit, Zugänglichkeit und informationelle Selbstbestimmung wie Chancengleichheit, digital divide, Wissensökologie.
<i>Literatur</i>	<p>BRANAHL, Udo: <i>Medienrecht : eine Einführung</i>. 4., überarb Aufl. Wiesbaden : Westdeutscher Verl., 2002</p> <p>FECHNER, Frank: <i>Medienrecht : Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia</i>. 7. überarb. u. erg. Aufl.. Tübingen : Mohr-Siebeck, 2006 (UTB ; 2154)</p> <p>GREIS, Andreas (Hrsg.) u. a.: <i>Medienethik : ein Arbeitsbuch</i>. Tübingen : Francke, 2003 (UTB ; 2370)</p> <p>KUHLEN, Rainer: <i>Informationsethik : Umgang mit Wissen und Information in elektronischen Räumen</i>. Konstanz : UVK Verl.-Ges., 2004 (UTB ; 2454)</p>

LV Mu2 : MÖM 6 Medienrecht 2	
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mu2 – Kommunikation und Präsentation
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Ulrike Verch
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Studierende sind fähig, auf der Grundlage ihrer Kenntnisse der Rechtssystematik und der einschlägigen Gesetze Fallbeispiele, die für ihre künftige Berufspraxis relevant sind (z. B. Urheberrecht, Recht am eigenen Bild, Lizenzrecht, Regelungen für die Informationsbeschaffung) zu bearbeiten und sich in spezielle Rechtsfelder wie Auskunftsrecht, Zeugenverweigerung sowie <i>digital rights</i> (Tauschbörsen, elektronische Signatur etc.) einzuarbeiten; • sie können für einzelne Beispiele einschlägige Gerichtsurteile recherchieren und nachvollziehen; • sie sind imstande, die gesetzlichen Bestimmungen auf neue Sachverhalte anzuwenden und eine rechtliche Argumentation aufzubauen.
<i>Inhalte</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Landesspezifisches Presse- und Rundfunkrecht sowie bundeseinheitliche Staatsverträge (Telekommunikationsrecht); • Persönlichkeits- und Urheberrecht, elektronische Signatur; • Lizenzrechte (national und international); • Daten- und Jugendschutz; • journalistische Sonderrechte.
<i>Literatur</i>	<p>BRANAHL, Udo: <i>Medienrecht : eine Einführung</i>. 4., überarb Aufl. Wiesbaden : Westdeutscher Verl., 2002</p> <p>FECHNER, Frank: <i>Medienrecht : Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia</i>. 7. überarb. u. erg. Aufl.. Tübingen : Mohr-Siebeck, 2006 (UTB ; 2154)</p> <p>GREIS, Andreas (Hrsg.) u. a.: <i>Medienethik : ein Arbeitsbuch</i>. Tübingen : Francke, 2003 (UTB ; 2370)</p> <p>KUHLEN, Rainer: <i>Informationsethik : Umgang mit Wissen und Information in elektronischen Räumen</i>. Konstanz : UVK Verl.-Ges., 2004 (UTB ; 2454)</p>

Modul Mu4		Wissensorganisation 1									
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	1.			<i>Moduldauer</i>	ein Sem.		<i>Häufigkeit</i>	jedes Wintersemester	
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	keine				<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information					
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Ulrike Spree				<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Dirk Lewandowski Prof. Dr. Ulrike Spree					
Lehrveranstaltungen		Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup.größe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen	
MIO1	Wissensorganisation	1.	3	2	S	≤ 24	90 h	34 h	56 h	PL: Hausarbeit	
MIO2	Information Research 1	1.	4	3	Pr	≤ 16	120 h	51 h	69 h	SL: Klausur	
<i>Summen</i>		1.	7	5			210 h	85 h	125 h	<i>Gewicht Endnote</i>	4 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>		<p><i>Wissenslernergebnisse</i> – Die Studierenden kennen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Hauptinstrumente der formalen Beschreibung und inhaltlichen Erschließung und ihre entsprechenden Anwendungsfelder mit einem Schwerpunkt in der Medienbranche; • die gängigen in der Wissensorganisation üblichen Hilfsmittel (Softwaretools); • unterschiedliche in der Dokumentationspraxis angewandte Metadatenstandards; • die zentrale in der Informationswissenschaft und -praxis gebräuchliche Fachterminologie. <p><i>Verstehenslernergebnisse</i> – Die Studierenden verstehen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Interdependenz von Informationserschließung und Information Retrieval; • dass der Zweck jeder Erschließung und Organisation von Informationen und Dokumenten sowie die geeigneten Erschließungsverfahren vom Retrieval, dem gezielten Wiederauffinden und Nutzbarmachen von Dokumenten und Informationen, bestimmt wird. <p><i>Analytische Fähigkeiten und Anwendung</i> – Die Studierenden können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die wesentlichen Vor- und Nachteile der beiden Dokumentationsprachen Klassifikation und Thesaurus benennen und ihre Eignung in Hinblick auf konkrete Informationsprobleme beurteilen; • Trends in der Wissensorganisation identifizieren und auf ihre Anwendbarkeit für bestimmte Praxisprobleme analysieren; • angemessene Lösungsvorschläge, die der Komplexität der jeweiligen Aufgabenstellung gerecht werden, für konkrete Informationsprobleme entwickeln; • wissensorganisatorische Lösungen entwickeln, die den Anforderungen unterschiedlicher Nutzergruppen sowie der Verschiedenartigkeit der Medien (Printmedien, audiovisuelle Medien) gerecht werden. 									

LV MuI 4 : MIO1	Wissensorganisation
Modulzugehörigkeit	Wissensorganisation 1
Lehrende	Prof. Dr. Ulrike Spree; Lehrbeauftragte
Lernergebnisse/ Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisierung für unterschiedliche Einsatzgebiete der Wissensorganisation; • Klärung der Fachterminologie; • Hauptzielsetzungen und -absichten der Wissensorganisation verstehen; • elementare Prozessphasen des Dokumentierens/Ordnen erkennen; • Basisinstrumente/Ordnungsprinzipien verstehen und vergleichen (Taxonomie, Klassifikation: hierarchische Klassifikation, Facettenklassifikation, Indexierung, Thesaurus); • Metadatenmodelle verstehen und verschiedene Metadatenstandards kennen lernen; • Dokumente nach einem vorgegebenen Regelwerk formal beschreiben können (DIN 1505) und Dublin Core sowie verschiedene in der Erschließung audiovisueller Medien angewandte Regelwerke kennen lernen; • eigenständig ein an konkreten Anforderungen eines Kunden und eines Bestandes orientiertes Regelwerk zur Erschließung erstellen können.
Inhalte	<p>Im Rahmen der Veranstaltung wird die Frage, wie Informationen und Wissen organisiert und strukturiert werden anhand von drei Ausgangsfragestellungen untersucht:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wie organisieren Menschen Objekte und Informationen in privaten und beruflichen Zusammenhängen, so dass sie einen Sinn ergeben und nützlich sind? 2. Welche Rolle spielen Kategorien, Klassifikationen und andere Ordnungsstrukturen im Prozess der Informationsorganisation? 3. Was müssen Informationsspezialistinnen und –spezialisten über das menschliche Informationsverhalten wissen, um nützliche und gebrauchstaugliche Informationsstrukturen entwickeln zu können? <p>Die Veranstaltung vermittelt einen Überblick über die Einsatzbereiche professioneller Informationsarbeit in medienaffinen Arbeitsfeldern. An aktuellen Beispielen werden Prinzipien und Methoden einer bedarfsorientierten Wissensorganisation vermittelt. Die Studierenden erarbeiten sich die Bedeutung und Funktion von Metadaten. Exemplarisch wird an konkreten Beispielen die formale Beschreibung von Informationen und Dokumenten durch Metadaten (DIN 1505, Dublin Core) eingeübt. Der Fokus der Lehrveranstaltung liegt auf der Vermittlung von Methoden der bedarfsorientierten Wissensorganisation durch Ordnungssysteme und verbale Dokumentbeschreibungen. Die Ordnungssysteme, Register, hierarchische Klassifikation und Facettenklassifikation werden vorgestellt. Zielsetzung und Funktionsweise von Ordnungssystemen werden mit verbalen Formen der Dokumentbeschreibung durch Indexierung und Kurzreferate in Hinblick auf Einsatz und Leistungsfähigkeit verglichen. Die Studierenden lernen verschiedene Methoden der Terminologiekontrolle durch kontrollierte Vokabulare wie Thesauri kennen.</p>
Literatur	<p>ABBAS, June: <i>Structures for organizing knowledge : exploring taxonomies, ontologies, and other schemas</i>. London : Neal-Schumann, 2010</p> <p>AITCHISON, Jean ; BAWDEN, David ; GILCHRIST, Alan: <i>Thesaurus construction and use : a practical manual</i>. 4th ed. London : Taylor & Francis, 2000</p> <p>BERTRAM, Jutta: <i>Einführung in die inhaltliche Erschließung : Grundlagen, Methoden, Instrumente</i>. Würzburg : Ergon, 2005 (Content and Communication ; 2)</p> <p>FUGMANN, Robert: <i>Theoretische Grundlagen der Indexierungspraxis</i>. Frankfurt am Main : Indeks, 1992 (Fortschritte in der Wissensorganisation ; 1)</p> <p>IYER, Hemalata: <i>Classificatory structures : concepts, relations and representation</i>. Frankfurt am Main : Indeks 1995 (Textbooks for Knowledge Organisation ; 2)</p> <p>KUHLEN, Rainer (Hrsg.) ; SEEGER, Thomas (Hrsg.) ; STRAUCH, Dietmar (Hrsg.): <i>Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation</i>. 5. voll. neu gefasste Ausg. Bd. 1: Handbuch zur Einführung in die Informationswissenschaft und –praxis ; Bd. 2: Glossar. München : Saur, 2004</p>

LV Mu4 : MIO2	Information Research 1
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Wissensorganisation 1
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Dirk Lewandowski
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Die Studierenden kennen die grundlegenden Möglichkeiten der Recherche im World Wide Web. Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • in den wichtigsten Suchmaschinen kompetent recherchieren; • den Nutzen von bekannten Quellen wie Wikipedia und Sozialen Netzwerke für Recherchefragen einschätzen; • unterschiedliche Informationsbedarfe einschätzen und in konkrete Recherchestrategien umsetzen; <p>Entscheidungen bei der Auswahl von Informationsressourcen treffen.</p>
<i>Inhalte</i>	<p>In dieser Veranstaltung werden Grundlagen der professionellen zielgruppenorientierten Informationsrecherche vermittelt. Aufbauend auf den vorhandenen Rechercheerfahrungen der Studierenden aus ihrer bisherigen Ausbildung und/oder in ihrer Berufspraxis vertiefen die Studierenden ihre Recherchekenntnisse. Der Schwerpunkt dieser Veranstaltung liegt bei den Recherchequellen des Oberflächenweb; insbesondere bei Suchmaschinen wie Google und bei populären Quellen wie Wikipedia und Sozialen Netzwerken.</p> <p>In der Veranstaltung wird gezeigt, wie mit den zum großen Teil bereits bekannten Werkzeugen des Oberflächenweb durch erweiterte Suche, Kommandos und Operatoren bessere Rechercheergebnisse erzielt und Recherchen effizienter durchgeführt werden können.</p> <p>Zum einen werden diese Kenntnisse durch die Vorstellung der Werkzeuge und ihrer praktischen Anwendung vermittelt, zum anderen werden grundlegende theoretische Modelle zur Recherche im World Wide Web vermittelt. Begleitend werden übergreifende Fragen der Recherchepraxis behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • typischer Ablauf von Recherchen; • Planung einer Recherche; • Quellenprüfung; • Zusammenstellung von Rechercheergebnissen.
<i>Literatur</i>	<p>KUHLEN, Rainer (Hrsg.) ; SEMAR, Wolfgang. (Hrsg.) ; STRAUCH, Dietmar (Hrsg.): <i>Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation : Handbuch zur Einführung in die Informationswissenschaft und -praxis</i>. 6. völl. neu gefasste Ausg. München : de Gruyter, 2013</p> <p>LEWANDOWSKI, Dirk: <i>Web Information Retrieval : Technologien zur Informationssuche im Internet</i>. Frankfurt am Main : DGI, 2005 (DGI Schrift Informationswissenschaft ; 7)</p>

Modul MuI 5		Informationstechnologie								
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	1.–2.		<i>Moduldauer</i>	zwei Sem.		<i>Häufigkeit</i>	Start jedes Wintersemester	
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	keine				<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information				
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Martin Gennis				<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Maika Büschenfeld Prof. Dr. Martin Gennis				
Lehrveranstaltungen		Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup.größe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen
MIT1	Grundlagen der IT 1	1.	2	2	SU	≤ 24	60 h	34 h	26 h	–
MIT2	Grundlagen der IT 2	1.	3	2	Pr	≤ 16	90 h	34 h	56 h	–
MIT3	Screendesign/Multimediatechnologie	2.	3	2	Pr	≤ 16	90 h	34 h	56 h	PL: fachliche Semesterarbeit
<i>Summen</i>		1.–2.	9	6			240 h	102 h	138 h	<i>Gewicht Endnote</i> 4 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Einführung in die Aspekte der Informatik, die sich insbesondere im Bereich der Medien und Medienproduktion als wichtig erweisen. Dies betrifft einerseits die theoretischen Grundlagen und andererseits konkrete Anwendungen im Bereich Audio, Video, digitale Bildbearbeitung und Programmierung, jeweils mit besonderer Ausrichtung auf den Online-Bereich.									

LV MuI 5 : MIT1	Grundlagen der IT 1
<i>Modulzugehörigkeit</i>	MuI 5 – Informationstechnologie
<i>Lehrende</i>	P Prof. Dr. Maika Büschenfeld; Prof. Dr. Martin Gennis; Lehrbeauftragte
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Es soll ein grundlegendes Verständnis für vernetzte IT-Systeme erarbeitet werden. Durch das Lösen abgegrenzter Problemstellungen mit Hilfe von Auszeichnungssprachen (Bsp. XHTML oder HTML5) werden Möglichkeiten und Grenzen des Einsatzes von Computern erfahrbar. Kernziel ist dabei das Verstehen grundlegender Strukturen und Zusammenhänge.
<i>Inhalte</i>	Die folgenden Inhalte werden in der Veranstaltung vermittelt: <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau und Funktion von Computern (Bestandteile und ihr Zusammenspiel, Von-Neumann-Architektur); • Zahlen- und Zeichendarstellung im Computer; • die Rolle des Betriebssystems, Eigenschaften der grafischen Oberfläche; • Markierung von Dokument-Strukturen mit Auszeichnungssprachen am Beispiel von HTML; • Formatvorlagen zur Steuerung der Darstellung von Dokumenten.
<i>Literatur</i>	CASTRO, Elizabeth ; HYSLOP, Bruce: <i>HTML5 & CSS</i> . 7th ed. Berkeley, Calif.: Peachpit Press, 2012 (Visual quickstart guide) FREEMAN, Eric ; ROBSON, Elizabeth: <i>HTML5-Programmierung von Kopf bis Fuß : Webanwendungen mit HTML5 und JavaScript</i> . Beijing : O'Reilly, 2012 MÜNZ, Stefan ; GULL, Clemens: <i>HTML5 Handbuch</i> . 2., aktualisierte und erw. Aufl. Haar bei München : Franzis, 2012

LV Mu5 : MIT2	Grundlagen der IT 2
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mu5 – Informationstechnologie
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Maika Büschenfeld; Prof. Dr. Martin Gennis; Lehrbeauftragte
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Umsetzung der Inhalte, die in der im Modul enthaltenen Vorlesung zu den Grundlagen der Informatik vermittelt wurden. Insbesondere sind die Erstellung von Internetseiten mit dem jeweils gültigen XHTML-Standard einschließlich von Einblicken in DHTML sowie die objekt-orientierte Programmierung mit der jeweils gültigen Version der Programmiersprache JavaScript als Ziel definiert.
<i>Inhalte</i>	Die Inhalte orientieren sich an der parallel durchgeführten Vorlesung und beinhalten eine praktische Umsetzung konkreter Bereiche: <ul style="list-style-type: none"> • Produktion von Webseiten in HTML und Folgestandards; • Definition und Nutzung von Formatvorlagen in CSS und Folgestandards.
<i>Literatur</i>	CASTRO, Elizabeth ; HYSLOP, Bruce: <i>HTML5 & CSS</i> . 7th ed. Berkeley, Calif.: Peachpit Press, 2012 (Visual quickstart guide) FREEMAN, Eric ; ROBSON, Elizabeth: <i>HTML5-Programmierung von Kopf bis Fuß : Webanwendungen mit HTML5 und JavaScript</i> . Beijing : O'Reilly, 2012 MÜNZ, Stefan ; GULL, Clemens: <i>HTML5 Handbuch</i> . 2., aktualisierte und erw. Aufl. Haar bei München : Franzis, 2012

LV Mu5 : MIT3	Screendesign/Multimediatechnologie
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mu5 – Informationstechnologie
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Maika Büschenfeld; Lehrbeauftragte
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Einführung in die grundlegenden praktischen Aspekte der Produktion multimedialer, bildschirmbasierter Inhalte. Hauptlernziel ist die Einarbeitung in die jeweiligen Arbeitsverfahren und Technologien dieses Bereichs. Gleichzeitig soll an Hand konkreter Beispiele und Software ein generelles Verständnis für die Arbeitsbereiche Video, Audio, digitale Bildbearbeitung und DHTML erarbeitet werden. Die eingesetzte Software ist jeweils exemplarisch und führt gleichzeitig in das aktuelle Betriebssystem von Apple ein. Durch die gleichzeitige Beschäftigung mit Aspekten der Usability/Accessibility im Verhältnis zu multimedialen Webseiten sowie durch eine Einführung in das Kommunikationsdesign sollen die erlernten Technologien perspektiviert werden.
<i>Inhalte</i>	Die folgenden Inhalte werden in der Lehrveranstaltung vermittelt und durch gemeinsame Übungen an Hand spezialisierter Software vertieft: <ul style="list-style-type: none"> • Multimedia und XHTML; • DHTML und CSS; • Bearbeitung und Aufbereitung digitaler Audiodaten; • Bearbeitung und Aufbereitung digitaler Videodaten; • Bearbeitung und Aufbereitung digitaler Bilddaten; • Einführung in das Kommunikationsdesign; • multimediale Websites und Accessibility/Usability.
<i>Literatur</i>	GÖTZ, Veruschka: <i>Raster für das Webdesign</i> . Reinbek bei Hamburg : Rowohlt, 2002 (rororo computer ; 61226) HENNING, Peter A.: <i>Taschenbuch Multimedia</i> . Leipzig : Fachbuchverlag Leipzig, 2003 NIELSEN, Jakob: <i>Designing web usability : the practice of simplicity</i> . Indianapolis, IN : New Riders Publishing, 2000 STEINMETZ, Ralf: <i>Multimedia-Technologie : Grundlagen, Komponenten und Systeme</i> . 3. überarb. Aufl. Berlin : Springer, 2000 THISSEN, Frank: <i>Kompendium Screen-Design : effektiv informieren und kommunizieren mit Multimedia</i> . 3., überarb. und erw. Aufl. Berlin : Springer, 2003

Modul MuI 6 Wissensorganisation 2										
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	2.		<i>Moduldauer</i>	ein Sem.		<i>Häufigkeit</i>	jedes Sommersemester	
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	Mul 4 – Wissensorganisation 1				<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information				
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Ulrike Spree				<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Dirk Lewandowski Prof. Dr. Ulrike Spree				
<i>Lehrveranstaltungen</i>		Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup.größe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen
MIO3	User Experience	2.	3	2	Pr	≤ 16	90 h	34 h	56 h	SL: Hausarbeit
MIO4	Information Research 2	2.	3	2	Pr	≤ 16	90 h	34 h	56 h	PL: fachliche Semesterarbeit
MIO7	Suchmaschinenoptimierung	2.	2	2	Pr	≤ 16	60	22 h	38 h	–
<i>Summen</i>		2.	8	6			240 h	90 h	150 h	<i>Gewicht Endnote</i> 4 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>		Die Studierenden kennen: <ul style="list-style-type: none"> • Ansätze zur Erforschung des menschlichen Informationsverhalten, die zentral sind um nützliche und gebrauchstaugliche Informationsstrukturen entwickeln und nutzen zu können; • expertenorientierte sowie nutzerorientierte Methoden zur Evaluation der Gebrauchstauglichkeit und User Experience von Informationsprodukten und können diese in ein schlüssigen Testdesign umsetzen; • kennen Grundstrukturen des Informationsmarktes und können unterschiedliche Informationsbedarfe einschätzen und in konkrete Recherchestrategien umsetzen; • kennen grundlegende Verfahren der Suchmaschinenoptimierung 								
<i>Inhalte</i>		Das Modul bietet eine Einführung in die Grundstrukturen des Informationsmarktes. Es vermittelt Grundlagen der professionellen Recherche in Quellen des Deep Web und gibt eine Einführung in die Erforschung der User Experience.								

LV Mu6 : MIO3	User Experience
Modulzugehörigkeit	MIO6 – Wissensorganisation 2
Lehrende	Prof. Dr. Ulrike Spree; Lehrbeauftragte
Lernergebnisse/ Kompetenzen	<p><i>Wissenslernziele</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • lernen aus der Software-Ergonomie abgeleitete Prinzipien der User Experience kennen; • lernen expertenorientierte sowie nutzerorientierte Methoden der User-Experience-Evaluation kennen; • erhalten eine Einführung in die Nutzung des Usability-Labors. <p><i>Analytische Fähigkeiten und Anwendung</i> Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • können ein Testdesign zur Evaluation der Gebrauchstauglichkeit eines Informationsproduktes entwerfen • und sind in der Lage, eigenständig einen Usability-Test im Labor durchzuführen. <p><i>Bewertung und Evaluation</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden können an konkreten Beispielen die Qualität und Validität der Ergebnisse von User Experience Tests beurteilen.
Inhalte	<p>Die Entwicklung von gut strukturierten Internetangeboten und die Evaluation ihrer Gebrauchstauglichkeit (Usability) gehört zu einer wichtigen Aufgabe von Informationsspezialisten. Die Studierenden lernen verschiedene Ansätze und Theorien kennen, wie digitale Informations- und Wissensräume sinnvoll strukturiert und organisiert werden.</p> <p>»User Experience« geht über die reine Berücksichtigung der Gebrauchstauglichkeit einer Anwendung hinaus. Das Konzept berücksichtigt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usefulness / Nützlichkeit: Ausmaß, in dem eine Anwendung die tatsächlichen Bedürfnisse der Nutzer berücksichtigt und ihnen bei der Lösung bestehender Informationsbedürfnisse hilft. • Joy of Use / Spaßfaktor: Emotionale Reaktion eines Nutzers in der Interaktion mit einer Webanwendung. Erleben Nutzer eine Anwendung als unterhaltsam, informativ, lehrreich, überraschend, herausfordernd? • Usability / Gebrauchstauglichkeit: Wesentliche Voraussetzungen einer guten Usability sind die angemessene Strukturierung und Organisation der Inhalte (Informationsarchitektur), eine nutzerorientierte Aufbereitung der Inhalte (Content Usability) und die Navigation und Darstellung der Informationselemente <p>An der Erforschung der User Experience sind unterschiedliche Disziplinen wie Psychologie, Marktforschung, Sprachwissenschaft und Informatik beteiligt. Die Veranstaltung gibt einen Überblick über die theoretischen Grundlagen der User-Experience-Forschung.</p> <p>In der Veranstaltung werden konkrete Methoden vermittelt, wie man das Nutzererlebnis mit einem Informationsproduktes, testen, messen und nachvollziehbar bewerten kann.</p>
Literatur	<p>ALEBRT, Bill ; TULLIS, Tom ; TEDESCO, Donna: <i>Beyond the usability lab : conducting large-scale online user experience studies</i>. Burlington, Mass. : Kaufmann, 2010</p> <p>KALBACH, James: <i>Handbuch der Webnavigation : die User-Erfahrung optimieren</i>. Beijing : O'Reilly, 2008</p> <p>KUNIAVSKY, Mike: <i>Observing the user experience : a practitioner's guide to user research</i>. San Francisco, Calif. : Morgan Kaufmann, 2003 (The Morgan Kaufmann series in interactive technologies)</p> <p>MATHIS, Lukas: <i>Designed for use : create usable interfaces for applications and the Web</i>. Raleigh : Pragmatic Bookshelf, 2011 (The pragmatic programmers)</p> <p>Norm ISO FDIS 9241-210:2009. <i>Ergonomics of human system interaction - Part 210: Human-centered design for interactive systems</i> (formerly known as 13407)</p> <p>ROSENFELD, Louis ; MORVILLE, Peter: <i>Information architecture for the World Wide Web : designing large-scale Web sites</i>. Beijing : O'Reilly, 2002</p> <p>TULLIS, Tom; ALBERT, Bill: <i>Measuring the user experience : collecting, analyzing, and presenting usability metrics</i>. Amsterdam : Elsevier/Morgan Kaufmann, 2008 (The Morgan Kaufmann series in interactive technologies)</p>

LV Mul 6 : MIO4		Information Research 2	
<i>Modulzugehörigkeit</i>	MIO6 – Wissensorganisation 2		
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Dirk Lewandowski, Lehrbeauftragte		
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Die Studierenden kennen Grundstrukturen des Informationsmarktes und können</p> <ul style="list-style-type: none"> • unterschiedliche Informationsbedarfe einschätzen und in konkrete Recherchestrategien umsetzen; • begründete Entscheidungen bei der Auswahl von Informationsressourcen treffen und die Angebote des Informationsmarktes (einschließlich der kostenpflichtigen Angebote der wichtigsten Hosts) zur Befriedigung eines Informationsbedarfes einschätzen; • komplexe Recherchen durchführen und angemessen dokumentieren. 		
<i>Inhalte</i>	<p>In dieser Veranstaltung werden vertiefende Recherchekenntnisse in den Quellen des Deep Web vermittelt. Dabei wird ein Schwerpunkt auf die Recherche in kostenpflichtigen Angeboten in den Bereichen Presse, Unternehmen, Personen und Länder gelegt. Die Studierenden lernen die wesentlichen Datenbank-Hosts mit ihren Besonderheiten kennen.</p> <p>In einem fachspezifischen Rechercheprojekt wenden die Studierenden die in den Lehrveranstaltungen Recherchestrategien Information Research 1 und 2 gewonnenen Fertigkeiten auf konkrete komplexe Rechercheaufträge aus der Praxis an.</p>		
<i>Literatur</i>	<p>GOEMANN-SINGER, Alja ; GRASCHI, Petra ; WEISSENBERGER, Rita: <i>Recherchehandbuch Wirtschaftsinformationen : Vorgehen, Quellen und Praxisbeispiele</i>. 2., neu bearb. und erw. Aufl. Heidelberg : Springer, 2004</p> <p>LEWANDOWSKI, Dirk: <i>Web information retrieval : Technologien zur Informationssuche im Internet</i>. Frankfurt am Main : Dt. Ges. für Informationswiss. und Informationspraxis, 2005 (Reihe Informationswissenschaft der DGI ; 7)</p> <p>STOCK, Wolfgang G.: <i>Information Retrieval : Informationen suchen und finden</i>. München : Oldenbourg , 2007 (Einführung in die Informationswissenschaft ; 1)</p>		

LV Mul 6 : MIO 7		Suchmaschinenoptimierung	
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mul 6 – Wissensorganisation 2		
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Dirk Lewandowski		
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Stellung der Suchmaschinenoptimierung im Kontext des Onlinemarketings. • kennen grundlegende Verfahren der Suchmaschinenoptimierung in den Bereichen <i>on page</i> und <i>off page</i>. • kennen die Möglichkeiten der Einflussnahme auf die Suchergebnisse durch Suchmaschinenoptimierung und können diese kritisch reflektieren. 		
<i>Inhalte</i>	<p>Die Veranstaltung führt grundlegend in die Verfahren der Suchmaschinenoptimierung ein. Unter Suchmaschinenoptimierung (search engine optimization; SEO) versteht man alle Maßnahmen, die dazu geeignet sind, die Position von Webseiten im Ranking der Suchmaschinen zu verbessern. Dabei wird vor allem zwischen den Bereichen on page und off page unterschieden. On page bezeichnet alle Maßnahmen, die auf der eigenen Website getroffen werden können (bspw. Verbesserung von Texten; Veränderung der Navigationsstruktur); off page hingegen die Maßnahmen, die von außen (d.h. anderen Websites und über Social Media) eingeleitet werden müssen (bspw. Sammeln wertvoller externer Verlinkungen).</p> <p>In der Veranstaltung wird eine theoretische Einführung zum Aufbau von Suchmaschinen und zum Suchmaschinenmarketing, welches aus Search Engine Advertising (SEA) und Search Engine Optimization (SEO) besteht, gegeben. Die Suchmaschinenoptimierung selbst wird anhand praktischer Beispiele erprobt. Im abschließenden Teil werden die Ergebnisse der Optimierung reflektiert und Suchmaschinenoptimierung im Spannungsfeld zwischen technischer Hilfestellung und Manipulation der Suchergebnisse reflektiert.</p>		
<i>Literatur</i>	<p>ERLHOFER, Sebastian: <i>Suchmaschinen-Optimierung – das umfassende Handbuch</i>. 8. Aufl. Bonn : Rheinwerk Computing, 2015</p> <p>LEWANDOWSKI, Dirk: <i>Suchmaschinen verstehen</i>. Berlin : Springer Vieweg, 2015</p>		

Modul Mu 7 Medientheorie und Medienforschung											
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	1.–2.		<i>Moduldauer</i>	ein Sem.		<i>Häufigkeit</i>	jedes Sommersemester		
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	keine				<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information					
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Steffen Burkhardt				<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Steffen Burkhardt					
Lehrveranstaltungen		Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup. gröÙe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen	
MJ1	Medientheorie und Medienforschung	1.	4	3	S	≤ 24	120 h	51 h	69 h	PL: Klausur und/oder Hausarbeit	
MJ2	Methoden der Datengewinnung	2.	2	2	Pr	≤ 16	60 h	34 h	26 h		
<i>Summen</i>		1.–2.	6	4			180 h	85 h	95 h	<i>Gewicht Endnote</i>	4 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>		Die Studierende kennen verschiedene Definitionen und Geltungsbereiche von Medien- (begriffen), theoretische Ansätzen, grundlegende Erkenntnissen und Methoden. Sie sind dadurch imstande, die soziokulturelle Bedeutung, den ökonomischen Wert, die kommunikativ-publizistische Relevanz von Medien sowohl für die Gesellschaft als ganze wie für den individuellen Alltag zu beurteilen. Sie können Bezüge zu den befassten Wissenschaften wie Kommunikations-, Medien-, Kultur- und Sozialwissenschaften herstellen und ihre zentralen Paradigmen und Vorgehensweisen unterscheiden. Sie kennen analytische Ansätze der Medienforschung entsprechend den zentralen Dimensionen des Kommunikationsprozesses und sind fähig, wichtige Methoden der empirischen Sozial- bzw. Medienforschung anzuwenden und dazu kleine Fallstudien durchzuführen.									

LV Mu7 : MJ1	Medientheorie und Medienforschung
Modulzugehörigkeit	Mu7 – Medientheorie und Medienforschung
Lehrende	Prof. Dr. Steffen Burkhardt
Lernergebnisse/ Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Aufgrund einer systematischen Übersicht kennen Studierende grundlegende Begriffe, bedeutende Ansätze und wichtige Erkenntnisse der Medien- und Publizistikwissenschaft; • sie wissen um die Beschaffenheit, Qualität und Relevanz von Medientheorien und ihren jeweiligen disziplinären Bezügen; • sie haben einen kompakten Einblick in die Kommunikations- und Mediengeschichte und ihre zentralen Paradigmenwechsel; • sie kennen die Dimensionen des medialen Kommunikationsprozess und die jeweils speziellen Zugänge und Disziplinen, die sich damit befassen (z.B. Soziologie, Psychologie, Ökonomie, Recht); • sie kennen die wichtigen kommerziellen Forschungsorganisationen und -methoden und deren empirische Befunde besonders in der Mediennutzungsforschung. Nach dem systematischen Überblick über Medientheorie und Medienforschung sind Studierende fähig, • sich theoretische Aspekte der Medien oder einen einschlägigen überschaubaren Forschungsgegenstand selbstständig zu erarbeiten; • wissenschaftliche Informationsmittel zu erschließen, unterschiedliche Forschungszugänge und medienwissenschaftliche Disziplinen sowie diverse Methoden der Medienforschung zu unterscheiden; • diverse theoretische Ansätze und ihre jeweiligen Befunde zu erläutern; • wichtige Methoden der empirischen Sozial- und Medienforschung (z. B. Befragung, Interview, Beobachtung) anzuwenden, ihre Reichweite und Beschaffenheit zu umreißen; • eigene kleine Fallstudien insbesondere im Bereich der Medieninhalts- und Mediennutzungsforschung durchzuführen.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe von Kommunikation und Medien; • wichtige Ansätze und Modelle der Massen- und medialen Kommunikation (einschließlich Netzkommunikation); • Aufgaben und Leistungen von (Medien-)Theorien sowie kommerzieller und unabhängiger Forschung; • Abriss der Kommunikations- und Mediengeschichte; • Strukturen und Dimensionen der Medienforschung (z. B. Nutzungs- und Rezeptionsforschung) und ihre angemessenen Methoden (Befragung, Inhaltsanalyse etc.); • Organisationen, Methoden und Befunde der kommerziellen Mediaforschung; • Aufgaben, Organisation und Erkenntnisse der unabhängigen Medienforschung; • Medienrezeption und -nutzung; • Exemplarische Erschließung und Aufarbeitung von <ul style="list-style-type: none"> – Medienorganisationen und -strukturen, – Medienformen, -formaten und -inhalten, – Nutzungsdaten, -weisen und ihren sozialen Proportionen, – Wirkungsaspekten von Medien – und ihrer jeweiligen Entwicklungen, soziodemographischen Ausprägungen und medialen Spezifika; • Erarbeitung einschlägiger Studien; • Durchführung eignere Fallstudien in einem der genannten Bereiche.
Literatur	<p>BROSIUS, Hans-Bernd ; KOSCHEL, Friederike: <i>Methoden der empirischen Kommunikationsforschung : eine Einführung</i>. 3. Aufl. Wiesbaden : VS-Verl. für Sozialwiss., 2005 (Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft)</p> <p>BONFADELLI, Heinz: <i>Medienwirkungsforschung</i>. Bd. 1: Grundlagen und theoretische Perspektiven ; Bd. 2: Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur. 3., überarb. Aufl. Konstanz ; UVK-Medien, 2004 (UTB 2502 ; 2615)</p> <p>FAULSTICH, Werner (Hrsg.): <i>Grundwissen Medien</i>. 5., vollst. überarb. u. erhebl. erw. Aufl. München : Fink, 2004</p> <p>MAURER, Marcus ; REINEMANN, Carsten: <i>Medieninhalte ; eine Einführung</i>. Wiesbaden, VS-Verl. für Sozialwiss., 2006 (Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft)</p> <p>MEYEN, Michael: <i>Mediennutzung : Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster</i>. 2., überarb. Aufl. Konstanz : UVK, 2004 {UTB ; 2621}NOELLE-NEUMANN, Elisabeth (Hrsg.) ; Schulz, Winfried (Hrsg.) ; Wilke, Jürgen (Hrsg.): <i>Publizistik, Massenkommunikation</i>. 3., aktualis., vollst. überarb. und erg. Aufl. Frankfurt am Main : Fischer, 2002 (Fischer-Taschenbücher ; 15495) (Das Fischer-Lexikon)</p> <p>WEISCHENBERG, Siegfried (Hrsg.): <i>Handbuch Journalismus und Medien</i>. Konstanz : UVK, 2005 (Reihe Praktischer Journalismus ; 60)</p>

LV Mu17 : MJ2	Methoden der Datengewinnung
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mu17 – Medientheorie und Medienforschung
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Steffen Burkhardt
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Ziel der Veranstaltung ist, dass die Studierenden die empirischen Methoden der Gewinnung von Daten erlernen und dabei insbesondere die Qualität für unterschiedliche Datenerhebungsmethoden und der damit gewonnenen Daten einschätzen und vergleichen können.</p> <p>Die Studierenden verstehen, dass eine Vielzahl von Entscheidungen z. B. in Medienprojekten, in Redaktionen, im Medienmanagement, im Marketing oder in der öffentlichen Verwaltung auf empirische Daten angewiesen ist. Sowohl auf der strategischen als auch auf der operativen Ebene sind Daten erforderlich, um sich ein Bild von der jeweiligen Problemstellung zu machen. Häufig sind die Daten aber nicht verfügbar, sondern systematisch oder fallweise zu erheben oder zu beschaffen.</p> <p>Die Studierenden verstehen, dass die Ergebnisse der angewandten empirischen Methoden Daten sind. Sie begreifen, dass sie Stichproben auswählen müssen und bei der Auswahl der Stichproben grundlegende Kriterien zu beachten sind, damit von den Ergebnissen der Datengewinnung mittels der untersuchten Stichprobe auf eine größere Gruppe bzw. auf eine Gesamtheit geschlossen werden kann.</p>
<i>Inhalte</i>	<p>Um selbst Daten zu gewinnen, müssen die Studierenden in der Lage sein, Verfahren und Methoden der empirischen Forschung anzuwenden. Dazu erlernen sie in der Veranstaltung, die Techniken zur Durchführung von systematischen Inhaltsanalysen, Befragungen und Beobachtungen. Dazu zählen auch die Techniken zur Operationalisierung von Fragestellungen bis hin zur Auswahl und Gestaltung der Erhebungsinstrumente. Die Studierenden erwerben grundlegende Kenntnisse zu quantitativen Methoden der Datenerhebung (z. B. Fragebogen herstellen und adäquate Skalierungen entwickeln für eine repräsentative Umfrage) ebenso wie zu qualitativen Erhebungsmethoden (z. B. Leitfaden für ein Experteninterview erstellen). Anhand von Beispieldaten wird die Erfassung und Codierung von Rohdaten sowie die Erstellung von Codebüchern sowie die Vorbereitung von Datensätzen für die Auswertung und Analyse geübt.</p>

Modul MuI 8 Redaktionsarbeit und -organisation										
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	1.–2.		<i>Moduldauer</i>	ein Sem.		<i>Häufigkeit</i>	jedes Sommersemester	
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	keine				<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information				
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Wolfgang H. Swoboda M.A.				<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Wolfgang H. Swoboda M.A. Lehrbeauftragte				
<i>Lehrveranstaltungen</i>	Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup.größe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen	
MIO1 Redaktionsarbeit und organisation 1	1.	3	2	S	≤ 24	90 h	34 h	56 h	PL: fachliche Semesterarbeit	
MIO2 Redaktionsarbeit und organisation 2	2.	3	2	Pr	≤ 16	90 h	34 h	56 h		
<i>Summen</i>	1.–2.	6	4			180 h	68 h	112 h	<i>Gewicht Endnote</i>	4 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Die Studierenden entwickeln grundlegende fachliche Kenntnisse und Kommunikationskompetenz für das Praxisfeld Redaktionsarbeit und Organisation. Sie lernen dazu die Fachterminologie des praktischen Journalismus und dessen Handlungsrahmen kennen.</p> <p>Der Studiengang Medien und Information hat einen strategischen Schwerpunkt bei den publizistischen Medien und im Journalismus, unabhängig von den technischen Realisationsformen, in denen er betrieben werden kann (Zeitungs-, Zeitschriften-, Hörfunk-, Fernseh-, Online-Journalismus etc.). Damit verliert der Medienbegriff im Titel des Studiengangs Medien und Information seine umgangssprachliche Weite und Beliebigkeit. Im Mittelpunkt des Moduls Grundlagen der Redaktionsarbeit und Organisation stehen Informations- und Kommunikationsprozesse im Vorfeld und bei der Konzeption und redaktionellen Realisierung von komplexen Medienprodukten sowie die Konzepte, Strategien und Infrastrukturen für Informationsdienstleistungen, die die gesellschaftlichen Kommunikationsleistungen der Massenmedien unterstützen oder anderweitig realisieren. Deren rechtliche Voraussetzungen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen werden ebenso einbezogen wie die intendierten und tatsächlich nachweisbaren kommunikativen Folgen medienvermittelter Information und Kommunikation.</p> <p>Im Mittelpunkt stehen solche Medien, mit denen Öffentlichkeit hergestellt werden kann, jene institutionalisierten Formen technisch vermittelter Information und Kommunikation, die ein großes disperses Publikum konstituieren können und in der Lage sind, weitreichende Kommunikationsprozesse zu initiieren und individuell wie gesellschaftlich relevante Entscheidungen und Prozesse zu beeinflussen. Die Annäherung an dieses Themenfeld und seine Anwendung auf Informations- und Dokumentationsaufgaben erfolgt über die gut ausgebauten Begriffsraster, Analysemethoden und Kenntnisbestände der einschlägigen Bezugswissenschaften Journalistik-/Publizistik- und Kommunikationswissenschaften mit Querverweisen auf Medienforschung, Medienrecht und Medienethik. Die gesellschaftlichen Dimensionen und politischen Funktionen medienvermittelter Information und Kommunikation werden dabei besonders akzentuiert.</p>									

LV Mu8 : MJ3	Redaktionsarbeit und -organisation 1
Modulzugehörigkeit	Mu8 – Redaktionsarbeit und -organisation
Lehrende	Prof. Dr. Wolfgang H. Swoboda M.A.; Lehrbeauftragte
Lernergebnisse/ Kompetenzen	<p>Nach der Teilnahme an diesem Seminar kennen die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • grundlegende Aufgaben, Handlungsfelder, gesellschaftliche Rahmenbedingungen und Probleme der Berufsarbeit von männlichen und weiblichen Journalisten und Informationsspezialisten in Verlagen und Redaktionen der (Massen-)Medien; • die relevanten Schritte des journalistischen und redaktionellen Workflows und deren möglichen Organisationsformen; • die zur Reflexion der Arbeitsweisen gebräuchlichen Fachbegriffe aus der journalistischen Praxis und aus der Berufsfeldforschung zur Publizistik und Journalistik; • einschlägige Befunde aus paradigmatischen empirischen Untersuchungen der Nachrichtenforschung und deren Konsequenzen für die Berufspraxis in Nachrichtenagenturen, Presse, Hörfunk, Fernsehen und Online-Redaktionen. <p>Damit können die Studierenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziele, Strukturen und Prozesse der Redaktionsarbeit und -organisation beobachten, benennen und beschreiben; • die behandelten analytischen Konzepte und Begriffe auf Praxisprobleme anwenden; • alternative Optionen für ihr künftiges berufliches Handeln benennen und bewerten.
Inhalte	<p>Im ersten Teil erarbeiten sich die Studierenden eine Einführung in das Problem- und Handlungsfeld des praktischen Journalismus. Im seminaristischen Unterricht und anhand der einschlägigen Fachliteratur analysieren die Studierenden wichtige begriffliche Grundlagen, Handlungsaspekte und Probleme der Redaktionsarbeit und -organisation am Beispiel des Nachrichten- und Informationsjournalismus. Die aktuelle Leitfrage lautet: »Vom Journalismus zum Medienmanagement?« Dies reflektiert auf die im Praxisfeld zunehmend thematisierte Frage nach den Zielen und Determinanten redaktionellen Handelns. Die Studierenden erwerben so einen ersten Überblick über die berufsspezifischen Praktiken und grundlegende Probleme der Organisation im Print-, Hörfunk-, Fernseh- und Online-Journalismus. Die Studierenden recherchieren, erarbeiten und präsentieren einzeln oder in Kleingruppen kurze lexikalische Texte zu einem Begriff aus einer Liste mit Themen, die</p> <ul style="list-style-type: none"> • sich inhaltlich im wesentlichen auf die bundesdeutsche Medienkultur beziehen; • jährlich zu ergänzen und zu aktualisieren sind, und auch von Jahrgang zu Jahrgang variiert werden sollen; • nach Absprache mit den Studierenden sinnvoll gruppiert und in eine praktikable Reihenfolge für das Semesterprogramm gebracht werden müssen.
Literatur	<p>GINNEKEN, Jaap van: <i>Understanding global news : a critical introduction</i>. London : Sage 2005 / Reprint, first published 1998</p> <p>MAST, Claudia (Hrsg.): <i>ABC des Journalismus. Ein Handbuch</i>. 10., völlig neue Aufl. Konstanz : UVK, 2004</p> <p>NEVERLA, Irene (Hrsg.) ; GRITTMANN, Elke (Hrsg.) ; PATER, Monika (Hrsg.): <i>Grundlagentexte zur Journalistik</i>. Konstanz : UVK 2002 (UTB für Wissenschaft ; 2356)</p> <p>WEISCHENBERG, Siegfried: <i>Journalistik. Bd. 1: Mediensysteme – Medienethik – Medieninstitutionen ; Bd. 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure ; Bd. 3: Quiz und Forum : (Fragen/Antworten, Diskussion, Evaluation)</i>. Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss., 2004 ; Opladen : Westdt. Verl., 1995 ; Opladen : Westdt. Verl., 1998</p> <p>WEISCHENBERG, Siegfried (Hrsg.) ; KLEINSTEUBER, Hans J. (Hrsg.) ; PÖRKSEN, Bernhard (Hrsg.): <i>Handbuch Journalismus und Medien</i>. Konstanz : UVK, 2005</p>
Ergänzung	<p>Didaktisch umgesetzt wird diese Einführung als gemeinschaftliche Arbeit an einem »Glossar der analytischen Fachbegriffe zur Redaktionsarbeit und -organisation«. Literaturhinweise, Basismaterialien und Themenvorschläge sowie alle Beiträge der Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden im Lernraum des Moduls auf der Lernplattform der Hamburger Hochschulen (email) bereitgestellt.</p>

LV MuI 8 : MJ4	Redaktionsarbeit und -organisation 2
Modulzugehörigkeit	MuI 8 – Redaktionsarbeit und -organisation
Lehrende	Prof. Dr. Wolfgang H. Swoboda M.A.; Lehrbeauftragte
Lernergebnisse/ Kompetenzen	<p>Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer können:</p> <ul style="list-style-type: none"> • typische journalistische Textsorten identifizieren und in ihren Funktionen bestimmen; • Textteile (Überschriften etc.) und Aussage-Typen (z. B. Tatsachenbehauptungen und Meinungsäußerungen) in Texten systematisch identifizieren; • Texte in Sinnabschnitte gliedern und zusammenfassen; • mit den gängigen Hilfsmitteln (Nachschlagewerken, Faktendatenbanken) einfache Sachverhalte und Aussagen verifizieren; • Themen für einen eigenen Text entwickeln; • eine Recherche planen; • ein Interview führen; • ergänzende Informationen und Materialien suchen und strukturieren; • einen Text daraus entwickeln und formulieren; • einen Vorschlag für die Präsentation des Textes / das Layout des Beitrags in einem vorgegebenen Format und medialen Kontext entwickeln und begründen.
Inhalte	<p>Im zweiten Teil des Moduls werden die Basiskompetenzen der Redaktionsarbeit thematisiert und exemplarisch für eine ausgewählte Textsorte auch praktisch trainiert. Die exemplarisch durchzuführenden Arbeitsschritte sind: Themenplanung, Recherche, Interview, Schreiben und Präsentieren. Die Themen und Formate der Texte können nach den Interessen der Studierenden variieren und in alternativen Parallelgruppen angeboten werden.</p> <p>Beispiel: <i>Reportagen</i> in Print-Magazinen sollen fesseln, Bilder vor dem Inneren Auge entstehen lassen, den Leser an einem Ereignis teilhaben lassen. Sie soll Außergewöhnliches aber auch Alltägliches beschreiben. Doch was genau ist eine Reportage? Was ist der Unterschied zu anderen Textformen? Wie ist das Vorgehen bei der Themenfindung, bei der Recherche von Fakten und geeigneten Interviewpartnern? Was macht einen Reportagetext spannend? Für Ihre eigene Reportage recherchieren Sie Fakten und handelnde Personen und lernen anhand ihres Textes einen professionellen Umgang mit dem eigenen Geschriebenen.</p> <p>Beispiel 2: <i>Fachinformationen</i> in Online-Datenbanken haben unterschiedliche Textebenen. Texte, Bilder und Links erklären die Sachverhalte. Die Erklärungen und Texte müssen dabei nicht nur klar und verständlich formuliert sein, sondern zutreffend und überprüfbar sein. Das Seminar beschäftigt sich damit, wie man Details zu einem gewünschten Thema erfragen, die ermittelten Sachverhalte korrekt darstellen und Tatsachenbehauptungen erkennen und überprüfen kann. – Dies alles nicht nur theoretisch, sondern am Beispiel einer neuen Online-Datenbank über Institutionen der Medienarbeit in Hamburg.</p>
	<p>HALLER, Michael: <i>Recherchieren</i>. 6., überarb. Aufl. Konstanz : UVK, 2004 (Praktischer Journalismus ; 7)</p> <p>LUDWIG, Johannes: <i>Investigativer Journalismus : Recherchestrategien – Quellen – Informanten</i>. Konstanz: UVK, 2002 (Praktischer Journalismus ; 48)</p> <p>MEIER, Klaus (Hrsg.): <i>Internet-Journalismus</i>. 3., überarb. und erw. Aufl. Konstanz: UVK 2002 (Praktischer Journalismus ; 35)</p> <p>REUMANN, Kurt: Journalistische Darstellungsformen. In: NOELLE-NEUMANN, Elisabeth (Hrsg.) ; SCHULZ, Wilfried (Hrsg.) ; WILKE, Jürgen (Hrsg.): <i>Das Fischer Lexikon Publizistik, Massenkommunikation</i>. aktual., vollst. überarb. und ergänzte Aufl. Frankfurt am Main : Fischer Taschenbuch Verlag, 2002 (Fischer ; 15495), S. 126–152</p> <p>SCHNEIDER, Wolf ; RAUE, Paul-Josef: <i>Das neue Handbuch des Journalismus</i>. Vollst. überarb. u. erw. Neuausg. Reinbek bei Hamburg : Rowohlt Taschenbuch Verlag 2003 (rororo ; 61569 : rororo-Sachbuch)</p>
Ergänzung	Gelungene Texte können ggf. im Folgesemester zur Veröffentlichung aufbereitet werden.

Modul Mu9 Beruf und Unternehmen										
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	2.–3.		<i>Moduldauer</i>	zwei Sem.		<i>Häufigkeit</i>	Start jedes Sommersemester	
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	keine				<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information				
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.				<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Frauke Schade Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.				
Lehrveranstaltungen		Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup.größe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen
MBP1	Berufsfeldanalyse	2.	3	2	Pr	≤ 16	90 h	34 h	56 h	PL: fachl. Semesterarbeit
MHK6	Unternehmenskommunikation	3.	3	2	S	≤ 24	90 h	34 h	56 h	SL: Hausarbeit und/oder fachl. Semesterarbeit
<i>Summen</i>		2.–3.	6	4			180 h	68 h	112 h	<i>Gewicht Endnote</i> 4 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>		<p>Nach Abschluss des Moduls</p> <ul style="list-style-type: none"> • können die Studierenden das Berufsfeld Medien und Information vor dem Hintergrund seiner vielfältigen Berufsbilder und Tätigkeitsbeschreibungen abstecken; • sind die Studierenden in der Lage, eigene Bewerbungsstrategien zu entwickeln und ihre Bewerbungsunterlagen nach aktuellen Standards auszurichten; • verfügen Sie über ein differenziertes Portfolio an PR- und Marketingwissen um Unternehmensinformationen zielgruppenorientiert zu kommunizieren; • können die Planung und Steuerung der Kommunikationsprozesse für Organisationen in der Öffentlichkeit analysieren, entwickeln und beurteilen; • können Marketingkonzepte und -strategien als Instrument der PR-Arbeit anzuwenden. 								

LV Mu9 : MBP1 Berufsfeldanalyse	
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mu9 – Beruf und Unternehmen
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Die Studentinnen und Studenten können nach Abschluss der Lernveranstaltung den Arbeitsmarkt Medien und Information in seinen unterschiedlichen Facetten, Strukturen und Beschäftigungsmöglichkeiten beschreiben und einschätzen sowie geeignete Strategien des Zugangs zu diesem Berufsfeld entwickeln. Im einzelnen sind die Studierenden befähigt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • das Berufsfeld Medien und Information anhand differenzierter Berufsbilder und Tätigkeitsbeschreibungen zu umreißen; • Berufssegmente zu identifizieren, die sie mit ihren persönlichen und fachlichen Interessen und Fähigkeiten in Übereinstimmung bringen können; • Stellenausschreibungen zu interpretieren und Stellenbeschreibungen zu formulieren; • persönlich optimierte Bewerbungsstrategien zu entwickeln und die eigenen Bewerbungsunterlagen aktuellen Standards der Bewerbungstechnik anzupassen. <p>Nach Abschluss des Modulteils sind die Studierenden auf eine Tätigkeit im Rahmen des Pflichtpraktikums im vierten Semester vorbereitet.</p>
<i>Inhalte</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Analysen zu Strukturen und Potenzialen des Arbeitsmarkts Medien und Information; • Profiling einzelner Arbeitsmarktsegmente und typischer Tätigkeitsbereiche; • Erstellung systematisch vergleichbarer Synopsen zu einzelnen Medienbetrieben; • Kommunikation mit Firmen, Kontaktarbeit, Networking, Tagungs- und Messebesuch; • Bewerbungsstrategien, -technik, und -evaluation; • persönliches Leitbild, Selbstbild, professionelle Selbstdarstellung, Lebenslaufgestaltung; • fachliche und verhaltensbezogene Vorbereitung auf betriebliches Leben und Arbeitsalltag.
<i>Literatur</i>	<p>BOLLES, Richard Nelson: <i>Durchstarten zum Traumjob : das ultimative Handbuch für Ein-, Um- und Aufsteiger</i>. Frankfurt am Main : Campus, 2012</p> <p>COTTRELL, Stella: <i>Studieren : das Handbuch</i>. Heidelberg : Spektrum, Akad. Verl., 2010</p> <p>HESSE, Jürgen ; SCHRADER, Hans Christian: <i>Neue Bewerbungsstrategien für Hochschulabsolventen : startklar für die Karriere</i>. 2. Aufl. Frankfurt am Main : Eichborn, 2007</p> <p>HESSE, Jürgen ; SCHRADER, Hans Christian: <i>Die perfekte Bewerbungsmappe für Hochschulabsolventen : die 50 besten Beispiele erfolgreicher Kandidaten</i>. Frankfurt am Main : Eichborn, 2010 ; Beil.: CD-ROM</p> <p>MAI, Jochen: <i>Die Karriere-Bibel : definitiv alles, was Sie für Ihren beruflichen Erfolg wissen müssen</i>. München : Deut. Taschenbuchverl., 2008 (dtv premium ; 24651)</p> <p>PÜTTJER, Christian ; SCHNIERDA, Uwe: <i>So überzeugen Sie im Bewerbungsgespräch : die optimale Vorbereitung für Hochschulabsolventen</i>. Frankfurt am Main : Campus, 2005</p>

LV MuI 9 : MHK6	Unternehmenskommunikation
Modulzugehörigkeit	Mui 9 – Beruf und Unternehmen
Lehrende	Prof. Frauke Schade
Lernergebnisse/ Kompetenzen	<p>Die Studierenden erhalten einen Einblick in die interne und externe Unternehmenskommunikation und sie lernen, wie Unternehmen und Organisationen der Informations- und Medienbranche ihre Beziehungen zu wichtigen Stakeholdern organisieren, nutzbringend managen, messen und bewerten können. Die Veranstaltung befähigt zur wissenschaftlichen Analyse praktischer Konzepte der Unternehmenskommunikation, zum Verständnis von Unternehmenskommunikation als Basis globaler Wirtschafts- und Informationsnetzwerke sowie zur fallorientierten Anwendung von Konzepten, Methoden und Strategien der Unternehmenskommunikation und zur Gestaltung und Durchführung effektiver interner und externer Kommunikationsmaßnahmen insbesondere der Markenkommunikation.</p>
Inhalte	<p>Unternehmenskommunikation zielt darauf ab, ein widerspruchsfreies und glaubwürdiges Image von Unternehmen intern und in der Öffentlichkeit zu entwickeln. Im Dialog mit den verschiedenen Teilöffentlichkeiten eines Unternehmens geht es darum, Standpunkte zu vermitteln und Orientierung zu ermöglichen, um den wirtschaftlichen, kulturellen, politischen und sozialen Handlungsraum von Unternehmen im Prozess der Meinungsbildung zu schaffen und auszubauen. Im Seminar werden theoretische, empirische und praktische Grundlagen der internen und externen Unternehmenskommunikation vermittelt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Theorien und Modelle der (Unternehmens-)Kommunikation; • historische Entwicklung der Öffentlichkeits- und Pressearbeit; • Strukturen der Öffentlichkeit und öffentlichen Meinungsbildung sowie die Relevanz der Unternehmenskommunikation; • Informationsökonomische und dienstleistungsspezifische Anforderungen der Kommunikation für Medien- und Informationseinrichtungen; • Grundlegende Planungskonzepte, Ziele, Strategien, Methoden und Handlungsfelder der integrierten Unternehmenskommunikation; • Strategische Kommunikationsorganisation (Aufbau- und Ablaufplanung); • Budgetierung und Budgetallokation der Unternehmenskommunikation; • Operative Kommunikationsorganisation, Prozesse der Kommunikationsorganisation; • weitere Handlungsfelder: Media Relations, Krisen-PR, Public Affairs, Community Affairs, Issues Management und Agenda Setting, Social-Media-Kommunikation, internationale Unternehmenskommunikation und globale Unternehmenskultur, Mergers & Acquisitions; • Ethik der Unternehmenskommunikation.
Literatur	<p>BENTELE, Günter (Hrsg.): <i>Handbuch der Public Relations : wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln ; mit Lexikon</i>. Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss., 2005 BRUHN, Manfred: <i>Unternehmens- und Marketingkommunikation : Handbuch für ein integriertes Kommunikationsmanagement</i>. 2., vollst. überarb. München : Vahlen, 2005 BRUHN, Manfred: <i>Marketing für Non-Profit-Organisationen : Grundlagen – Konzepte – Instrumente</i>. 2., akt. u. überarb. Aufl. Stuttgart : Kohlhammer, 2012 ESCH, Franz-Rudolf (Hrsg.): <i>Moderne Markenführung : Grundlagen, innovative Ansätze, praktische Umsetzungen</i>. 4., vollst. überarb. und erw. Aufl. Wiesbaden : Gabler, 2005 FUCHS, Wolfgang ; Unger, Fritz: <i>Verkaufsförderung : Konzepte und Instrumente im Marketing-Mix</i>. Wiesbaden : Gabler, 1999 GEORGY, Ursula (Hrsg.) ; SCHADE, Frauke (Hrsg.): <i>Praxishandbuch Bibliotheks- und Informationsmarketing</i>. München : De Gruyter Saur, 2012 KOTLER, Philip ; KELLER, Kevin Lane ; BLIEMEL, Friedhelm: <i>Marketing-Management : Strategien für wertschaffendes Handeln</i>. 12. aktual. Aufl. München : Pearson Studium, 2007 KUNCIK, Michael: <i>Public Relations : Konzepte und Theorien</i>. 4. vollst. überarb. Aufl. Köln : Böhlau, 2002 (UTB M ; 2277) MEFFERT, Heribert; BRUHN, Manfred: <i>Dienstleistungsmarketing : Grundlagen, Konzepte, Methoden : Mit Fallstudien</i>. 5., überarb. und erw. Aufl. Wiesbaden: Gabler, 2006 WIESNER, Knut A. ; SPONHOLZ, Uwe: <i>Dienstleistungsmarketing</i>. München : Oldenburg, 2007 ZERFAß, Ansgar (Hrsg.): <i>Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web. Bd. 1: Grundlagen und Methoden : von der Gesellschaft zum Individuum ; Bd. 2: Strategien und Anwendungen : Perspektiven für Wirtschaft, Politik und Publizistik</i>. Köln : von Halem, 2008 (Neue Schriften zur Online-Forschung ; 1 und 2)</p>

Modul Mu1 10 Datenbanktechnologie										
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	2.–3.		<i>Moduldauer</i>	zwei Sem. <i>Häufigkeit</i> Start jedes Sommersemester				
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	Mu1 5 – Informations-technologie				<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information				
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Martin Gennis				<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Maika Büschenfeld Prof. Dr. Martin Gennis				
Lehrveranstaltungen	Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup. gröÙe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen	
MIT4 Datenbanken 1	2.	2	2	SU	≤ 48	60 h	34 h	26 h	PL: Klausur oder fachl. Semesterarbeit	
MIT5 Datenbanken 2	2.	2	2	Pr	≤ 16	60 h	34 h	26 h		
MIT6 PHP-Programmierung	3.	3	2	Pr	≤ 16	90 h	34 h	56 h		
<i>Summen</i>	2.–3.	7	6			210 h	102 h	108 h	<i>Gewicht Endnote</i>	4 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Dieses Modul führt in die Grundlagen der Programmierung und die Thematik der Datenbanken ein und soll ein grundlegendes Verständnis für den Aufbau, die Arbeitsweise und den möglichen Einsatz von Rechnersystemen und Datenbanken in informativischen und medienorientierten Zusammenhängen vermitteln. Die Lernziele dieser Veranstaltung liegen im praktischen Verständnis für die Arbeitsweise und die Anwendungsfelder von Datenbanken und Datenbankmanagementsystemen (insbesondere relationale Datenbanken) in Kombination mit der Programmierung mittels PHP oder einer ähnlich geeigneten Scriptsprache. Die Kombination aus theoretischem Fundament und praktischen Übungen an und mit Systemen vermittelt dabei eine praxisorientierte Grundlagenkompetenz.									

LV Mu1 10 : MIT4	Datenbanken 1
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mu1 10 – Datenbanktechnologie
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Maika Büschenfeld; Prof. Dr. Martin Gennis, Lehrbeauftragte
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Verständnis der verschiedenen Ebenen eines Datenbankmanagementsystems; • Verständnis der Modellierung von Entity Relationship Diagrammen; • Kenntnis der Umsetzungsmöglichkeiten der Modellierung in eine relationale Datenbank einschließlich der Definition von Constraints; • Verständnis des Datenbankstandards SQL (Definition, Manipulation, Abfrage); • Verständnis von komplexen Aufgaben in Datenbankmanagementsystemen wie Transaktionsverwaltung und anderes mehr; • Kenntnis grundlegender Arbeitsweisen nichtrelationaler Datenbanksysteme.
<i>Inhalte</i>	Das Hauptaugenmerk der Veranstaltung liegt auf relationalen Datenbanken als Rückgrat vieler Informationssysteme. In der Veranstaltung werden die Eigenschaften und Beschränkungen dieser Datenbanken vermittelt. Dabei wird auf der Grundlage der Standard Query Language, SQL, auf die Prinzipien und Modellierungsschritte der Data Definition Language und der Data Manipulation Language eingegangen und diese an einem DBMS erprobt. Die erforderliche Modellierung von Entity Relationship Diagrammen wird hierzu in geeigneten Werkzeugen vorgestellt, vertieft und in einem DBMS umgesetzt. Mittels PHP-Skripten wird ein User-Interface zur Bedienung einer Datenbank praktisch erstellt.
<i>Literatur</i>	<p>KLEUKER, Stephan: <i>Grundkurs Datenbankentwicklung : von der Anforderungsanalyse zur komplexen Datenbankabfrage</i>. 2., erw. Aufl. Wiesbaden : Vieweg + Teubner, 2010</p> <p>JAROSCH, Helmut: <i>Grundkurs Datenbankentwurf : eine beispielorientierte Einführung für Studenten und Praktiker</i>. 3., überarb. und erw. Aufl. Wiesbaden : Vieweg + Teubner, 2010</p> <p>MAURICE, Florence: <i>PHP 5.4 & MySQL 5.5 : der Einstieg in die Programmierung dynamischer Websites</i>. München : Addison Wesley, 2012</p>

LV Mul 10 : MIT5	Datenbanken 2
Modulzugehörigkeit	Mul 10 – Datenbanktechnologie
Lehrende	Prof. Dr. Maika Büschenfeld; Prof. Dr. Martin Gennis, Lehrbeauftragte
Lernergebnisse/ Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Erarbeitung von operativem Anwendungswissen der verschiedenen Ebenen eines Datenbankmanagementsystems; • Fähigkeit zur Modellierung von Entity Relationship Diagrammen; • Umsetzung der Modellierung in eine relationale Datenbank einschließlich der Definition von Constraints; • qualifizierter Umgang mit SQL (Definition, Manipulation, Abfrage); • operative Ausführung komplexer Aufgaben in Datenbankmanagementsystemen.
Inhalte	Das Praktikum dient der Vertiefung der zugehörigen Lehrveranstaltung. Die Eigenschaften und Beschränkungen relationaler Datenbanken werden in praktischen Übungen vermittelt und erfahren. Hierzu wird die Standard Query Language (SQL) in der Data Definition Language und der Data Manipulation Language eingesetzt. Im Modellierungsprozess der erforderlichen Entity Relationship Diagramme werden hierzu geeignete Werkzeuge an Hand von Aufgabenstellungen erprobt. Mittels PHP-Skripten wird ein User-Interface zur Bedienung einer Datenbank praktisch erstellt.
Literatur	<p>KLEUKER, Stephan: <i>Grundkurs Datenbankentwicklung : von der Anforderungsanalyse zur komplexen Datenbankanfrage</i>. 2., erw. Aufl. Wiesbaden : Vieweg + Teubner, 2010</p> <p>JAROSCH, Helmut: <i>Grundkurs Datenbankentwurf : eine beispielorientierte Einführung für Studenten und Praktiker</i>. 3., überarb. und erw. Aufl. Wiesbaden : Vieweg + Teubner, 2010</p> <p>MAURICE, Florence: <i>PHP 5.4 & MySQL 5.5 : der Einstieg in die Programmierung dynamischer Websites</i>. München : Addison Wesley, 2012</p>

LV Mul 10 : MIT6	PhP-Programmierung
Modulzugehörigkeit	Mul 10 – Datenbanktechnologie
Lehrende	Prof. Dr. Maika Büschenfeld; Prof. Dr. Martin Gennis, Lehrbeauftragte
Lernergebnisse/ Kompetenzen	Fokus dieser Veranstaltung ist die Programmierung einer Web-Oberfläche für eine relationale Datenbank mithilfe der Skriptsprache PHP oder einem ähnlich geeignet Instrument. Nach der Arbeit mit HTML, CSS und SQL in vorangegangenen Veranstaltungen erlernen die Studierenden hiermit den letzten Baustein für datenbankgestützte Web-Anwendungen.
Inhalte	<p>Die Inhalte orientieren sich an der zuvor durchgeführten Seminaristischen Unterricht und dem zuvor absolvierten Laborpraktikum und beinhalten eine praktische Umsetzung konkreter Bereiche:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in Grundkonzepte der Programmierung wie Kontrollstrukturen, Datentypen, Programmabläufe, Algorithmen und Objektorientierung an Hand der Scriptssprache PHP; • Algorithmen und ihre Darstellung mit Flussdiagrammen und Struktogrammen; • grundlegende Kontrollstrukturen von Programmiersprachen.
Literatur	<p>KLEUKER, Stephan: <i>Grundkurs Datenbankentwicklung : von der Anforderungsanalyse zur komplexen Datenbankanfrage</i>. 2., erw. Aufl. Wiesbaden : Vieweg + Teubner, 2010</p> <p>JAROSCH, Helmut: <i>Grundkurs Datenbankentwurf : eine beispielorientierte Einführung für Studenten und Praktiker</i>. 3., überarb. und erw. Aufl. Wiesbaden : Vieweg + Teubner, 2010</p> <p>MAURICE, Florence: <i>PHP 5.4 & MySQL 5.5 : der Einstieg in die Programmierung dynamischer Websites</i>. München : Addison Wesley, 2012</p>

Modul Mu 11 Medienökonomie und -management										
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	2.–3.		<i>Moduldauer</i>	zwei Sem.		<i>Häufigkeit</i>	Start jedes Sommersemester	
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	keine				<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information				
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Hardy Gundlach				<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Hardy Gundlach				
Lehrveranstaltungen	Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup.größe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen	
MÖM1 Medienökonomie und -management 1	2.	3	2	SU	≤ 24	90 h	34 h	56 h	–	
MÖM2 Medienökonomie und -management 2	3.	3	2	Pr	≤ 16	90 h	34 h	56 h	SL: Klausur und/oder Hausarbeit	
MÖM3 Betriebliches Datenmanagement	3.	3	2	Pr	≤ 16	90 h	34 h	56 h	PL: Klausur und/oder Hausarbeit	
<i>Summen</i>	1.	9	6			270 h	102 h	168 h	<i>Gewicht Endnote</i>	5 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Um Einblicke in die komplexen Zusammenhänge der Medienwirtschaft zu erlangen und um diese zu begreifen, ist sowohl eine wirtschaftstheoretischen Fundierung als auch der Blick in die Praxis des Medienmanagements erforderlich. Deshalb ist es das Ziel des Moduls Medienökonomie und -management, die Studierenden zu befähigen, die grundlegenden betriebswirtschaftlichen und makroökonomischen Konzepte der Wirtschaftswissenschaften auf ihre praktische Relevanz für Medienunternehmen, Entscheidungen des Managements und Geschäftsmodelle zu bewerten. Das Ziel ist, dass die Studierenden in der Lage sind, das ökonomische Wissen bei der Lösung praktischer Entscheidungsprobleme des Managements von Medienunternehmen und Informationsdienstleistern anzuwenden. Von daher sind die Studierenden in der Lage, die Prozesse in Medienorganisationen effektiv und marktorientiert zu gestalten. Die Studierenden lernen, die relevanten Informationen zur Identifizierung von Erfolgsfaktoren und Schwachstellen der Mediengeschäftsmodelle, zur Strukturierung und Vorbereitung von Managemententscheidungen aufzubereiten und zur Entwicklung von Unternehmensstrategien zu begleiten. Sie sind in der Lage, die ökonomisch relevanten Daten zu beschaffen, zu komprimieren und zu analysieren. Sie können die Ergebnisse der Datenanalyse bewerten und im Hinblick auf die zugrundeliegende Problemstellung interpretieren.</p>									

LV Mu11 : MÖM1 Medienökonomie und -management 1	
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mu11 – Medienökonomie und -management
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Hardy Gundlach; Lehrbeauftragte
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Das Ziel des Moduls ist es, das theoretisch-konzeptionelle Wissen in Bezug auf die Führung von Medienunternehmen zu vertiefen, damit die Studierenden in der Lage sind, die Prozesse in Medienorganisationen effektiv und marktorientiert zu gestalten. Die Kenntnis grundlegender betriebswirtschaftlicher und makroökonomischer Theorien und Konzepte wird dabei als wichtige Qualifikation für die erfolgreiche Bearbeitung medienunternehmerischer Fragestellungen angesehen. Diese Qualifikation ist für den weiteren Verlauf des Studiums und für die anschließende praktische Arbeit in den Unternehmen der Medienwirtschaft erforderlich. Die Studierenden sind in der Lage, strukturelle Merkmale der Ökonomie der Medien, der Medienmärkte, die Wertschöpfungsbeziehungen und Geschäftsmodelle sowie die ökonomischen Erfolgsgrößen verschiedener Branchensegmente zu analysieren und dabei die einzelnen Bausteine des Wissens über Medienmanagement und Medienökonomie systematisch miteinander zu vernetzen.
<i>Inhalte</i>	Die zweisemestrige Veranstaltung behandelt grundlegende Fragen des Informations- und Medienmanagements sowie der Informations- und Medienökonomie. Dabei werden die wichtigsten Aspekte der Medienökonomie und des Medienmanagements miteinander vernetzt. Das Ziel ist dabei, dass die Studierenden zu einer ganzheitlichen und eigenständigen Auseinandersetzung mit aktuellen Fragestellungen aus der Medienwirtschaft in der Lage sind. Dazu betrachten und diskutieren die Studierenden kritisch die Managementmethoden und Konzepte der Unternehmensführung. Zudem erwerben sie im Laufe der beiden Semester grundlegende Kenntnisse über Typen, Organisation und Ziele von Unternehmen sowie über Angebot und Nachfrage auf den Informations- und Medienmärkten, Produktnutzen, Marketing, Kriterien der Qualität, Kostenstrukturen, Kalkulation, Produktion, Gewinnermittlung, Erfolgskriterien und -faktoren, Finanzierung, Controlling von Medien und zu den strukturellen und konjunkturellen Einflussgrößen auf die Medienwirtschaft. In dem zweisemestrigen Kurs werden schrittweise grundlegende Theorien und Konzepte sowie deren Anwendungsfelder erarbeitet.
<i>Literatur</i>	ALBARRAN, Alan B. (Hrsg.) ; CHAN-OLMSTED, Sylvia M. (Hrsg.) , WIRTH, Michael O. (Hrsg.): <i>Handbook of media management and economics</i> . Mahwah, New Jersey : Lawrence Erlbaum, 2006 BARTLING, Hartwig ; LUZIUS, Franz: <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre : Einführung in die Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik</i> . 16., verb. und erg. Auflage. München : Vahlen, 2008 BECK, Hanno: <i>Medienökonomie : Print, Fernsehen und Multimedia</i> . 3., überarb. und erg. Aufl., Berlin : Springer, 2011 GLÄSER, Martin: <i>Medienmanagement</i> . 2., aktualisierte und überarb. Aufl., München : Vahlen, 2010 HEINRICH, Jürgen: <i>Medienökonomie. Bd. 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt</i> . 3. Aufl. Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss., 2010 HEINRICH, Jürgen: <i>Medienökonomie. Bd 2: Hörfunk und Fernsehen</i> . 2. Auflage. Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss., 2010 SAMUELSON, Paul Anthony ; NORDHAUS, William D.: <i>Economics</i> . 19. ed., internat. ed. Boston, Mass : McGraw-Hill/Irwin, 2010 (The McGraw-Hill series economics) SCHUMANN, Matthias ; HESS, Thomas: <i>Grundfragen der Medienwirtschaft : eine betriebswirtschaftliche Einführung</i> . 4., überarb. Aufl. Berlin : Springer, 2009 WÖHE, Günter ; DÖRING, Ulrich: <i>Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i> . 24., überarb. und aktualisierte Aufl. München : Vahlen, 2010

LV Mu11 : MÖM2 Medienökonomie und -management 2	
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mu11 – Medienökonomie und -management
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Hardy Gundlach; Lehrbeauftragte
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Das Ziel des Moduls ist es, das theoretisch-konzeptionelle Wissen in Bezug auf die Führung von Medienunternehmen zu vertiefen, damit die Studierenden in der Lage sind, die Prozesse in Medienorganisationen effektiv und marktorientiert zu gestalten. Die Kenntnis grundlegender betriebswirtschaftlicher und makroökonomischer Theorien und Konzepte wird dabei als wichtige Qualifikation für die erfolgreiche Bearbeitung medienunternehmerischer Fragestellungen angesehen. Diese Qualifikation ist für den weiteren Verlauf des Studiums und für die anschließende praktische Arbeit in den Unternehmen der Medienwirtschaft erforderlich. Die Studierenden sind in der Lage, strukturelle Merkmale der Ökonomie der Medien, der Medienmärkte, die Wertschöpfungsbeziehungen und Geschäftsmodelle sowie die ökonomischen Erfolgsgrößen verschiedener Branchensegmente zu analysieren und dabei die einzelnen Bausteine des Wissens über Medienmanagement und Medienökonomie systematisch miteinander zu vernetzen.
<i>Inhalte</i>	Die zweisemestrige Veranstaltung behandelt grundlegende Fragen des Informations- und Medienmanagements sowie der Informations- und Medienökonomie. Dabei werden die wichtigsten Aspekte der Medienökonomie und des Medienmanagements miteinander vernetzt. Das Ziel ist dabei, dass die Studierenden zu einer ganzheitlichen und eigenständigen Auseinandersetzung mit aktuellen Fragestellungen aus der Medienwirtschaft in der Lage sind. Dazu betrachten und diskutieren die Studierenden kritisch die Managementmethoden und Konzepte der Unternehmensführung. Zudem erwerben sie im Laufe der beiden Semester grundlegende Kenntnisse über Typen, Organisation und Ziele von Unternehmen sowie über Angebot und Nachfrage auf den Informations- und Medienmärkten, Produktnutzen, Marketing, Kriterien der Qualität, Kostenstrukturen, Kalkulation, Produktion, Gewinnermittlung, Erfolgskriterien und -faktoren, Finanzierung, Controlling von Medien und zu den strukturellen und konjunkturellen Einflussgrößen auf die Medienwirtschaft. In dem zweisemestrigen Kurs werden schrittweise grundlegende Theorien und Konzepte sowie deren Anwendungsfelder erarbeitet.
<i>Literatur</i>	ALBARRAN, Alan B. (Hrsg.) ; CHAN-OLMSTED, Sylvia M. (Hrsg.) , WIRTH, Michael O. (Hrsg.): <i>Handbook of media management and economics</i> . Mahwah, New Jersey : Lawrence Erlbaum, 2006 BARTLING, Hartwig ; LUZIUS, Franz: <i>Grundzüge der Volkswirtschaftslehre : Einführung in die Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik</i> . 16., verb. und erg. Auflage. München : Vahlen, 2008 BECK, Hanno: <i>Medienökonomie : Print, Fernsehen und Multimedia</i> . 3., überarb. und erg. Aufl., Berlin : Springer, 2011 GLÄSER, Martin: <i>Medienmanagement</i> . 2., aktualisierte und überarb. Aufl., München : Vahlen, 2010 HEINRICH, Jürgen: <i>Medienökonomie. Bd. 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt</i> . 3. Aufl. Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss., 2010 HEINRICH, Jürgen: <i>Medienökonomie. Bd 2: Hörfunk und Fernsehen</i> . 2. Auflage. Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss., 2010 SAMUELSON, Paul Anthony ; NORDHAUS, William D.: <i>Economics</i> . 19. ed., internat. ed. Boston, Mass : McGraw-Hill/Irwin, 2010 (The McGraw-Hill series economics) SCHUMANN, Matthias ; HESS, Thomas: <i>Grundfragen der Medienwirtschaft : eine betriebswirtschaftliche Einführung</i> . 4., überarb. Aufl. Berlin : Springer, 2009 WÖHE, Günter ; DÖRING, Ulrich: <i>Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</i> . 24., überarb. und aktualisierte Aufl. München : Vahlen, 2010

LV Mu11 : MÖM3 Betriebliches Datenmanagement	
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mu11 – Medienökonomie und -management
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Hardy Gundlach; Lehrbeauftragte
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Der einsemestrige Kurs hat zum Ziel, dass die Studierenden die grundlegenden Kenntnisse der Erhebung, Analyse, Bewertung und Präsentation betriebswirtschaftlicher Daten erwerben und sie statistisches Zahlenmaterial kritisch beurteilen können. Dazu werden Grundkenntnisse der deskriptiven und analytischen Statistik erworben. Datenerhebung, Datenkomprimierung, Zusammenhangsanalysen und stichprobenbasierte Schätzungen und Tests werden mit Hilfe des weltweit eingesetzten Standardpaketes SPSS (Statistical Package for Social Science) durchgeführt. Das Ziel ist, statistische Methoden und Verfahren anwenden zu können, um Problemlösungen und Entscheidungsfindung in einem Unternehmen zu unterstützen.
<i>Inhalte</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Methoden der Statistik; • Deskriptive Statistik: <ul style="list-style-type: none"> – Aufbau eines Datensatzes, Skalentypen; – Häufigkeitsverteilung, Diagramme einschl. Histogramme, Summenkurve (Pareto-Diagramm), Boxplot u. v. m.; – statistische Maßzahlen der Verteilung , Lageparameter, Streuungsmaße, Klassenbildung; – empirische Verteilung, uungsmaße; – theoretische Wahrscheinlichkeitsverteilungen; • Analytische Statistik: <ul style="list-style-type: none"> – Regressionsanalyse, Zeitregression, Dummyregression, multiple Regression; – Stichprobenverteilung; – Schätzen, Konfidenzintervalle, (Mindest-)Stichprobenumfang; – Testen, Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstest, Fisher Test.
<i>Literatur</i>	<p>BACKHAUS, Klaus; ERICHSON, Bernd; PLINKE, Wulff; WEIBER, Rolf: <i>Multivariate Analysemethoden : eine anwendungsorientierte Einführung</i>. 13., überarb. Aufl. Berlin : 2011 (Springer-Lehrbuch)</p> <p>BLEYMÜLLER, Josef: <i>Statistik für Wirtschaftswissenschaftler</i>. 16., überarb. Aufl. München : Vahlen, 2012 (WiSt-Studienkurs)</p> <p>BOHLEY, Peter: <i>Statistik : einführendes Lehrbuch für Wirtschafts- und Sozialwissenschaftler</i>. 7., überarb. und erw. Aufl. München : Oldenbourg, 2000</p> <p>FIELD, Andy P.: <i>Discovering Statistics using SPSS : (and sex and drugs and rock 'n' roll)</i>. 3. ed. Los Angeles : Sage Publ., 2009</p> <p>HAMMANN, Peter ; ERICHSON, Bernd: <i>Marktforschung</i>. 5., überarb. und erw. Aufl., Stuttgart : Lucius & Lucius, 2006 (UTB für Wissenschaft ; 805)</p> <p>HÖRNSTEIN, Elke , KRETH, Horst: <i>Wirtschaftsstatistik</i>. Stuttgart : Kohlhammer, 2001 (Klausur Intensiv Training BWL ; 16)</p> <p>JANSSEN, Jürgen ; LAATZ, Wilfried: <i>Statistische Datenanalyse mit SPSS : eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem und das Modul Exakte Tests</i>. 7., neu bearb. und erw. Aufl. Berlin : Springer, 2009</p> <p>KOBELT, Helmut ; STEINHAUSEN, Detlef: <i>Wirtschaftsstatistik für Studium und Praxis</i>. 7., aktual. Aufl. Stuttgart : Schäffer-Poeschel, 2000</p> <p>BLEYMÜLLER, Josef ; GEHLERT, Günther ; GÜLICHER, Herbert: <i>Statistik für Wirtschaftswissenschaftler</i>. 12., überarb. Aufl. München : Vahlen, 2000 (WiSt-Studienkurs)</p>

Modul Mu12 Medienwirtschaft und Kommunikationspolitik										
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	1.	<i>Moduldauer</i>	ein Sem.	<i>Häufigkeit</i>	jedes Wintersemester			
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	keine			<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information					
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Wolfgang H. Swoboda M.A.			<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Wolfgang H. Swoboda M.A.					
<i>Lehrveranstaltungen</i>	<i>Stud. sem.</i>	<i>LP</i>	<i>SWS</i>	<i>Lehrform</i>	<i>Grup. gröÙe</i>	<i>Workload</i>	<i>Kontaktzeit</i>	<i>Selbststudium</i>	<i>Prüfungsformen</i>	
Medienwirtschaft MÖM4 und Kommunikationspolitik	3.	5	3	S	≤ 24	150 h	51 h	99 h	PL: Hausarbeit	
<i>Summen</i>	1.	5	3			150 h	51 h	99 h	<i>Gewicht</i>	<i>Endnote</i> 3 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Die Studierenden entwickeln eine begrifflich differenzierte, historisch und empirisch fundierte Vorstellung von den Entstehungsbedingungen, Strukturen und Volumina der Medienwirtschaft, ihren wichtigsten Sektoren, Akteuren, Konflikten und Kompromissen sowie den aktuellen politischen Rahmenbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten. Sie lernen wesentliche historische Faktoren und Bedingungen für die Entwicklung der Medienwirtschaft in Deutschland kennen. Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erarbeiten sich Grundbegriffe zur Beschreibung der Strukturen und Funktionen des Mediensystem und seiner Umbrüche und Entwicklungen durch politische Ereignisse; • erwerben/vertiefen die notwendigen historischen, politischen und ökonomischen Grundkenntnisse zur Beobachtung und Analyse des Mediensystems; • lernen wichtige Personen, Positionen, Institutionen und Instanzen in Medienwirtschaft und Kommunikationspolitik kennen; • üben den Umgang mit statistischen Daten, Kennwerten und Indikatoren zur Beschreibung und Analyse der Entwicklung von Medienmärkten; • analysieren Ausgangspunkte, Ziele, Weichenstellungen und Konflikte in der Entwicklung des Mediensystems; • verfolgen aktuelle Entwicklungen der elektronischen Medienmärkte in der Tagespresse und Fachpublizistik; • recherchieren und beschreiben neue publizistische Angebote und Geschäftsmodelle; • ermitteln und beschreiben die Entwicklung von Teilmärkten und Sektoren der Medienwirtschaft auf der Basis empirischer Daten; • werten Dokumente zur Medienpolitik aus und identifizieren Ziele und Strategien der Akteure; • analysieren ökonomische und politische Entwicklungen der Medienwirtschaft unter Verwendung von Konzepten, Fachbegriffen und Erkenntnissen der Publizistikwissenschaft, Medienforschung und Medienökonomie. 									
	<p>Die Veranstaltung vermittelt grundlegende Kenntnisse über die Entwicklung des Mediensystems und über seine Strukturen und Funktionen in der Bundesrepublik Deutschland. Einleitend sind Basisbegriffe zu klären, um den Fokus bei den wirtschaftlich und politisch bedeutsamen Medienmärkten zu begründen: Information, Kommunikation, Massenkommunikation, Informations- und Kommunikationsdienste. Am Beispiel der Presse werden technische, ökonomische, rechtliche, kulturelle und politische Dimensionen der Ausdifferenzierung des Mediensystems aufgezeigt. Mit diesem Hintergrund lassen sich dann aktuelle Tendenzen und Probleme analysieren, die sich seit der Einführung neuer Kommunikationsnetze und -dienste ergeben haben. Dabei wird für ausgewählte Stichworte der Mediendebatten (Konzentration, Kommerzialisierung, Deregulierung und Internationalisierung) exemplarisch zu prüfen sein, auf welcher Datenbasis die Prognosen zu künftigen Entwicklungen des Mediensystems diskutiert werden.</p>									
<i>Literatur</i>	<p>ALTENDORFER, Otto: <i>Das Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland</i>. Bd. 1. Wiesbaden : Westdeutscher Verlag, 2001</p> <p>HEINRICH, Jürgen: <i>Medienökonomie, Bd. 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt</i>. 2. überarb. u. aktualisierte Aufl. Opladen : Westdt. Verl., 2001</p> <p>HOLTZ-BACHA, Christina: <i>Medienpolitik für Europa</i>. Wiesbaden : VS, Verl. für Sozialwiss., 2006</p> <p>NOELLE-NEUMANN, Elisabeth (Hrsg.) ; Schulz, Winfried (Hrsg.) ; Wilke, Jürgen (Hrsg.): <i>Publizistik, Massenkommunikation</i>. 3., aktualis., vollst. überarb. und erg. Aufl. Frankfurt am Main : Fischer, 2002 (Fischer-Taschenbücher ; 15495) (Das Fischer-Lexikon)</p> <p>SCHÜTZ, Walter J. (Hrsg.): <i>Medienpolitik : Dokumentation der Kommunikationspolitik in der Bundesrepublik Deutschland von 1945 bis 1990</i>. Konstanz : UVK-Medien, 1999</p> <p>THOMAS, Pradip N. (Hrsg.) ; NAIN, Zaharom (Hrsg.): <i>Who owns the media? : global trends and local resistances</i>. Penang, MYS : Southbound, 2004</p> <p>WIRTZ, Bernd W.: <i>Medien- und Internetmanagement</i>. 5., überarb. Aufl. Wiesbaden : Gabler, 2006</p>									

Modul Mu13 Informationsarchitektur und -retrieval										
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	3.	<i>Moduldauer</i>	ein Sem.	<i>Häufigkeit</i>	jedes Wintersemester			
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	keine			<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information					
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Ulrike Spree			<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Ulrike Spree Prof. Dr. Dirk Lewandowski Prof. Dr. Susanne Glissmann					
<i>Lehrveranstaltungen</i>	Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup. gröÙe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen	
MIO5 Informationsarchitektur und automatisches Indexieren	3.	3	2	Pr	≤ 16	90 h	34 h	56 h	PL: Klausur	
MIO6 Information Retrieval	3.	4	2	S	≤ 24	120 h	51 h	69 h		
<i>Summen</i>	3.	7	4			210 h	85 h	125 h	<i>Gewicht Endnote</i>	4 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Die Studierenden kennen die grundlegenden wissensorganisatorischen Methodologien und Informationsbedarfsstrukturen des Informationsmarktes sowie gängige Verfahren der automatischen Erschließung von Dokumenten und Informationen. Sie erkennen den Zusammenhang zwischen den gewählten Erschließungsmethoden und den einzusetzenden Retrievalverfahren und können an konkreten Fallbeispielen die Qualität und die Grenzen automatischer Verfahren der inhaltlichen Erschließung im Vergleich zu intellektuellen Verfahren beurteilen. Darauf aufbauend treffen sie begründete Entscheidungen bei der Auswahl geeigneter Informationsressourcen und bei der Einschätzung von Angeboten des Informationsmarktes, um exemplarisch typische Informationsanfragen aus dem Bereich der Informationswirtschaft bearbeiten und in der Medienpraxis artikuliert Informationsbedürfnisse befriedigen zu können									

LV Mu13 : MIO 5	Informationsarchitektur und automatisches Indexieren
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mu13 – Informationsarchitektur und -retrieval
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Ulrike Spree; Prof. Dr. Susanne Glissmann
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • kennen die gängigen Verfahren der automatischen Erschließung von Texten und audiovisuellen Dokumenten; • einen an konkreten Anforderungen eines Kunden und eines Bestandes orientierten Anforderungskatalog an ein System zur automatischen Inhaltserschließung erstellen und können begründete Entscheidungen darüber treffen, welche Form der automatischen Inhaltserschließung in einem Erschließungskontext sinnvoll ist; • können an konkreten Beispielen und Berücksichtigung von Aufwand-Nutzen-Aspekten die Qualität automatischer Verfahren der inhaltlichen Erschließung im Vergleich zu intellektuellen Verfahren beurteilen.
<i>Inhalte</i>	<p>Je besser Inhalte in einem Informationssystem strukturiert sind, desto besser werden sie gefunden. Themen der Veranstaltung: Einführung in die Informationsarchitektur, Navigationsmechanismen und -Typen, Strukturierung und Organisationen von Webseiten, Vorstellung von Funktionsweise und Einsatzgebieten der gängigen Verfahren der automatischen Inhaltserschließung wie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • informationslinguistische Verfahren in den Ausprägungen regelbasierte und wörterbuchbasierte Verfahren; • statistische Verfahren; • automatisches Clustering und Klassifizieren; • automatische Textzusammenfassung; • Citation Indexing. <p>An Beispielen wird auf spezielle Methoden der Softwareentwicklung eingegangen, wie Design-Ideen und -Pläne dokumentiert und kommuniziert werden können. Neben der exemplarischen Vorstellung (vereinfachter) Algorithmen für die unterschiedlichen Verfahren werden Entwurfsmethoden und Methoden der Qualitätskontrolle von Erschließungsverfahren behandelt.</p>
<i>Literatur</i>	<p>CROFT, W. Bruce ; METZLER, Donald ; STROHMAN, Trevor Gerhard: <i>Search Engines : Information Retrieval in Practice</i>. Internat. ed. - Boston, Mass. : Pearson, 2010</p> <p>GÖDERT, Winfried , LEPSKY, Klaus ; NAGELSCHMIDT, Matthias: <i>Informationserschließung und Automatisches Indexieren : ein Lehr- und Arbeitsbuch</i> [Online-Ausg.]. Berlin : Springer, 2012 (X.media.press)</p> <p>NOHR, Holger: <i>Grundlagen der automatischen Indexierung : ein Lehrbuch</i>. 3., überarb. Aufl. Berlin : Logos-Verl., 2005</p> <p>OBERHAUSER, Otto: <i>Automatisches Klassifizieren : Entwicklungsstand – Methodik – Anwendungsbereiche</i>. Frankfurt am Main : Lang, 2005 (Europäische Hochschulschriften : Reihe 41, Informatik ; Bd. 43)</p> <p>STOCK, Wolfgang G.; STOCK, Mechthild: <i>Wissensrepräsentation : Informationen auswerten und bereitstellen</i>. München : Oldenbourg, 2008 (Einführung in die Informationswissenschaft ; 2)</p>
<i>Ergänzung</i>	<p>Im Seminar wird das Blended-Learning-Modul <i>a-step</i> eingesetzt. Es unterstützt entdeckendes, problemgesteuertes Lernen und kritisches Denken durch eine Fallstudie, Initialaufgaben und Simulationen.</p>

LV MuI 13 : MIO 6 Information Retrieval	
<i>Modulzugehörigkeit</i>	MuI 13 – Informationsarchitektur und -retrieval
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Dirk Lewandowski
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Die Studierenden <ul style="list-style-type: none"> • kennen die grundlegenden Verfahren des Information Retrieval und können diese auf unterschiedliche Typen von Informationssystemen anwenden; • kennen die wichtigsten Rankingverfahren; • können anhand von Anwendungsfeldern die unterschiedlichen Anforderungen an Information-Retrieval-Systemen erklären.
<i>Inhalte</i>	In dieser Veranstaltung werden die grundlegenden Verfahren des Information Retrieval erklärt und anhand unterschiedlicher Anwendungsbereiche (bspw. Suchmaschinen, Produktsuche im E-Commerce, Online Dating) erläutert. Die Inhalte gliedern sich wie folgt: <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe des Information Retrieval; Relevanz und Pertinenz; • Retrievalmodelle: (Erweitertes) Boolesches Modell, Textstatistik, Linktopologie, nutzungsstatistische Verfahren; • Evaluierung von Information-Retrieval-Systemen; • Information-Retrieval-Systeme in unterschiedlichen Anwendungsfeldern.
<i>Literatur</i>	CROFT, W. Bruce ; METZLER, Donald ; STROHMAN, Trevor Gerhard: <i>Search Engines : Information Retrieval in Practice</i> . Internat. ed. - Boston, Mass. : Pearson, 2010 KUHLEN, Rainer (Hrsg.) ; SEMAR, Wolfgang. (Hrsg.) ; STRAUCH, Dietmar (Hrsg.): <i>Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation : Handbuch zur Einführung in die Informationswissenschaft und -praxis</i> . 6. völl. neu gefasste Ausg. München : de Gruyter, 2013 STOCK, Wolfgang G.: <i>Information Retrieval : Informationen suchen und finden</i> . München : Oldenbourg , 2007 (Einführung in die Informationswissenschaft ; 1)

Modul Mu1 14 Medienkonzeption und -produktion										
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	3.	<i>Moduldauer</i>	ein Sem.	<i>Häufigkeit</i>	jedes Wintersemester			
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	keine			<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information					
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Wolfgang H. Swoboda M.A.			<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Wolfgang H. Swoboda M.A.					
<i>Lehrveranstaltungen</i>		Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup. gröÙe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen
MJ5	Medienkonzeption und -produktion	3.	6	4	Pr	≤ 16	180 h	68 h	112 h	PL: fachliche Semesterarbeit
<i>Summen</i>		3.	6	4			180 h	68 h	112 h	<i>Gewicht Endnote</i> 4 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>		<p>Die Studierenden nutzen Explorations-, Reflexions-, Artikulations- und Gestaltungsspielräume bei der gemeinsamen Konzeption und Produktion eines Medienprodukts, das mit Mitteln des Departments, der Fakultät und der Hochschule hergestellt, veröffentlicht und verbreitet wird. Dabei erfolgt die intendierte Entwicklung und Stärkung kommunikativer Kompetenzen. Durch handelndes Lernen ergibt sich für die Studierenden die Möglichkeit zur kritischen Aneignung von Realität und zur Erweiterung ihres Verhaltens- und Handlungsrepertoires. Die dabei in Gang gesetzte Reflexion über die Möglichkeiten zur medialen Artikulation hat nachhaltige Folgen für die Entwicklung des Selbstbildes und des Selbstvertrauens der Studierenden. Über ihre Themenwahl bringen die Studierenden häufig auch persönliche Erfahrungen über gesellschaftliche Konflikte und Widersprüche in die Medienarbeit ein. Dies ermöglicht exemplarisches Lernen. Aus der unmittelbaren Alltagsumgebung beziehen sie Anlässe und Motivationen für ihr Engagement. Im Prozess der medialen Umsetzung ergibt sich als ein bedeutender Lerneffekt regelmäßig die Erfahrung, dass die Herstellung von Öffentlichkeit mit der Möglichkeit zur medialen (selbst-)Darstellung und zur Einflussnahme auf die Diskussion auch eine reflektierte und realistische Einschätzung der eigenen Positionen und Handlungsspielräume zur Folge hat.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden begeben sich in eine Phase intensiver <i>Exploration</i>: Für die öffentliche Präsentation eigener Ideen in einer gemeinsam verantworteten medialen Realisation werden die im Umfeld der Medienstadt Hamburg aktuellen Beispiele, Diskurse, Argumentationsmuster und Formate gesichtet, bewertet und verarbeitet. • Die Studierenden erweitern ihre <i>Reflexionskompetenz</i> in sachlicher wie in personaler und sozialer Hinsicht: Diskussionen über mögliche Beiträge erzeugen eine intensive Auseinandersetzung mit den Erwartungen und Ansprüchen. • Die Studierenden entwickeln in der projektförmigen Arbeit bei der Medienkonzeption und -produktion ihre <i>Artikulationsfähigkeit</i>. Vorschläge und Beiträge zum Produkt müssen ausgehandelt werden. • Die Studierenden entwickeln und erweitern ihre <i>medienpraktischen Fähigkeiten</i> und Fertigkeiten für und in der Redaktionsarbeit: Telefon-Recherchen, Terminabsprachen per E-Mail, Diskussionen in Online-Foren, Chat-Rooms, Content-Management-Systeme, Lernplattformen etc. werden als Instrumente erprobt und genutzt. • Die Studierenden erweitern so ihre Gestaltungsspielräume, ihre <i>kreativen und kommunikativen Potentiale</i> und damit die Befähigung, sich aktiv an der Entwicklung und Gestaltung von medienvermittelter Öffentlichkeit zu beteiligen. 								
<i>Inhalte</i>		<p>Die Übungen werden parallel als Print-, Radio-, Video- und Online-Redaktion angeboten. Unter realistischen Arbeitsbedingungen werden Ideen, Formate, Inhalte und Workflows für Medienprodukte mit definierten Zielgruppen und aktuellen Themen entwickelt. Die Realisation erfolgt mit professionellem Equipment in den Laboren des Departments Information. Zum Semesterende werden die Ergebnisse der Arbeitsgruppen in einer gemeinsamen Veranstaltung öffentlich präsentiert; d. h. Konzeptions- und Entwicklungsleistung sowie Probleme und Ergebnisse aus dem Modul werden öffentlich vorgestellt. Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Mindmix</i> – Magazin für die Fakultät Design, Medien und Information; • <i>Radio-HAW-Online</i> – Konzeption, Organisation und journalistische Arbeit für ein Radio(Hör)-Internetportal; • Videoproduktion für Broadcasting und Streaming. 								
<i>Literatur</i>		<p>ORDOLFF, Martin: <i>Fernsehjournalismus</i>. Konstanz: UVK, 2005 SCHELL, Fred: Aktive Medienarbeit. In: HÜTHER, Jürgen (Hrsg.); SCHORB, Bernd (Hrsg.): <i>Grundbegriffe der Medienpädagogik</i>. 4., neu konzi. Aufl. München: kopaed, 2005, S. 9–17. STEINMETZ, Rüdiger u. a.: <i>Filme sehen lernen : Grundlagen der Filmästhetik</i>. Frankfurt am Main : Zweitausendeins, 2005</p>								
<i>Ergänzungen</i>		Notwendige Materialien, Texte, Termine, Protokolle etc. werden in den »Redaktionssystemen« der Zeitschriften-, Radio-, Video- und Online-Redaktion auf einer Lernplattform der HAW (derzeit WebCT) bereitgestellt.								

Modul Mu15		Praxismodul									
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	4.			<i>Moduldauer</i>	ein Sem.		<i>Häufigkeit</i>	jedes Sommersemester	
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	Module des 1.–3. Sem.			<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information						
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.			<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.						
<i>Lehrveranstaltungen</i>		Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup.größe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen	
MBP2	Praktikum	4.	20	–	–	1	600 h	–	600 h	–	
MBP3	Praktikums-kolloquium	4.	4	3	SU	≤ 48	180 h	51 h	129 h		
<i>Summen</i>		4.	24	3			780 h	51 h	729 h	<i>Gewicht Endnote</i> 0 %	
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>		<p>Die Studierenden lernen den Berufsalltag der Informationsarbeit in einem Unternehmen oder einer Organisation der Informations- oder Medienwirtschaft kennen, für deren Arbeitsinhalte ihre im Studiengang Medien und Information erworbenen Qualifikationen relevant sind. Die Studierenden werden auf diese Weise mit den Anforderungen und betrieblichen Strukturen des Berufsfeldes vertraut gemacht und sammeln erste Erfahrungen mit typischen Arbeits- und Betriebsabläufen der einschlägigen Berufspraxis.</p> <p>Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage, betriebliche Strukturen sowie typische Arbeits- und Betriebsabläufen im Berufsfeld Medien und Information vergleichend zu beurteilen und die verschiedenen Praxissegmente in ihrer Eignung zur persönlichen Berufsorientierung zu bewerten. Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • erfahren, welche Anforderungen in den unterschiedlichen Berufsfeldern an Studienabsolventen gestellt werden; • sie sind befähigt, im Praktikum erworbenes Wissen, methodische Kenntnisse und soziale Kompetenzen in zielbewusstes professionelles Handeln umzusetzen. 									

LV Mu1 15 : MBP2 Praktikum	
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mu1 15 – Praxismodul
<i>Lehrende</i>	Praktikumsleiter und Praktikumsleiterinnen
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Die Studierenden wissen nach Abschluss der Praxisphase, welche Anforderungen in einem sie interessierenden Berufsfeld an Studienabsolventen gestellt werden, und sie lernen, die Bedeutung ihres Qualifikationsprofils und die Probleme der Umsetzung in der Praxis einzuschätzen. Sie können nach dem Praktikum ihre Erfahrungen aus der Berufspraxis formulieren und kritisch reflektieren. Sie verfügen über Informationen, um sich in der letzten Phase ihres Studiums berufsfeldorientiert zu spezialisieren. Die Studierenden sind nach Abschluss des Modulteils befähigt, im Praktikum erworbenes Wissen, methodische Kenntnisse und soziale Kompetenzen in zielbewusstes berufliches Handeln umzusetzen.
<i>Inhalte</i>	Je nach fachlicher Ausrichtung und spezialisierten Arbeitsinhalten der jeweiligen Praktikumsstelle werden die Praktikantinnen und Praktikanten mit unterschiedlichen Wissensfeldern, Methoden und Instrumenten vertraut gemacht. Die praxisbezogene Vertiefung der während der ersten Studienphase vermittelten Lerninhalte kann sich dabei auf die folgenden Aufgabenstellungen und Themen beziehen: <ul style="list-style-type: none"> * Informationsarchitektur, Informationsdesign; Website-Gestaltung; * Datenbankaufbau und -strukturierung; * Informationstechnik, Netzwerkmanagement; * Marketing (Marktforschung, Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit); * Konzeption/Entwicklung informationsorientierter Dienstleistungen und Produkte; • redaktionelle Tätigkeiten: Recherche, Textproduktion; Verifikation; • Produktionsassistenz und programmbegleitende Dienste; • Online-Redaktion und Contentmanagement; • Film- und Videodokumentation; • Bilddokumentation, und -redaktion; • Syndication und Digital Rights Management; • formale Erfassung, Inhaltserschließung und Dossiererstellung; • Wissensmanagement; • E-Business, E-Commerce; • Organisation, Controlling.
<i>Literatur</i>	ADAM, Birgit: <i>Der clevere Praktikumsführer : Recherche, Bewerbung, Organisation</i> . Heidelberg : Ueberreuter, 2003 KELLER, Heidi ; NÖHMAIER, Nadine: <i>PraktikumsKnigge : Leitfaden zum Berufseinstieg</i> . München : clash, 2005 VON SYDOW, Momme ; STASCHEN, Heiner ; TÖBBE, Sandra: <i>Handbuch Studium und Praktikum im Ausland : Austauschprogramme, Stipendien und Sprachkurse</i> . Frankfurt am Main : Eichborn, 2004

LV Mu1 15 : MBP3 Praktikumskolloquium	
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mu1 15 – Praktikum
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Die Studierenden sind nach dem Besuch des Praktikumskolloquiums in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • die im Praktikum gesammelten Erkenntnisse und Erfahrungen in Lageberichten und Arbeitsprotokollen mitzuteilen und zu reflektieren; • schwierige Arbeitssituationen und Probleme in der betrieblichen Organisation und Kommunikation objektiv zu schildern und im Gruppengespräch dafür Lösungen zu finden; • vor dem Hintergrund der eigenen Beobachtungen und Erfahrungen Empfehlungen und gegebenenfalls Ratschläge für andere Praktikantinnen und Praktikanten und deren Probleme in den jeweiligen Praktikumsstellen abzuleiten.
<i>Inhalte</i>	Im Praktikumskolloquium tauschen sich die Studierenden der Praktikumsphase über ihre Erfahrungen und Beobachtungen aus, berichten dem oder der Abteilungsbeauftragten für Praktikumsangelegenheiten über besondere Vorkommnisse und Probleme aus der Praktikumsarbeit und entwickeln im Gruppengespräch Strategien für mögliche Lösungen.
<i>Literatur</i>	siehe MBP2

Modul Mu16 Praxis und Organisation										
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	5.	<i>Moduldauer</i>	ein Sem.	<i>Häufigkeit</i>	jedes Wintersemester			
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	Mu15 – Praktikum			<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information					
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.			<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.					
<i>Lehrveranstaltungen</i>	Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup.größe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen	
MHK5 Arbeitsorganisation 2	5.	3	2	Pr	≤ 16	90 h	34 h	56 h	SL: Hausarbeit	
MBP4 Praktikumsauswertung	5.	3	2	S	≤ 24	90 h	34 h	56 h	PL: Referat und Hausarbeit	
<i>Summen</i>	5.	6	4			180 h	68 h	112 h	<i>Gewicht Endnote</i>	4 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Die Studierenden sind nach erfolgreichem Abschluss des Moduls in der Lage, betriebliche Strukturen sowie typische Arbeits- und Betriebsabläufen im Berufsfeld Medien und Information vergleichend zu beurteilen und die verschiedenen Praxissegmente in ihrer Eignung zur persönlichen Berufsorientierung zu bewerten. Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> • sie lernen, ihre Erfahrungen aus der Berufspraxis zu formulieren und kritisch zu reflektieren; • sie sind in der Lage, die in der Praxisphase gesammelten Erfahrungen und Erkenntnisse zu dokumentieren sowie aufgaben- und adressatenorientiert zu verfassen; • längerfristige und umfangreiche Arbeitsprojekte zeitlich, organisatorisch und materialbezogen effizient zu planen und zu bearbeiten. 									

LV Mu16 : MHK5	Arbeitsorganisation 2
Modulzugehörigkeit	Mu16 – Praxis und Organisation
Lehrende	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.
Lernergebnisse/ Kompetenzen	<p>Die Studierenden sind nach Abschluss des Moduls in der Lage, sich ein Thema für die Bachelorarbeit auszuwählen und einzugrenzen sowie eine wissenschaftliche Fragestellung zu bearbeiten und in Form einer längeren schriftlichen Arbeit strukturiert darzustellen und zu diskutieren. Sie sind darüber hinaus in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wissenschaftliche Texte kritisch zu analysieren und adressatenorientiert zu verfassen; • die Regeln wissenschaftlichen Belegens, Argumentierens und Zitierens anzuwenden; • ein geeignetes Forschungsdesign zu entwickeln und aufgabenabhängig zu begründen; • längerfristige und umfangreiche Arbeitsprojekte zeitlich, organisatorisch und materialbezogen effizient zu planen und zu bearbeiten.
Inhalte	<p>In Form eines Kolloquiums zu den bevorstehenden Abschlussarbeiten finden, entwickeln und prüfen die Studierenden mögliche Themenstellungen für die bevorstehende Bachelorarbeit. In diesem Zusammenhang diskutieren sie in der Gruppe deren antizipierte Zielsetzungen und Fragestellungen, erörtern Möglichkeiten und Varianten des Forschungsdesigns und des methodischen Vorgehens und erstellen Abschätzungen über Arbeitsorganisation und -aufwand zu den jeweils gewählten Arbeitsprojekten. Insbesondere können die Studierenden in der Veranstaltung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empfehlungen und Ratschläge zur ökonomischen Bearbeitung von wissenschaftlichen Themenstellungen bekommen; • Methodik und Technik des wissenschaftlichen Arbeitens verbessern (Strukturieren, Argumentieren, Zitieren); • die grundlegenden Anforderungen an die formale und inhaltliche Gestaltung der wissenschaftlichen Abschlussarbeit an Beispielen überprüfen; • Unzulänglichkeiten im eigenen Schreibstil entdecken und überwinden, • anhand von Fallbeispielen, exemplarischen Problemlösungen und praxisnahen Aufgabenstellungen Einblicke in innovative Forschungsfelder und -themen des Medien-Informationsmanagements und der Wissensorganisation im Arbeitsfeld Medien erlangen; • verlässliche Einschätzung zum eigenen Wissensstand und Professionalisierungsgrad gewinnen. <p>Die Teilnehmer und Teilnehmerinnen erarbeiten nach wissenschaftlichen Standards jeweils ein Exposees für ein entweder real geplantes oder ein fiktives Forschungsprojekt, indem sie zum Stand der Forschung Theorien, Bestandsaufnahmen, Fallbeispiele, Modelle, Thesen und Trends zusammengetragen und referieren. Dabei:</p> <ul style="list-style-type: none"> • vertiefen sie ihre Kenntnisse über Grundlagen und Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens; • gewinnen sie durch die aktiven und konstruktiven Rückmeldungen von allen Veranstaltungsteilnehmern und -teilnehmerinnen sowie vom Veranstaltungsleiter mehr Selbstsicherheit, um sich auf die kommende Abschlussarbeit vorzubereiten; • nutzen und verfeinern sie ihre im Studium erworbenen Recherchekenntnisse; • und werden in die Lage versetzt, neue Entwicklungen in Informationswissenschaft und -praxis analytisch-kritisch zu beurteilen.
Literatur	<p>NAGEL, Kurt: <i>Erfolg : Effizientes Arbeiten, Entscheiden, Vermitteln und Lernen</i>. 9. Aufl. München : Oldenbourg, 2001</p> <p>ROST, Friedrich: <i>Lern- und Arbeitstechniken für das Studium</i>. 4. durchgesehene Aufl. Wiesbaden : VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2005</p> <p>RÜCKERT, Hans-Werner: <i>Schluss mit dem ewigen Aufschieben : Wie Sie umsetzen, was Sie sich vornehmen</i>. Frankfurt am Main : Campus, 2002</p> <p>SCOTT, Martin: <i>Zeitgewinn durch Selbstmanagement : So kriegen Sie Ihre Aufgaben in den Griff</i>. Frankfurt am Main : Campus, 2001</p>

LV Mul 16 : MBP4 Praktikumsauswertung	
<i>Modulzugehörigkeit</i>	Mul 16 – Praxis und Organisation
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Die Studierenden wissen, welche Anforderungen in den verschiedenen Berufsfeldern an Studienabsolventen des Studiengangs Medien und Information gestellt werden. Sie verfügen über Informationen, um sich in der letzten Phase ihres Studiums (3. Studienjahr) berufsfeldorientiert zu spezialisieren. Außerdem werden die Studierenden nach Abschluss des Modulteils befähigt sein, sich mit ihrem praktischen beruflichen Handeln kritisch auseinanderzusetzen. Darüber hinaus sind die Studierenden in der Lage, ihre Erfahrungen und Erkenntnisse aus der Praktikumsphase in einer allgemein interessierenden und ansprechenden Weise zu dokumentieren und in einer Präsentation vor Publikum interessant und objektiviert darzustellen. Die Studierenden sind auf Vortragssituationen im späteren Berufsleben vorbereitet und in Präsentationstechniken geübt.
<i>Inhalte</i>	Zur Nachbereitung und Auswertung des Praxissemesters stellt jede Teilnehmerin und jeder Teilnehmer des Modulteils die Arbeitserfahrungen aus ihrer bzw. seiner Praktikumsstelle vor und berichtet mündlich und schriftlich über die dabei gesammelten Praxiserfahrungen. Dabei sollen die Präsentationen den teilnehmenden Studierenden auch niedrigerer Semester möglichst anschaulich vermitteln, welche Bedeutung die in der Praktikumsstelle geleistete Arbeit innerhalb des Betriebs und seiner Aufgabenstellungen hat, welche Arbeitsabläufe und Betriebsstrukturen der Praktikant oder die Praktikantin eingebunden war und an welchen Produktionen und Produkten sie oder er mitgewirkt hat. Ziel der Vorträge und Referate ist es, den teilnehmenden Studierenden die Funktionen, Arbeitsabläufe und charakteristischen Eigenarten der während der Praktikumszeit ausgeübten Informationsorganisatorischen Tätigkeiten näher zu bringen. Jede einzelne Präsentation wird vom Seminarleiter oder von der Seminarleiterin durch konstruktive Rückmeldung bewertet. Eine schriftliche Ausarbeitung der Praktikumsberichte dient dazu, den Studierenden im Studiengang Medien und Information Daten und Fakten zu den Praktikumsstellen und eine Grundlage für die Beurteilung der Arbeitsweisen und -möglichkeiten in den beschriebenen Unternehmen und Institutionen zu liefern.
<i>Literatur</i>	SCHMIDT, Ralph (Hrsg.): »I did it my way« 1995 – 2012 : <i>Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation / Medien und Information</i> . Hamburg : HAW Hamburg, Stud.dept. Information, 1996–2012 (Hamburger Materialien zur Medien-Information ; 2 ; 4 ; 6 ; 9 ; 11 ; 16 ; 19 ; 22 ; 25 ; 31 ; 34 ; 38 ; 43 ; 47 ; 50 ; 53 ; 57 ; 61)

Modul MuI-MWT Informationstechnologie										
<i>Modultyp</i>	Wahlpflicht	<i>Studiensemester</i>	3.–6.		<i>Moduldauer</i>	ein Sem.		<i>Häufigkeit</i>	jedes Semester	
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>		Pflichtmodule der ersten beiden Semester			<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information und ggf. Bibliotheks- und Informationsmanagement				
<i>Modulbeauftragte/r</i>		Prof. Dr. Martin Gennis			<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Maika Büschenfeld Prof. Dr. Martin Gennis				
<i>Lehrveranstaltungen</i>		Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup. gröÙe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen
MWT	Wahlpflicht Informationstechnologie I	4.–6.	6	4	S	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Klausur, Hausarbeit, fachl. Semesterarbeit
MWT	Wahlpflicht Informationstechnologie II	4.–6.	6	4	S	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Klausur, Hausarbeit, fachl. Semesterarbeit
MWT	Wahlpflicht Informationstechnologie III	4.–6.	6	4	S	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Klausur, Hausarbeit, fachl. Semesterarbeit
MWT	Wahlpflicht Informationstechnologie IV	4.–6.	6	4	S	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Klausur, Hausarbeit, fachl. Semesterarbeit
MWT	Wahlpflicht Informationstechnologie V	4.–6.	6	4	Pr	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Klausur, Hausarbeit, fachl. Semesterarbeit
<i>Summen (bis zu fünf WPM)</i>		4.–6.	≤ 30	≤ 20			≤ 900 h	≤ 340 h	≤ 860 h	<i>Gewicht Endnote</i> 3–15 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>		<p>Die Studierenden verfügen über erweiterte Kenntnisse auch aus angrenzenden Bereichen der Informationstechnologie, verknüpfen diese mit ihrem Grundlagenwissen und verfolgen eigene Fragestellungen. Inhalte mit Bezug zum Studiengang entsprechend der individuellen Schwerpunktsetzung und Interessenpräferenz der Studierenden aus dem Gesamtangebot der Hochschule. Der Inhalt der einzelnen Module ist nicht vorgegeben. Die Lehrinhalte ergeben sich aus den gewählten und aufeinander abgestimmten Lehrveranstaltungen. Aus dem regulären Seminarangebot der Informatik kann ein Seminar ausgewählt werden, das auf einer der drei vorausgegangenen Pflichtveranstaltungen zur Informationstechnologie aufbaut. Das Modul gibt den Studierenden die Möglichkeit, sich in ein Spezialthema aus einem der drei Gebiete (Datenbanken, Künstliche Intelligenz, Softwaretechnik) vertieft einzuarbeiten und zu präsentieren. Die Wahlpflichtmodule im zweiten und dritten Studienjahr dienen der Vertiefung sowie der fachlichen Profilbildung im Bereich (multi-)medialer Systeme und beinhalten eine Vertiefung von Kenntnissen in:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programmierung; • Software-Entwicklung/Software-Modellierung, Evaluation und Dokumentation; • Datenbankentwicklung; • Multimediaetechnologie; • GUI-Design/GUI-Programmierung; • Auszeichnungssprachen. 								
<i>Inhalte</i>		<p>Themen und Titel der Wahlpflichtmodule sind im Curriculum nicht festgelegt, sondern sie ergeben sich aus aktuellen Tendenzen, Fragen und Anforderungen aus der Berufspraxis. Insbesondere werden folgende Bereiche vertieft:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzept und Erstellung von datenbankbasierten Informationssystemen; • Methoden des Software Engineering einschl. Dokumentation und Evaluation; • Datenmodellierung / Informationsmodellierung mit Auszeichnungssprachen; • Spezifische Problembereiche der Multimedia-Technologie. <p>Beispiele für die inhaltliche Themenstellung der Seminare können z. B. sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programmierung von Onlinedatenbanken mit PHP/MySQL; • Software Engineering / Modellierung mit der Unified Modelling Language; • Programmierung interaktiver Lernanwendungen; • eXtensible Markup Language, XML, Grundlagen und Anwendungsmodelle. 								
<i>Literatur</i>		Die Literaturempfehlungen orientieren sich an den jeweils aktuellen Seminarthemen.								
<i>Ergänzung</i>		In insgesamt fünf Wahlpflichtmodulen, von denen das erste im dritten, die anderen in den beiden letzten Semestern belegt werden sollen, können sich die Studierenden ein individuelles Kompetenzprofil zusammenstellen, indem sie beliebige Module mit aktuellen Inhalten und Fragestellungen aus den vier fachlichen Säulen Informationstechnologie, Informationsökonomie und Medienmanagement, Informationsorganisation sowie Medienwissenschaften und Journalistik auswählen.								

Modul MuI-MWÖ Informationsökonomie und Medienmanagement										
Modultyp	Wahlpflicht	Studiensemester 3.–6.			Moduldauer		ein Sem.	Häufigkeit	jedes Semester	
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>		Pflichtmodule der ersten beiden Semester und Betriebliches Datenmanagement			<i>Verwendbarkeit</i>		Studiengang Medien und Information und ggf. Bibliotheks- und Informationsmanagement			
<i>Modulbeauftragte/r</i>		Prof. Dr. Hardy Gundlach			<i>hauptamtlich Lehrende</i>		Prof. Dr. Petra Düren Prof. Dr. Hardy Gundlach			
<i>Lehrveranstaltungen</i>		Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup. gröÙe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen
Wahlpflicht Informationsökonomie und Medienmanagement I		4.–6.	6	4	S	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Referat, Hausarbeit, fachliche Semesterarbeit
Wahlpflicht Informationsökonomie und Medienmanagement II		4.–6.	6	4	S	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Referat, Hausarbeit, fachliche Semesterarbeit
Wahlpflicht Informationsökonomie und Medienmanagement III		4.–6.	6	4	S	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Referat, Hausarbeit, fachliche Semesterarbeit
Wahlpflicht Informationsökonomie und Medienmanagement IV		4.–6.	6	4	S	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Referat, Hausarbeit, fachliche Semesterarbeit
Wahlpflicht Informationsökonomie und Medienmanagement V		4.–6.	6	4	Pr	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Referat, Hausarbeit, fachliche Semesterarbeit
<i>Summen (bis zu fünf WPM)</i>		4.–6.	≤ 30	≤ 20			≤ 900 h	≤ 340 h	≤ 860 h	<i>Gewicht Endnote</i> 3–15 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>		Die Wahlpflichtmodule dienen der Vertiefung und fachlichen Profilbildung. Die Studierenden sind in der Lage, die im zweiten und dritten Semester gelegten theoretischen Grundlagen und Anwendungsbeispiele auf Problemlösungen konkreter Fragen der Praxis der Medienwirtschaft anzuwenden. Sie können die spezifische Eignung der Konzepte auf ihre operationale Effektivität beurteilen. Sie erwerben eine anwendungsorientierte ökonomische Handlungskompetenz. Die Studierenden besitzen nach Abschluss des Moduls fundierte Kenntnisse zur Beherrschung der Komplexität der konvergenzgetriebenen Entwicklung in der Medienbranche. Sie erwerben die Fähigkeit zum Entwurf spezifischer Strategien. Zudem sind sie vertraut mit Abläufen des Projektmanagements.								
<i>Inhalte</i>		Themen und Titel der Wahlpflichtmodule sind im Curriculum nicht festgelegt, sondern ergeben sich aus aktuellen Tendenzen, Fragen und Anforderungen aus der Praxis der Informations- und Medienwirtschaft. Die Themenstellung der Seminare beziehen sich z. B. auf: <ul style="list-style-type: none"> • Analyse empirischer Daten zu Chancen, Risiken und Potenzialen für Informationsprodukte und -dienstleistungen; • Marketing, Markt- und Präferenzforschung im Medienbereich; • betriebswirtschaftliche Strategielehre: Market based view, resource based view, • Ermittlung, Vergleich und Bewertung von Fallbeispielen zu den Bereichen Strategien, Marketing, Organisation, Controlling, Qualitätsmanagement, Personalmanagement in Informations- und Medienunternehmen; • Wirkungsforschung und Nutzenabschätzung eines Medienproduktes, eines Informationsdienstes oder eines Werbemittels für Nutzer und Kunden und für die Gesellschaft; • Institutionenökonomik, Organisation der Medien und Medienregulierung.# Teilnahmevoraussetzung sind Grundkenntnisse in den Bereichen der Medienökonomie und des Medienmanagements; erworben durch den erfolgreichen Abschluss der Veranstaltungen Medienökonomie und -management 1 und 2 (MÖM 1 und 2) sowie der Veranstaltung Betriebliches Datenmanagement (MÖM 3) oder einer vergleichbaren Leistung.								
<i>Literatur</i>		Die Literaturempfehlungen orientieren sich an den jeweils aktuellen Seminarthemen.								
<i>Ergänzung</i>		In insgesamt fünf Wahlpflichtmodulen, von denen das erste im dritten, die anderen in den beiden letzten Semestern belegt werden sollen, können sich die Studierenden ein individuelles Kompetenzprofil zusammenstellen, indem sie beliebige Module mit aktuellen Inhalten und Fragestellungen aus den vier fachlichen Säulen Informationstechnologie, Informationsökonomie und Medienmanagement, Informationsorganisation sowie Medienwissenschaften und Journalistik auswählen.								

Modul MuI-MWI		Informationsorganisation									
<i>Modultyp</i>	Wahlpflicht	<i>Studiensemester</i>	3.–6.			<i>Moduldauer</i>	ein Sem.		<i>Häufigkeit</i>	jedes Semester	
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>		Pflichtmodule der ersten beiden Semester				<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information und ggf. Bibliotheks- und Informationsmanagement				
<i>Modulbeauftragte/r</i>		Prof. Dr. Ulrike Spree				<i>hauptamtlich Lehrende</i>	Prof. Dr. Ulrike Spree Prof. Dr. Dirk Lewandowski				
<i>Lehrveranstaltungen</i>		Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup. gröÙe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen	
MWI	Wahlpflicht Informationsorganisation I	4.–6.	6	4	S	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Referat, Hausarbeit, fachl. Semesterarbeit	
MWI	Wahlpflicht Informationsorganisation II	4.–6.	6	4	S	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Referat, Hausarbeit, fachl. Semesterarbeit	
MWI	Wahlpflicht Informationsorganisation III	4.–6.	6	4	S	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Referat, Hausarbeit, fachl. Semesterarbeit	
MWI	Wahlpflicht Informationsorganisation IV	4.–6.	6	4	S	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Referat, Hausarbeit, fachl. Semesterarbeit	
MWI	Wahlpflicht Informationsorganisation V	4.–6.	6	4	Pr	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Referat, Hausarbeit, fachl. Semesterarbeit	
<i>Summen (bis zu fünf WPM)</i>		4.–6.	≤ 30	≤ 20			≤ 900 h	≤ 340 h	≤ 860 h	<i>Gewicht Endnote</i> 3–15 %	
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>		<p>In den Wahlpflichtmodulen erhalten die Studierenden die Möglichkeit, jeweils aktuelle Themen und fachliche Aufgaben aus der Informationspraxis zu analysieren und im interdisziplinären Zusammenhang zu interpretieren sowie auf ihre ihrer Bedeutung für das Berufsfeld Medien und Information einzuschätzen. Die Teilnahme an den Wahlpflichtmodulen sollen die Studierenden in die Lage versetzen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • theoretische informationswissenschaftliche Kenntnisse auf Aufgaben und Probleme im Praxiskontext anzuwenden; • die Wechselbeziehungen zwischen wissenschaftlichen und methodischen Erkenntnissen und deren Anwendung in der Praxis des Berufsfeldes aufzuzeigen; • selbstständig und im Team Antworten auf fachliche Fragen zu finden sowie Lösungen für Praxisprobleme zu erarbeiten; • eigenständig informationswissenschaftliche Untersuchungen durchzuführen und die Qualität der erreichten Ergebnisse einzuschätzen. 									
<i>Inhalte</i>		<p>Themen und Titel der Wahlpflichtmodule sind im Curriculum nicht festgelegt, sondern sie ergeben sich aus aktuellen Tendenzen, Fragen und Anforderungen aus der Berufspraxis und der informationswissenschaftlichen Theoriebildung. Beispiele für die inhaltliche Themenstellung der Seminare können z. B. sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suchmaschinenoptimierung; • Klassiker der Wissensorganisation; • Fortgeschrittene Methoden der Informationserschließung: Topic Maps, Ontologien, Linked Data, Semantic Web; • Visual Resources Management; • Suchmaschinentechnologie und Spezialsuchmaschinen. <p>Die Mitarbeit in den Wahlmodulen des Bereichs Informationsorganisation befähigt die Studierenden unter anderem:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kundenorientierte Usability-Evaluationen selbstständig zu planen und durchzuführen; • verschiedene Ansätze der Wissensorganisation kennenzulernen und zu vergleichen; • die effiziente Lektüre auch fremdsprachiger wissenschaftlicher Fachtexte zu üben; • Informationen publikumsorientiert aufzubereiten; • die linguistischen und logischen Grundprinzipien der Ontologierstellung zu verstehen; • Beziehungen zwischen Anwendungen des Semantic Web und Ontologien zu begreifen; • einen ausgewählten Domainbereich zu analysieren und eine Ontologie zu erstellen • Inhalte suchmaschinen- und nutzergerecht aufzubereiten; • ihre Recherchen in geeigneten Spezialsuchmaschinen effizient durchzuführen; • Informations-Retrieval-Systeme für spezielle Anwendungsfelder konzipieren zu können; • Information-Retrieval-Systeme evaluieren zu können.. 									
<i>Literatur</i>		Die Literaturempfehlungen orientieren sich an den jeweils aktuellen Seminarthemen.									
<i>Ergänzung</i>		In insgesamt fünf Wahlpflichtmodulen, von denen das erste im dritten, die anderen in den beiden letzten Semestern belegt werden sollen, können sich die Studierenden ein individuelles Kompetenzprofil zusammenstellen, indem sie beliebige Module mit aktuellen Inhalten und Fragestellungen aus den vier fachlichen Säulen Informationstechnologie, Informationsökonomie und Medienmanagement, Informationsorganisation sowie Medienwissenschaften und Journalistik auswählen.									

Modul MuI-MWM Medienwissenschaften und Journalistik											
<i>Modultyp</i>	Wahlpflicht	<i>Studiensemester</i>			3.–6.	<i>Moduldauer</i>		ein Sem.	<i>Häufigkeit</i>		jedes Semester
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>		Pflichtmodule der ersten beiden Semester				<i>Verwendbarkeit</i>		Studiengang Medien und Information und ggf. Bibliotheks- und Informationsmanagement			
<i>Modulbeauftragte/r</i>		Prof. Dr. Wolfgang H. Swoboda M.A.				<i>hauptamtlich Lehrende</i>		Prof. Dr. Wolfgang H. Swoboda M.A. Prof. Dr. Steffen Burkhardt Prof. Dr. Christian Stöcker			
<i>Lehrveranstaltungen</i>		Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup.größe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen	
Wahlpflicht Medienwissenschaften und Journalistik I		4.–6.	6	4	S	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Referat, Hausarbeit, fachl. Semesterarbeit	
Wahlpflicht Medienwissenschaften und Journalistik II		4.–6.	6	4	S	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Referat, Hausarbeit, fachl. Semesterarbeit	
Wahlpflicht Medienwissenschaften und Journalistik III		4.–6.	6	4	S	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Referat, Hausarbeit, fachl. Semesterarbeit	
Wahlpflicht Medienwissenschaften und Journalistik IV		4.–6.	6	4	S	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Referat, Hausarbeit, fachl. Semesterarbeit	
Wahlpflicht Medienwissenschaften und Journalistik V		4.–6.	6	4	Pr	≤ 24	180 h	68 h	172 h	PL: Referat, Hausarbeit, fachl. Semesterarbeit	
<i>Summen (bis zu fünf WPM)</i>		4.–6.	≤ 30	≤ 20			≤ 900 h	≤ 340 h	≤ 860 h	<i>Gewicht Endnote</i> 3–15 %	
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>		Die Wahlpflichtmodule im zweiten und dritten Studienjahr dienen der fachlichen Profilbildung und Spezialisierung in medienwissenschaftlichen und -praktischen Kompetenzfeldern; sie ergänzen einerseits das Wissen und die Fähigkeiten der Studierenden, andererseits differenzieren sie sie exemplarisch. Diese Ergänzungen und Differenzierungen richten sich sowohl auf Kenntnisse und Fähigkeiten hinsichtlich der Vielfalt, Strukturen und Entwicklungen der nationalen wie internationalen Medienmärkte und seiner Produkte, als sie auch die Profilbildung der selbst bestimmten Qualifikationen in medienwissenschaftlichen und -praktischen Themenfeldern verstärken. Dabei steht das exemplarische und interdisziplinäre Studieren im Vordergrund; es fokussiert sich auf Probleme und Anforderungen angewandter Medienforschung und -praxis.									
<i>Inhalte</i>		<ul style="list-style-type: none"> • Mediengeschichte als generelle Kommunikationsgeschichte wie auch als Geschichte einzelner Medien; • Medientheorie und ihre epistemologischen Begründungen; • vertiefende Argumentationen und Anwendungsfelder von Medienrecht und -ethik; • Medienpolitik in internationaler, nationaler und regionaler Hinsicht; • Disziplinen der Medienwissenschaft: Medienproduktion, Medienformen und -inhalte, Mediennutzung, Medienwirkungen; • Studien und Methoden der (empirischen) Medienforschung; • Instanzen und Erhebungen der angewandte Medienforschung (wie z. B. AG.Ma, AWA und AGF); • Geschichte des Journalismus; • Journalismusforschung, z. B. Redaktionssysteme und Berufsfelder; • Medienspezifika und publizistisch-journalistische Gattungen; • Public Relations und Werbung. 									
<i>Literatur</i>		Die Literaturempfehlungen orientieren sich an den jeweils aktuellen Seminarthemen.									
<i>Ergänzung</i>		In insgesamt fünf Wahlpflichtmodulen, von denen das erste im dritten, die anderen in den beiden letzten Semestern belegt werden sollen, können sich die Studierenden ein individuelles Kompetenzprofil zusammenstellen, indem sie beliebige Module mit aktuellen Inhalten und Fragestellungen aus den vier fachlichen Säulen Informationstechnologie, Informationsökonomie und Medienmanagement, Informationsorganisation sowie Medienwissenschaften und Journalistik auswählen.									

Modul Mu22		Studienprojekt								
<i>Modultyp</i>	Wahlpflicht	<i>Studiensemester</i>	5.		<i>Moduldauer</i>	ein Sem.		<i>Häufigkeit</i>	jedes Wintersemester	
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	Pflichtmodule der ersten drei Semester				<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information und ggf. Bibliotheks- und Informationsmanagement				
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Ulrike Verch				<i>hauptamtlich Lehrende</i>	alle hauptamtlichen Professorinnen und Professoren in Zusammenarbeit mit Lehrbeauftragten				
<i>Lehrveranstaltungen</i>		Stud. sem.	LP	SWS	Lehrform	Grup. gröÙe	Workload	Kontaktzeit	Selbststudium	Prüfungsformen
MP	Studienprojekt	5.	18	12	Proj.	≤ 12	540 h	204 h	336 h	PL: Projektleistung
<i>Summen</i>		5.	18	12			540 h	204 h	336 h	<i>Gewicht Endnote</i> 10 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Projektmoduls sind die Studierenden in der Lage:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Begrenzung der einzelnen Studienfächer zu erkennen und eine fachübergreifende Sichtweise zu entwickeln; • Aufgabenstellungen, für die eine konkrete Problemlösung gefunden werden soll, praxisbezogen und angemessen zu bearbeiten; • kooperative Verhaltensformen und Teamarbeit einzuüben sowie geeignete Kommunikationsstrukturen, arbeitsteilige Vorgehensweisen, rational begründete, kollektive Entscheidungsfindung und gemeinschaftliches Verantwortungsbewusstsein zu entwickeln; • Erfahrungen in individueller und gruppenorientierter Arbeitsorganisation zu sammeln; • effizientes, ziel- und produktorientiertes Projekthandeln nach Regeln der Arbeitsökonomie anzuwenden; • Bedingungen, Restriktionen, Sanktionen, Konventionen und Verhaltensweisen in der Arbeitswelt durch realitätsnahe Simulation kennenzulernen; • Ziele definieren und Strategien zu deren Umsetzung entwickeln; • ihre Kompetenz in der Entwicklung von Konzepten, Analysen und Lösungen trainieren; • interdisziplinär und ganzheitlich zusammenarbeiten. <p>Die Studierenden wissen nach erfolgreicher Teilnahme am Studienprojekt</p> <ul style="list-style-type: none"> • wie Arbeitsgruppen optimal zusammenarbeiten und welches die grundlegenden Merkmale von Projektteams sind; • welche Faktoren die Effektivität von Arbeitsgruppen beeinflussen und wie sich Projektteams im Verlauf der Projektarbeit entwickeln; • welche Instrumente zur Analyse von Interaktionsprozessen in Gruppen eingesetzt und angewendet werden können. <p>Die Studierenden sind nach erfolgreicher Teilnahme am Studienprojekt in der Lage</p> <ul style="list-style-type: none"> • kritische Kommunikationsaspekte in Teams eigenständig zu erkennen, adäquat zu beurteilen und situationsangemessene Verhaltensalternativen zu entwickeln; • Ansätze zur zielgerichteten Gestaltung von Kommunikations- und Interaktionsprozessen in Gruppen umzusetzen (z. B. Modelle zur Moderation von Gruppenbesprechungen). • ihr Wissen und Ihre Fähigkeiten zur Teamarbeit einzuschätzen und einzusetzen. 									
<i>Inhalte</i>	<p>Das Fachprojekt ist eine Lehrveranstaltung mit fächerübergreifenden Aufgabenstellungen, die die Studierenden in Gruppen unter Anwendung von fachlichen und organisatorischen Problemlösungsmethoden anwendungsorientiert bearbeiten. Die Studierenden bearbeiten eine konkrete Aufgabenstellung aus dem Themenbereich Medien und Information. Strategien zur Methodenauswahl oder Methodengenerierung, zur Modellierung und Problemlösungsentwicklung werden an konkreten Aufgaben durchgeführt. Wichtige Faktoren bei der Durchführung der Projekte sind Qualitätssicherung und Projektmanagement. Das Darstellen und Vermitteln von Konzepten sowie die Präsentation von Zwischenergebnissen und Resultaten wird trainiert, mittels des Meilensteinkonzepts werden Zwischenbewertungen gewährleistet. Die projektleitende Dozentin bzw. der projektleitende Dozent gibt den jeweiligen Projektgruppen Orientierungshilfen zum Projektkinhalt, betreut sie beim Erwerb von zusätzlichem für die Durchführung des Projektes notwendigem vertiefendem Wissen und überwacht die gesamte Projektdurchführung.</p>									
<i>Literatur</i>	<p>BOY, Jacques ; DUDEK, Christian ; KUSCHEL, Sabine: <i>Projektmanagement : Grundlagen, Methoden und Techniken, Zusammenhänge</i>. 11. Aufl. Offenbach : Gabal, 2004</p> <p>HOBBS, Peter: <i>Professionelles Projektmanagement</i>. 3. Aufl. München : Redline Wirtschaft bei Verl. Moderne Industrie, 2002</p> <p>LITKE, Hans-Dieter (Hrsg.): <i>Projektmanagement : Handbuch für die Praxis ; Konzepte – Instrumente – Umsetzung</i>. München : Hanser, 2005</p> <p>OLFERT, Klaus: <i>Kompakt-Training Projektmanagement</i>. 6. Aufl. Ludwigshafen : Kiehl, 2008</p> <p>SHELLE, Heinz: <i>Projekte zum Erfolg führen : Projektmanagement systematisch und kompakt</i>. 6., überarb. Aufl. München : dtv, 2010 (dtv 5888 ; Beck-Wirtschaftsberater)</p> <p>SPEHLING, Jan Bodo ; WASSEVELD-REINHOLD, Jacqueline: <i>Führungsaufgabe Moderation : Besprechungen, Teams, Projekte erfolgreich managen</i>. Freiburg im Breisgau . Haufe 2002</p>									

Modul Mu123		Bachelorarbeit									
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	6.			<i>Moduldauer</i>	ein Sem.		<i>Häufigkeit</i>	jedes Wintersemester	
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	Pflichtmodule der ersten drei Semester				<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Medien und Information					
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Ulrike Verch				<i>hauptamtlich Lehrende</i>	alle Professorinnen und Professoren des Departments					
		<i>Stud. sem.</i>	<i>LP</i>	<i>SWS</i>	<i>Lehrform</i>	<i>Grup.größe</i>	<i>Workload</i>	<i>Kontaktzeit</i>	<i>Selbststudium</i>	<i>Prüfungsformen</i>	
MBA	Bachelorarbeit	6.	12	–	–	1	360 h	ca. 5 h	355 h	PL: Bachelorarbeit	
<i>Summen</i>		6.	12	–			360 h	ca. 5 h	355 h	<i>Gewicht Endnote</i>	20 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>		<p>Die Studierenden sind in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • in Absprache mit dem betreuenden Dozenten bzw. der betreuenden Dozentin ein für das Themenfeld Medien und Information relevantes Thema zu wählen; • das Thema unter Betreuung selbstständig in einer gegebenen Frist zu bearbeiten; • fachliche Kenntnisse auf wissenschaftlicher und berufspraktischer Grundlage anzuwenden; • den inneren Zusammenhang und die sachgerechte Struktur ihrer Darlegungen zu verdeutlichen; • eine eigenständige, begründete Position zu beziehen. <p>Die Studierenden können</p> <ul style="list-style-type: none"> • selbstständig eine komplexe Aufgabenstellung bearbeiten und einer Lösung zuführen; • innerhalb eines vorgegebenen Zeitrahmens ein Projekt abschließen und das Ergebnis darstellen und begründen; • den Stand des Wissens, Lösungskonzepte, erreichte Ergebnisse und Konsequenzen aus den erzielten Resultaten schriftlich in einer wissenschaftlichen Ausarbeitung beschreiben und dokumentieren. 									
<i>Inhalte</i>		<p>In der Bachelorarbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie in der Lage sind, ein Problem aus dem diesem Studiengang entsprechenden beruflichen Tätigkeitsfeld selbstständig unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse zu bearbeiten, in die fächerübergreifenden Zusammenhänge einzuordnen und wissenschaftliche Erkenntnisse zu vertiefen und weiter zu entwickeln. Die Bachelorarbeit ist eine theoretische und/oder empirische Untersuchung mit schriftlicher Ausarbeitung. Zu den Teilaufgaben der Bachelorarbeit gehört:</p> <ul style="list-style-type: none"> • das Formulieren eines bearbeitbaren Arbeitsauftrags bzw. einer Forschungsfrage (Themenfindung und Themenabgrenzung); • die Operationalisierung des Themas bzw. Erarbeitung eines Arbeitskonzeptes; • die Durchführung von Literaturrecherchen; • die Datenerhebung und -auswertung bzw. Literatur- und Quellenanalyse; • das Schreiben einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit. 									
<i>Literatur</i>		Eigenständige Literaturrecherche mit Unterstützung durch den Betreuer bzw. die Betreuerin.									
<i>Ergänzungen</i>		Die besonderen Bedingungen für das Moduls sind in der Prüfungsordnung zu ersehen. Im Einvernehmen mit dem Betreuer bzw. der Betreuerin kann die Bachelorarbeit in englischer Sprache verfasst werden.									

Impressum

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW Hamburg)
Fakultät Design – Medien – Information
Department Information
Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A., Koordinator des Studienreformausschusses
Finkenau 35
22081 Hamburg
Tel.: 040 42875-3603
Fax: 040 42875-3609
E-Mail: ralph.schmidt@haw-hamburg.de

Rechtlich bindend ist die im Hochschulanzeiger der HAW veröffentlichte Prüfungsordnung.

Hochschule für Angewandte
Wissenschaften Hamburg
(HAW Hamburg)
Fakultät Design – Medien – Information
Department Information
Finkenau 35
22081 Hamburg