

**Department Information**

**Modulhandbuch  
Digitale Kommunikation (Diko)**

---

Master of Arts  
Stand: Oktober 2022

## Inhaltsübersicht

DIKO-DN1	Digital Newsroom 1.....	2
DIKO-CS1	Communication Skills 1 .....	4
DIKO-DS1	Digital Strategy 1 .....	6
DIKO-DN2	Digital Newsroom 2.....	8
DIKO-CS2	Communication Skills 2 .....	10
DIKO-DS2	Digital Strategy 2 .....	12
DIKO-P1	Projekt 1.....	14
DIKO-P2	Projekt 2.....	16
DIKO-MA	Masterarbeit .....	18

Modul <b>DIKO-DN1 Digital Newsroom 1</b>	
Studiengang	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	1. Fachsemester, 1 Semester, jedes Sommersemester
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Stöcker
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	15 LP, 4 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	450 Std. davon 72 Std. Präsenz- und 378 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	keine
Lehrsprache	deutsch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden sind in der Lage, digitale Kommunikationsprodukte im Journalismus und in der Unternehmenskommunikation zu planen und zu produzieren, indem sie tagesaktuelle sowie gesellschaftlich relevante Themen finden, diese in der passenden journalistischen Darstellungsform (Meldung und Bericht, Interview, Porträt, Reportage, Feature, Kommentar und Glosse) aufbereiten, die dazu passenden Medieninhalte (z.B. Texte, Fotos, Audio, Bewegtbild, Infografiken, Animationen) konzipieren, erstellen und sie zu crossmedialen Artikeln in elektronischen Publikationssystemen kombinieren und diese Inhalte für unterschiedliche Kanäle wie Websites und Social Media (360-Grad-Storytelling) aufbereiten. Dazu finden die Studierenden Themen sowie die dazu passenden journalistischen Darstellungsformen und bereiten sie unter Berücksichtigung der handwerklichen Regeln des Journalismus (Fact Checking, Dokumentation, Recherche) sowie der einschlägigen juristischen und ethischen Fragen entsprechend auf.</p> <p>Die Studierenden können in unterschiedlichen Positionen Verantwortung übernehmen sowie lösungs- sowie teamorientiert denken und handeln. Dies lernen sie, indem sie alle in einem Newsroom relevanten Rollen (Nachrichtentickerredakteur/in, Social Media Redakteur/in, Ressortmitglied, Reporter/in, Chef/in vom Dienst) übernehmen und anschließend reflektieren.</p>
Inhalte des Moduls	<p>Die Schnelligkeit der digitalen Entwicklungen sowie eine zunehmende Ausdifferenzierung medialen Konsumverhaltens erfordert ausdifferenzierte technische und konzeptionelle Fähigkeiten in der Medienproduktion sowie die Fähigkeit zum Schnittstellendenken.</p> <p>Die Inhalte des Moduls orientieren sich daher an folgenden inhaltlichen Blöcken:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• News Value und Themenfindung</li> <li>• Recherche und Fact Checking</li> <li>• Journalistische Grundlagen des Schreibens</li> <li>• Journalistische Grundlagen der AV-Produktion</li> <li>• Journalistische Grundlagen von Social-Media-Produktion</li> </ul>
Verwendbarkeit des Moduls	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Regelmäßige Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit (FS/PL) (20-minütige Präsentation der durchgeführten Laborübungen anhand der als Portfolio zusammengestellten, über das Semester selbst erstellten Kommunikationsprodukte).
Zugehörige Lehrveranstaltungen	Digital Newsroom: Grundlagen (Laborpraktikum)
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Das Modul findet im Rahmen der Laborarbeit im Newsroom statt. Sämtliche Lehrinhalte werden dabei im Newsroom unmittelbar mit den Dozent/innen praktisch umgesetzt. Im Austausch mit zahlreichen Gastvortragenden aus Journalismus und Kommunikationsbranche sowie anderen Bereichen wird die Praxisorientierung der Publikation diskutiert und permanent weiterentwickelt, zudem werden Innovationen aus den jeweiligen Unternehmen vorgestellt. Durch Peer Learning ergänzen sich die Studierenden gegenseitig und festigen gleichzeitig ihre Teamfähigkeit und Sozialkompetenz. Die vermittelten Grundlagen im ersten Semester werden hierbei im zweiten Semester vertieft. Im Referat stellen die Studierenden ein Portfolio der selbsterstellten Kommunikationsprodukte vor und reflektieren das Erlernte, die selbst übernommenen Funktionsrollen sowie die im Rahmen des Peer Learning an andere Studierende weitergegebenen Kompetenzen. Im Referat werden hierbei insbesondere die erworbenen Kompetenzen im Storytelling präsentiert.
Literatur	Jeweils in der aktuellen Auflage: <ul style="list-style-type: none"><li>• Burkhardt, Steffen (Hg.): Praktischer Journalismus. München: Oldenbourg 2009.</li><li>• Friedrich, Jürgens / Schwinges, Ulrich: Das journalistische Interview. Wiesbaden: VS 2015.</li><li>• Ludwig, Johannes: Investigatives Recherchieren. Konstanz: UVK 2014.</li><li>• Staschen, Björn: Mobiler Journalismus. Wiesbaden: VS 2017.</li><li>• Sturm, Simon: Digitales Storytelling: eine Einführung in neue Formen des Qualitätsjournalismus. Wiesbaden: VS 2013.</li></ul>

Modul <b>DIKO-CS1 Communication Skills 1</b>	
Studiengang	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	1. Fachsemester, 1 Semester, jedes Sommersemester
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Stöcker
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	6 LP, 2 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	180 Std. davon 36 Std. Präsenz- und 144 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	keine
Lehrsprache	deutsch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Im Modul „Communication Skills“ kombinieren die Studierenden technische Fertigkeiten mit strategischen Kommunikationskompetenzen. Sie beherrschen den Umgang mit Content-Management-Systemen, die Grundlagen von HTML, der Bildbearbeitung mit entsprechender Software sowie Videoschnitt mit entsprechender Software. Die Studierenden kennen die Funktionsweisen unterschiedlicher digitalen Kanäle und setzen diese synergetisch ein.</p> <p>Im Bezug auf die praktischen Kompetenzen von 360-Grad-Storytelling, die im Modul „Digital Newsroom“ vermittelt werden, schärfen sie hier ihre Kompetenzen im Bereich Social-Media-Strategie: Wie kann durch crossmediale Aufbereitung größtmögliche Plastizität und Reichweite erzeugt werden? Hierfür werden auch SEO-Kenntnisse vermittelt.</p>
Inhalte des Moduls	<p>Dieses Modul hat zum Ziel, die vielfältigen Ebenen und Aspekte digitaler Kommunikation sowie ihre strategischen Möglichkeiten aufzuzeigen. Die Inhalte des Moduls orientieren sich daher an folgenden inhaltlichen Blöcken:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• IT-Grundlagen digitaler Kommunikation</li> <li>• Blogging und Agenda Setting</li> <li>• Plattformübergreifende Kommunikation</li> <li>• Community und Stakeholder Management</li> </ul>
Verwendbarkeit des Moduls	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Regelmäßige Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit (FS/PL) (20-minütige Präsentation der durchgeführten Laborübungen sowie der Reflexion über das Erlernte und im Rahmen des Peer Learning an andere Studierende weitergegebener Kompetenzen).
Zugehörige Lehrveranstaltungen	Communication Skills: Grundlagen (Seminaristischer Unterricht)
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Das Modul „Communication Skills 1“ findet im Rahmen der Laborarbeit im Newsroom statt. Sämtliche Lehrinhalte werden dabei im Newsroom unmittelbar mit den Dozenten und durch Peer Learning praktisch umgesetzt. Als Prüfungsleistung stellen die Studierenden ein Portfolio der selbsterstellten Kommunikationsprodukte sowie

	eine Reflexion der selbstübernommenen Funktionsrollen zusammen. Im Referat werden hierbei insbesondere die erworbenen Kompetenzen in plattformübergreifender Kommunikation präsentiert.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"><li>• Jakubetz, Christian: Crossmedia. Konstanz: UVK 2011.</li><li>• Schmidt, Jan-Hinrik: Social Media. Wiesbaden: VS 2018.</li><li>• Tanasic, Julia: Digital Community Management: Communitys erfolgreich aufbauen und das digitale Geschäft meistern. Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2017.</li></ul>
Ergänzende Hinweise	Das Modul „Communication Skills“ wird eng mit dem Modul „Digital Newsroom“ abgestimmt. Als Prüfungsleistung stellen die Studierenden ein Portfolio ihrer Lernergebnisse zusammen, die sie zusammen mit einer Reflexion ihrer Lernerfolge am Ende des Semesters präsentieren.

Modul <b>DIKO-DS1 Digital Strategy 1</b>	
Studiengang	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	1. Fachsemester, 1 Semester, jedes Sommersemester
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Stöcker
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	9 LP, 2 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	270 Std. davon 36 Std. Präsenz- und 234 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	keine
Lehrsprache	deutsch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	Im Modul „Digital Strategy“ entwickeln die Studierenden digitale Kommunikationsstrategien: Sie erkennen Trends und erwerben digitale Führungskompetenz. Sie wenden Grundlagenwissen aus direkt praxisrelevanten Bereichen wie Medienrecht oder Medienethik (Creative Commons, Persönlichkeits- und Urheberrecht, Kennzeichnungspflicht von gewerblichen Inhalten, Funktion des Presserates) an, die eng in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Journalistenverband entwickelt, aktualisiert und anhand von Fallbeispielen diskutiert werden. Die Studierenden konzipieren Storytelling-Strategien direkt unter Einbeziehung juristischer und ethischer Aspekte.
Inhalte des Moduls	Dieses Modul vermittelt die Fähigkeit, unter Einbeziehung der vielfältigen Aspekte von Medienproduktion umfangreiche Projekte der digitalen Kommunikation zu realisieren. Die Inhalte des Moduls orientieren sich daher an folgenden inhaltlichen Blöcken: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Medien- und Kommunikationswissenschaft</li> <li>• Kommunikations- und Mediengeschichte (System- und Strukturwandel durch Digitalisierung)</li> <li>• Wirtschaftliche Grundlagen des Medienmanagements</li> <li>• Medienethik und Medienrecht</li> <li>• Kommunikationsmärkte</li> </ul>
Verwendbarkeit des Moduls	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Regelmäßige Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit (FS/PL) (20-minütige Präsentation der durchgeführten Laborübungen sowie der Reflexion über das Erlernte und im Rahmen des Peer Learning an andere Studierende weitergegebener Kompetenzen).
Zugehörige Lehrveranstaltungen	Digital Strategy: Grundlagen (Seminaristischer Unterricht)
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Das Modul „Digital Strategy 1“ findet im Rahmen der Laborarbeit im Newsroom statt. Sämtliche Lehrinhalte werden dabei im Newsroom unmittelbar mit den Dozenten und durch Peer Learning praktisch umgesetzt. Als Prüfungsleistung stellen die Studierenden ein Portfolio der selbsterstellten Kommunikationsprodukte als Reflexion der selbstübernommenen Funktionsrollen zusammen. Im Referat werden

	hierbei insbesondere die erworbenen Kompetenzen in Strategie und Planung präsentiert.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"><li>• Beck, Klaus: Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK 2017.</li><li>• Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder; Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien: Böhlau 2002.</li><li>• Dörr, Dieter: Medienrecht. Heidelberg: Verl.-Gruppe Hüthig, Jehle, Rehm 2015.</li><li>• Olfert, Klaus: Projektmanagement. Herne: Kiehl 2012.</li><li>• Ingrid Stapf, Marlis Prinzing, Alexander Filipovic (Hrsg.): Gesellschaft ohne Diskurs? DSchmoffo1301</li><li>• digitaler Wandel und Journalismus aus medienethischer Perspektive. Baden-Baden: Nomos 2017.</li></ul>
Ergänzende Hinweise	Das Modul „Digital Strategy“ wird eng mit dem Modul „Digital Newsroom“ abgestimmt. Als Prüfungsleistung stellen die Studierenden ein Portfolio ihrer Lernergebnisse zusammen, die sie zusammen mit einer Reflexion ihrer Lernerfolge am Ende des Semesters präsentieren.



<b>Modul</b>		<b>DIKO-DN2 Digital Newsroom 2</b>	
Studiengang	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)		
Art des Moduls	Pflichtmodul		
Semester / Dauer / Turnus	2. Fachsemester, 1 Semester, jedes Wintersemester		
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Stöcker		
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	15 LP, 4 SWS		
Arbeitsaufwand (Workload)	450 Std. davon 72 Std. Präsenz- und 378 Std. Selbststudium		
Teilnahmevoraussetzung	Erfolgreiche Teilnahme an Modul DN1 wird empfohlen.		
Lehrsprache	deutsch		
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden planen und produzieren bei Beendigung des Moduls „Digital Newsroom“ digitale Kommunikationsprodukte im Journalismus und in der Unternehmenskommunikation mit erweiterter strategischer Kompetenz. Sie setzen die Produktion von Artikeln immer im Kontext mit dem Redaktionsplan der Publikation, tagesaktuellen Geschehnissen und gesellschaftspolitischen Debatten und können diese auf ihre rechtliche und ethische Angemessenheit hin überprüfen. Jede/r Studierende übernimmt im Laufe der beiden Semester alle in einem Newsroom relevanten Rollen (Nachrichtentickerredakteur/in, Social-Media-Redakteur/in, Ressortmitglied, Reporter/in, Chef/in vom Dienst) und übernimmt in unterschiedlichen Positionen Verantwortung. Die Studierenden denken und handeln lösungs- sowie teamorientiert.</p>		
Inhalte des Moduls	<p>Dieses Modul hat zum Ziel, die vielfältigen Ebenen und Aspekte digitaler Kommunikation sowie ihre strategischen Möglichkeiten aufzuzeigen und anhand der im Modul DN1 erlernten Grundlagen auszuweiten und zu vertiefen. Besondere Fähigkeiten und Sorgsamkeit im Umgang mit Fakten sowie juristischen und ethischen Fragen bei der digitalen Medienproduktion werden ebenso vermittelt wie die Fähigkeit, Themen in komplexen, multimedialen Geschichten zu denken. Die Inhalte des Moduls orientieren sich daher an folgenden inhaltlichen Blöcken:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crossmediales und 360-Grad-Storytelling</li> <li>• Interne und externe Kommunikation, Journalismus und PR</li> <li>• Entwicklung und Erprobung neuer Kommunikationsszenarien</li> <li>• Newsroom-Management</li> </ul>		
Verwendbarkeit des Moduls	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)		
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Regelmäßige Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit (FS/PL) (20-minütige Präsentation der durchgeführten Laborübungen sowie der Reflexion über das Erlernte und im Rahmen des Peer Learning an andere Studierende weitergegebener Kompetenzen).		
Zugehörige Lehrveranstaltungen	Digital Newsroom 2 (Laborpraktikum)		
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Das Modul „Digital Newsroom 2“ findet im Rahmen der Laborarbeit im Newsroom statt. Sämtliche Lehrinhalte werden dabei im		

	<p>Newsroom unmittelbar mit den Dozenten praktisch umgesetzt. Im Austausch mit zahlreichen Gastvortragenden aus Journalismus und Kommunikationsbranche sowie anderen Bereichen wird die Praxisorientierung der Publikation diskutiert und permanent weiterentwickelt, zudem werden Innovationen aus den jeweiligen Unternehmen vorgestellt. Durch Peer Learning ergänzen sich die Studierenden gegenseitig und festigen gleichzeitig ihre Teamfähigkeit und Sozialkompetenz. Die vermittelten Grundlagen im ersten Semester werden hierbei im zweiten Semester vertieft. Als Prüfungsleistung stellen die Studierenden ein Portfolio der selbsterstellten Kommunikationsprodukte sowie eine Reflexion der selbstübernommenen Funktionsrollen zusammen. Im Referat werden hierbei insbesondere die erworbenen Kompetenzen im Storytelling präsentiert.</p>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"><li>• Burkhardt, Steffen (Hg.): Praktischer Journalismus. München: Oldenbourg 2009.</li><li>• Friedrich, Jürgens / Schwinges, Ulrich: Das journalistische Interview. Wiesbaden: VS 2015.</li><li>• Ludwig, Johannes: Investigatives Recherchieren. Konstanz: UVK 2014.</li><li>• Staschen, Björn: Mobiler Journalismus. Wiesbaden: VS 2017.</li><li>• Sturm, Simon: Digitales Storytelling: eine Einführung in neue Formen des Qualitätsjournalismus. Wiesbaden: VS 2013.</li></ul>

Modul <b>DIKO-CS2 Communication Skills 2</b>	
Studiengang	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	2. Fachsemester, 1 Semester, jedes Wintersemester
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Stöcker
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	6 LP, 2 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	180 Std. davon 36 Std. Präsenz- und 144 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	keine
Lehrsprache	deutsch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	Im Modul „Communication Skills 2“ setzen die Studierenden digitales Storytelling in Kontext mit dem User. Sie erarbeiten Strategien in dem Wissen, dass der Leser immer an der Geschichte „mitschreibt“ - um Community Engagement und Blogger Relations kommt keine erfolgreiche digitale Publikation herum. Sie entwickeln hierbei Strategien für die Bereiche Journalismus, PR und Content Marketing. Neben den spezifischen digitalen Kompetenzen erwerben sie auch klassische Skills der Kommunikation wie Interviewtechniken, Rhetorik, Moderation und Präsentation. Die Grundlagen im ersten Semester werden hierbei im zweiten Semester vertieft.
Inhalte des Moduls	Dieses Modul hat zum Ziel, die vielfältigen Ebenen und Aspekte digitaler Kommunikation sowie ihre strategischen Möglichkeiten aufzuzeigen und anhand der im Modul CS1 erlernten Grundlagen auszuweiten und zu vertiefen. Die Inhalte des Moduls orientieren sich daher an folgenden inhaltlichen Blöcken: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Content-Marketing und PR</li> <li>• Kommunikationspsychologie und Debating (Rhetorik des Sprechens, Interviewens, Moderierens und Beeinflussens)</li> </ul>
Verwendbarkeit des Moduls	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Regelmäßige Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit (FS/PL) (20-minütige Präsentation der durchgeführten Laborübungen sowie der Reflexion über das Erlernte und im Rahmen des Peer Learning an andere Studierende weitergegebener Kompetenzen).
Zugehörige Lehrveranstaltungen	Communication Skills 1 (seminaristischer Unterricht)
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Das Modul „Communication Skills 2“ findet im Rahmen der Laborarbeit im Newsroom statt. Sämtliche Lehrinhalte werden dabei im Newsroom unmittelbar mit den Dozenten und durch Peer Learning praktisch umgesetzt. Als Prüfungsleistung stellen die Studierenden ein Portfolio der selbsterstellten Kommunikationsprodukte sowie eine Reflexion der selbstübernommenen Funktionsrollen zusammen. Im Referat werden hierbei insbesondere die erworbenen Kompetenzen in plattformübergreifender Kommunikation präsentiert.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jakubetz, Christian: Crossmedia. Konstanz: UVK 2011.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Schmidt, Jan-Hinrik: Social Media. Wiesbaden: VS 2018.</li><li>• Tanasic, Julia: Digital Community Management: Communitys erfolgreich aufbauen und das digitale Geschäft meistern. Stuttgart: Schäffer-Poeschel 2017.</li></ul>
Ergänzende Hinweise	Das Modul „Communication Skills“ wird eng mit dem Modul „Digital Newsroom“ abgestimmt. Als Prüfungsleistung stellen die Studierenden ein Portfolio ihrer Lernergebnisse zusammen, die sie zusammen mit einer Reflexion ihrer Lernerfolge am Ende des Semesters präsentieren.

Modul <b>DIKO-DS2 Digital Strategy 2</b>	
Studiengang	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	2. Fachsemester, 1 Semester, jedes Wintersemester
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Stöcker
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	9 LP, 2 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	270 Std. davon 36 Std. Präsenz- und 234 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	keine
Lehrsprache	deutsch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Im Modul „Digital Strategy 2“ ordnen die Studierenden digitale Kommunikation interdisziplinär in unterschiedliche theoretische Strömungen der Medienforschung ein: So können sie z.B. Grundlagen der Mediengeschichte, Medienökonomie oder Mediensysteme in Kontext zu Entwicklungen des Journalismus und der Kommunikationsarbeit im Zuge der Digitalisierung setzen. Sie können unterschiedliche Kommunikationskanäle für integrierte strategische Kommunikation, von klassischen Mailings bis hin zu integrierten Social-Media-Kampagnen sowohl theoretisch wie praktisch bedienen. Studierende, die in ihren Projektarbeiten kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen bearbeiten wollen, lernen im 2. Semester Grundlagen und Methoden der Kommunikationswissenschaft sowie des Projektmanagements. Ziel ist, im Hinblick auf die Projekte im 3. Semester sowie die Masterarbeit kommunikationsstrategische Weitsicht sowie projektorientierte Arbeitskompetenzen zu vermitteln, die für eine Führungsposition in digitaler Kommunikation qualifizieren. Die Grundlagen im ersten Semester werden hierbei im zweiten Semester vertieft.</p>
Inhalte des Moduls	<p>Dieses Modul vermittelt die Fähigkeit, unter Einbezug der vielfältigen Aspekte von Medienproduktion umfangreiche Projekte der digitalen Kommunikation zu realisieren und anhand der im Modul DS1 erlernten Grundlagen auszuweiten und zu vertiefen. Die Inhalte des Moduls orientieren sich daher an folgenden inhaltlichen Blöcken:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikationsstrategien und -planung</li> <li>• Digital Leadership / Projektmanagement</li> <li>• Analytics und Audience Development</li> <li>• Markenbildung</li> <li>• Kommunikationsnetzwerke</li> <li>• Evaluation/Controlling von Kommunikation</li> </ul>
Verwendbarkeit des Moduls	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Regelmäßige Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit (FS/PL) (20-minütige Präsentation der durchgeführten Laborübungen).
Zugehörige Lehrveranstaltungen	Digital Strategy 1 (seminaristischer Unterricht)

Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Das Modul „Digital Strategy 2“ findet im Rahmen der Laborarbeit im Newsroom statt. Sämtliche Lehrinhalte werden dabei im Newsroom unmittelbar mit den Dozenten und durch Peer Learning praktisch umgesetzt. Als Prüfungsleistung stellen die Studierenden ein Portfolio der selbsterstellten Kommunikationsprodukte sowie eine Reflexion der selbstübernommenen Funktionsrollen zusammen. Im Referat werden hierbei insbesondere die erworbenen Kompetenzen in Strategie und Planung präsentiert.
Literatur	<ul style="list-style-type: none"><li>• Beck, Klaus: Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK 2017.</li><li>• Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft: Grundlagen und Problemfelder; Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien: Böhlau 2002.</li><li>• Dörr, Dieter: Medienrecht. Heidelberg: Verl.-Gruppe Hüthig, Jehle, Rehm 2015.</li><li>• Olfert, Klaus: Projektmanagement. Herne: Kiehl 2012.</li><li>• Ingrid Stapf, Marlis Prinzing, Alexander Filipovic (Hrsg.): Gesellschaft ohne Diskurs?: digitaler Wandel und Journalismus aus medienethischer Perspektive. Baden-Baden: Nomos 2017.</li></ul>
Ergänzende Hinweise	Das Modul „Digital Strategy“ wird eng mit dem Modul „Digital Newsroom“ abgestimmt. Als Prüfungsleistung stellen die Studierenden ein Portfolio ihrer Lernergebnisse zusammen, die sie zusammen mit einer Reflexion ihrer Lernerfolge am Ende des Semesters präsentieren.

Modul <b>DIKO-P1 Projekt 1</b>	
Studiengang	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	3. Fachsemester, 1 Semester, jedes Sommersemester
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Stöcker
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	15 LP, 6 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	450 Std. davon 108 Std. Präsenz- und 342 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	keine
Lehrsprache	deutsch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	In Projekt 1 führen die Studierenden in intensiver Betreuung durch einen Dozenten der HAW Hamburg und einen Zweitbetreuer aus einem Unternehmen, ein studentisches Kommunikationsprojekt in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen oder einer Organisation durch. In Projekt 1 stärken sie in dem angestrebten Berufsfeld (z.B. Journalismus, NGOs, Kulturinstitutionen, Agenturen, Unternehmen) Kenntnisse in einem selbstgewählten Bereich (z.B. Interne Kommunikation, Social-Media-Strategie, Blogkonzeption, Chatbot-Entwicklung, Crossmedia-Storytelling-Kampagne, Multimedia-Reportage) und individuelle Kompetenzen. Hierbei ist auch ein internes Projekt in Zusammenarbeit mit der HAW Hamburg möglich.
Inhalte des Moduls	Die Inhalte der jeweiligen Projekte werden von den Studierenden, dem HAW-internen Betreuer sowie dem/der Zweitbetreuer/in aus dem Unternehmen zusammen generiert.
Verwendbarkeit des Moduls	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Regelmäßige Prüfungsform: Projektleistung und deren Präsentation (mit schriftlichem Anteil) (PL).
Zugehörige Lehrveranstaltungen	Projekt 1 (Projektseminar)
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Projektorientiertes Lernen: Ziel ist es, nach der Vermittlung von breitgefächerten Kenntnissen, Fertigkeiten und Kompetenzen in Theorie und Praxis in den ersten beiden Semestern die Studierenden dabei zu begleiten, eigene Schwerpunkte zu setzen und das eigene Kommunikationsprofil selbstständig zu schärfen. Im Rahmen dessen gibt es eine Einführung in Research & Development (Grundlegende Analyseinstrumente für strategische Planung und Innovationsprozesse) sowie in Grundlagen des Projektmanagements (Wie generiere und manage ich ein Kommunikationsprojekt?). In den Projekten erproben die Studierenden ihr Wissen, ihre Fertigkeiten und ihre Sozialkompetenz im selbstständigen und gleichzeitig teamorientierten Arbeiten unter realistischen Bedingungen.
Literatur	Die Literaturempfehlungen orientieren sich an den jeweils aktuellen Seminarthemen.
Ergänzende Hinweise	Die Absprache über Anwesenheit vor Ort / Home Office, Bezahlung und eventuelle Ausweitung des Projekts auf mehr als zwei Monate treffen Unternehmen und Student individuell untereinander. Projekte

können alleine oder als Gruppenarbeit realisiert werden. Es ist möglich, dass Modul „Projekt 2“ auf dem Modul „Projekt 1“ aufzubauen.



Modul <b>DIKO-P2 Projekt 2</b>	
Studiengang	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	3. Fachsemester, 1 Semester, jedes Sommersemester
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Stöcker
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	15 LP, 6 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	450 Std. davon 108 Std. Präsenz- und 342 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	keine
Lehrsprache	deutsch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>In Projekt 2 führen die Studierenden unter Betreuung durch einen Dozenten der HAW Hamburg und eine/n Zweitbetreuer/in aus einem Unternehmen, ein studentisches Kommunikationsprojekt in Zusammenarbeit mit einem Unternehmen durch und vertiefen dabei ihre in Projekt 1 gewonnenen Kenntnisse. In Projekt 2 arbeiten die Studierenden hierbei bereits wesentlich selbstständiger als in Projekt 1, um die eigenständige Durchführung eines Kommunikationsprojekts in Kooperation mit einem Partnerunternehmen oder eine Partnerorganisation auf wissenschaftlichem Niveau in der Masterarbeit vorzubereiten.</p> <p>In Projekt 2 intensivieren und stärken sie in dem angestrebten Berufsfeld (z.B. Journalismus, NGOs, Kulturinstitutionen, Agenturen, Unternehmen) Kenntnisse in einem selbstgewählten Bereich (z.B. Interne Kommunikation, Social-Media-Strategie, Blogkonzeption, Chatbot-Entwicklung, Crossmedia-Storytelling-Kampagne, Multimedia-Reportage) individuelle Kompetenzen. Hierbei ist auch ein internes Projekt in Zusammenarbeit mit der HAW Hamburg möglich.</p>
Inhalte des Moduls	Die Inhalte der jeweiligen Projekte werden von den Studierenden, dem HAW-internen Betreuer sowie dem Zweitbetreuer aus dem Unternehmen zusammen generiert.
Verwendbarkeit des Moduls	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Regelmäßige Prüfungsform: Projektleistung und deren Präsentation (mit schriftlichem Anteil) (PL).
Zugehörige Lehrveranstaltungen	Projekt 2 (Projektseminar)
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Projektorientiertes Lernen: Ziel ist es, nach der Vermittlung von breitgefächerten Kenntnissen, Fertigkeiten und Kompetenzen in Theorie und Praxis in den ersten beiden Semestern die Studierenden dabei zu begleiten, eigene Schwerpunkte zu setzen und das eigene Kommunikationsprofil zu schärfen. Dazu gehört eine Vertiefung in Research & Development (Grundlegende Analyseinstrumente für strategische Planung und Innovationsprozesse) sowie Grundlagen des Projektmanagements (Wie generiere und manage ich ein Kommunikationsprojekt?). In den Projekten erproben die Studierenden ihr Wissen, ihre Fertigkeiten und ihre Sozialkompetenz im selbstständigen Arbeiten unter realistischen Umständen.

Literatur	Die Literaturempfehlungen orientieren sich an den jeweils aktuellen Seminarthemen.
Ergänzende Hinweise	Die Absprache über Anwesenheit vor Ort / Home Office, Bezahlung und eventuelle Ausweitung des Projekts auf mehr als zwei Monate treffen Unternehmen und Student individuell untereinander. Projekte können alleine oder als Gruppenarbeit realisiert werden. Projekt 2 kann auf Projekt 1 aufbauen, möglich und erwünscht ist aber, die Projekte 1 und 2 zwecks Networking in unterschiedlichen Unternehmen oder Organisationen zu absolvieren.

Modul <span style="float: right;">DIKO-MA Masterarbeit</span>	
Studiengang	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	4. Fachsemester, 1 Semester.
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Stöcker
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	30 LP
Arbeitsaufwand (Workload)	900 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	keine
Lehrsprache	deutsch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>In der Masterarbeit zeigen die Studierenden, 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 Studierenden können eine komplexe Aufgabe aus dem Bereich Digitaler Kommunikation unter Zuhilfenahme kommunikations-, medienwissenschaftlicher bzw. sozialwissenschaftlicher Theorien und Methoden analysieren, strukturieren, lösungsorientiert bearbeiten und die gefundenen Lösungen nachvollziehbar darstellen.</p> <p>Die Studierenden setzen ihre bisherigen Fachkenntnisse in einem Anwendungsprojekt um, das sie in Zusammenarbeit mit einer Organisation oder im Auftrag eines Unternehmens oder einer Unternehmenseinheit aus dem Kommunikations- und Mediensektor durchführen. Die Studierenden sind in der Lage, im Kontext der Projektbearbeitung sich selbstständig vertiefende Kenntnisse anzueignen. Durch die Zusammenarbeit mit einem Auftraggeber und Kooperationspartner aus der Kommunikations- und Medienpraxis üben sie Führungs- und Kommunikationskompetenz, unternehmerisches Denken und strategische Handlungskompetenz. Nach Fertigstellung der Masterarbeit können die Studierenden innerhalb einer vorgeschriebenen Frist ein Problem aus dem Arbeitsgebiet des Studiengangs selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden bearbeiten und schriftlich darstellen. Die Absolventen beweisen damit die für eine erfolgreiche Tätigkeit in ihrem Fachgebiet erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten sowie die Beherrschung der Grundlagen wissenschaftlicher Forschungskompetenz. Die Studierenden</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• leisten mit der Masterarbeit einen Beitrag zur Entwicklung von Theorie und Praxis im Arbeitsfeld Digitaler Kommunikation</li> <li>• verbinden die verschiedenen Wissenschaftsdisziplinen und können sich in neue Themenbereiche selbstständig einarbeiten;</li> <li>• erlernen das im Studium erworbene Wissen anzuwenden und wissenschaftlich anspruchsvolle Themenstellungen</li> </ul>

	<p>kritisch zu hinterfragen sowie die verschiedenen Ansätze anzupassen und zu erweitern;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• können komplexe Sachverhalte und Probleme analysieren, strukturieren und systematisch einen Lösungsweg erarbeiten;</li> <li>• vertiefen die Fähigkeit, selbstständig Probleme zu definieren, zu recherchieren und Fragestellungen in einem vorgegebenen Zeitraum zu bearbeiten und schriftlich die Bearbeitung/Lösung der Probleme darzulegen;</li> <li>• sind in der Lage, Ziele, Gegenstand und Fragen ihrer Masterarbeit zu reflektieren, Anregungen aufzunehmen und die eigene Arbeit zu optimieren.</li> </ul>
Inhalte des Moduls	<p>Gegenstand der Masterarbeit soll entweder eine analytische oder eine konzeptionelle Aufgabe aus dem Themenbereich Digitaler Kommunikation sein. Die Arbeit sollte möglichst in Kooperation (ggf. als Auftragsarbeit) mit einer journalistischen Redaktion, Agentur, NGO oder der Kommunikationsabteilung eines Unternehmens durchgeführt werden. Die Themen der Masterarbeit werden von den Studierenden selbst in enger beratender Zusammenarbeit mit einem Betreuer bzw. einer Betreuerin entwickelt. Die Masterarbeit berücksichtigt die Standards wissenschaftlichen Arbeitens und umfasst unter anderem folgende Elemente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fragestellung, Zielsetzung, Hypothese;</li> <li>• Abgrenzung und Begründung der Relevanz des Themas;</li> <li>• Begründung des methodischen Vorgehens;</li> <li>• Stand-der-Forschung bzw. Stand-der-Technik für den Themenbereich;</li> <li>• Dokumentation der Analyse- bzw. Entwicklungsarbeit;</li> <li>• Darstellung und kritische Bewertung der Resultate;</li> <li>• Vorschläge für künftige Untersuchungen / Entwicklungen.</li> </ul>
Verwendbarkeit des Moduls	Master-Studiengang Digitale Kommunikation (DIKO)
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Regelmäßige Prüfungsform: Masterarbeit (MA/PL): konzeptionell-gestalterisches Kommunikationsprojekt mit schriftlicher Dokumentation (30-60 Seiten),
Zugehörige Lehrveranstaltungen	---
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Eigenständiges wissenschaftliches Arbeiten
Literatur	Eigenständige Literaturrecherche mit Unterstützung durch Betreuer bzw. Betreuerin.
Ergänzende Hinweise	Die besonderen Bedingungen für das Modul sind in der Prüfungsordnung zu sehen. Im Einvernehmen mit dem Betreuer bzw. der Betreuerin kann die Masterarbeit in englischer Sprache verfasst werden.