

Department Information und Medienkommunikation

Modulhandbuch Medien und Kommunikation (MuK)



Bachelor of Arts
Stand: 2024

Department Information und Medienkommunikation

Modulhandbuch des Bachelor-Studiengangs Medien und Kommunikation (Media and Communication)

Inhalt:

Modul 1: Digitale Öffentlichkeiten.....	2
Modul 2: Digitale Medienkonzeption und -produktion	4
Modul 3: Medienökonomie und -management.....	7
Modul 4: Data Visualiziation and Storytelling	9
Modul 5: International Trends in Communication Studies	11
Modul 6: Wahlpflichtmodul I.....	13
Modul 7: Wahlpflichtmodul II.....	15
Modul 8: Wahlpflichtmodul III.....	17
Modul 9: Wahlprojekt.....	19
Modul 10: Forschung und Entwicklung.....	21
Modul 11: Bachelorarbeit	23
Prüfungsformen	25

Anmerkung:

Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Modul		Modul 1: Digitale Öffentlichkeiten
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)	
Art des Moduls	Pflichtmodul	
Semester / Dauer / Turnus	1. und 2. Fachsemester / 2 Semester / jährlich	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Christian Stöcker	
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	9 LP 4 SWS (im Wintersemester) und 4 SWS (im Sommersemester)	
Arbeitsaufwand (Workload)	270 Std. davon 136 Std. Präsenz- und 134 Std. Selbststudium	
Teilnahmevoraussetzung	-	
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch	
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden können sich als professionelle Akteurinnen und Akteure im Medien- und Kommunikationssystem verorten, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • unterschiedliche Formen digitaler Medien und Funktionen digitaler Kommunikation analysieren, differenzieren und kategorisieren können; • die historische Entwicklung digitaler Öffentlichkeiten und ihre ethischen und rechtlichen Implikationen mit Bezug zu Gesellschaft, Politik, Kultur und Wirtschaft problematisieren können, um ein verantwortungsbewusstes Kommunikationsverhalten in digitalen Öffentlichkeiten zu entwickeln. 	
Inhalte des Moduls	<p>LV1.1: Digitale Medien und Kommunikation</p> <p>Die Studierenden können die normativen, strukturellen, funktionalen und rollenspezifischen Grundlagen der Digitalisierung von Medien und Kommunikation kritisch bewerten und gestalten, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Veränderungen im Mediensystem an der Schnittstelle von Informationsproduktion, -rezeption und -distribution aus Längs- und Querschnittsperspektive problematisieren, <p>um unterschiedliche Formen digitaler Medien und Funktionen digitaler Kommunikation analysieren, differenzieren und kategorisieren zu können.</p> <p>LV1.2: Ethik und Recht digitaler Öffentlichkeiten</p> <p>Die Studierenden können mit kommunikationswissenschaftlicher Systematik eine Verbindung zwischen Problemen medialer Kommunikation und der vernetzten Gesellschaft herstellen, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Grundlagen und Definitionen der Digitalisierung von Öffentlichkeiten, ihre Herausforderungen, Chancen und Gefahren aus Sicht der Ethik, Maschinenethik und anderer Ethikbereiche in Abgrenzung zum Recht analysieren, <p>um die historische Entwicklung digitaler Öffentlichkeiten und ihre ethischen und rechtlichen Implikationen mit Bezug zu Gesellschaft, Politik, Kultur und Wirtschaft problematisieren zu können.</p>	

Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul erwerben die Studierenden grundlegende Kompetenzen zur Spezialisierung in den Schwerpunktmodulen zu digitalen Öffentlichkeiten.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Klausur. Die Dauer einer Klausur beträgt mindestens 90, höchstens 240 Minuten.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> • LV1.1: Digitale Medien und Kommunikation (4 SWS) • LV1.2: Ethik und Recht digitaler Öffentlichkeiten (4 SWS)
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Vorlesung: Zusammenhängende Darstellung und Vermittlung von wissenschaftlichen Grundkenntnissen sowie Methoden durch die Lehrenden; während des Vortrags haben die Studierenden Gelegenheit, Verständnisfragen zu stellen; Expertenvorträge
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Fechner, Frank: Medienrecht. Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia. Stuttgart: utb, 2019 • Hooffacker, Gabriele/Kenntemich, Wolfgang/Kulisch, Uwe (Hrsg.): Die neue Öffentlichkeit. Wie Bots, Bürger und Big Data den Journalismus verändern. Wiesbaden: Springer VS, 2018 • Hahn, Oliver/ Hohlfeld, Ralf/Knieper, Thomas (Hrsg.): Digitale Öffentlichkeit(en). Köln: Halem, 2017 • Schicha, Christian: Medienethik. Grundlagen, Anwendungen, Ressourcen. Stuttgart: utb, 2019 • Stöcker, Christian: Nerd Attack! Eine Geschichte der digitalen Welt vom C64 bis zu Twitter und Facebook. München: Deutsche Verlags-Anstalt, 2011 <p>Weitere Basisliteratur wird zu Beginn des Semesters im EMIL-Raum bekannt gegeben.</p>

Modul		Modul 2: Digitale Medienkonzeption und -produktion
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)	
Art des Moduls	Pflichtmodul	
Semester / Dauer / Turnus	1. und 2. Fachsemester / 2 Semester / jährlich	
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hanna Klimpe	
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	15 LP 8 SWS (im Wintersemester) und 8 SWS (im Sommersemester)	
Arbeitsaufwand (Workload)	450 Std. davon 272 Std. Präsenz- und 178 Std. Selbststudium	
Teilnahmevoraussetzung	-	
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch	
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden können digitale Medienformate konzipieren und produzieren, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • vernetzte Konzepte für digitale Medien als Multi-Screen-Arrangements sowie für soziale Medien und Kommunikation in Kombination mit Virtual Reality und Livestreaming mit fundiertem technischem, psychologischem und inhaltlichem Verständnis entwickeln, planen und realisieren, • Innovationen im Bereich der vernetzten, audiovisuellen Medien identifizieren, analysieren und in Formate überführen können, um den digitalen Wandel als professionelle Kommunikatorinnen und Kommunikatoren zu gestalten. 	
Inhalte des Moduls	<p>LV2.1: Digitale Medienkonzeption I</p> <p>Die Studierenden können einfache konzeptionelle Grundlagen digitaler Medienproduktion kritisch bewerten und gestalten, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • einfache digitale Kommunikationsszenarien (wie z. B. Social-Media-Blogs, News Storytelling) auf Basis von medialen Kommunikations-, Unterhaltungs- und Informationsbedürfnissen planen, begründen, steuern, umsetzen, kommunizieren und evaluieren, um Konzepte für digitale ‚neue Medien‘ als Multi-Screen-Arrangements sowie für die ‚neuesten Medien‘ (wie Virtual Reality und 360°-Video) mit fundiertem technischem, psychologischem und inhaltlichem Verständnis zu entwickeln, planen und realisieren. <p>LV2.2: Digitale Medienkonzeption II</p> <p>Die Studierenden können vor dem Hintergrund komplexe konzeptionelle Grundlagen digitaler Medienproduktion kritisch bewerten und gestalten, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • komplexe digitale Kommunikationsszenarien (wie z. B. Social-Media-Kampagnen, Livestreaming) auf Basis von medialen Kommunikations-, Unterhaltungs- und Informationsbedürfnissen planen, begründen, steuern, umsetzen, kommunizieren und evaluieren, 	

	<p>um vernetzte Konzepte für digitale Medien wie soziale Medien als nutzerfreundliche Crossmedia-Arrangements mit fundiertem technischem, psychologischem und inhaltlichem Verständnis zu entwickeln, planen und realisieren.</p> <p>LV2.3: Digitale Medienproduktion I</p> <p>Die Studierenden können einfache digitale Medienkonzepte mit professionellen Darstellungsformen inhaltlich füllen, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Planung, Steuerung, Koordination und Kontrolle für die Produktion digitaler Kommunikationsmittel und -kampagnen (wie Affiliate-, Influencer-, Content- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online-Werbung) umsetzen, <p>um Innovationen im Bereich der vernetzten, audiovisuellen Medien identifizieren, analysieren und in einfache Formate überführen zu können.</p> <p>LV2.4: Digitale Medienproduktion II</p> <p>Die Studierenden können komplexe digitale Medienkonzepte mit professionellen Darstellungsformen inhaltlich füllen, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Planung, Steuerung, Koordination und Kontrolle für die Produktion digitaler Kommunikationsmittel und -kampagnen (wie Affiliate-, Influencer-, Content- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO, Social Media, Online-Facebook-Werbung) umsetzen, <p>um Innovationen im Bereich der vernetzten, audiovisuellen Medien identifizieren, analysieren und in komplexe Formate überführen zu können.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul erwerben die Studierenden grundlegende Kompetenzen zur Spezialisierung in den Schwerpunktmodulen zur digitalen Medienkonzeption und -produktion.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Projektleistung oder Hausarbeit. Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> • LV2.1: Digitale Medienkonzeption I (4 SWS) • LV2.2: Digitale Medienkonzeption II (4 SWS) • LV2.3: Digitale Medienproduktion I (4 SWS) • LV2.4: Digitale Medienproduktion II (4 SWS)
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Seminar: Selbststudium von Fachliteratur (Inverted Classroom), Übungen mit digitalen Anwendungen (Tool-Training, Peer Learning), Expertenvorträge, Fallstudien
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Kellermann, Ron: Das Storytelling-Handbuch. St. Gallen, Zürich, Berlin: Midas Management Verlag, 2018 • Lammenett, Erwin: Praxiswissen Online-Marketing. Wiesbaden: Springer Gabler, 2019

- Oswald, Bernd: Digitaler Journalismus. Ein Handbuch für Recherche, Produktion und Vermarktung. Zürich: Midas, 2019
- Schach, Annika: Storytelling: Geschichten in Text, Bild und Film. Wiesbaden: Springer Gabler, 2017.
- Von Godulla, Alexander: Digitale Langformen im Journalismus und Corporate Publishing. Scrollytelling – Webdokumentationen – Multimedialstories. Wiesbaden: Springer VS, 2017

Weitere Literatur wird zu Beginn des Semesters im EMIL-Raum bekannt gegeben.

Modul Modul 3: Medienökonomie und -management	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	1. und 2. Fachsemester / 2 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hardy Gundlach
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	12 LP 4 SWS (im Wintersemester) und 4 SWS (im Sommersemester)
Arbeitsaufwand (Workload)	360 Std. davon 136 Std. Präsenz- und 224 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	-
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden analysieren mit wirtschaftstheoretischer Fundierung die komplexen Zusammenhänge der Medienwirtschaft, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • die grundlegenden betriebswirtschaftlichen und makroökonomischen Konzepte der Wirtschaftswissenschaften auf ihre praktische Relevanz für Medienunternehmen untersuchen und • Entscheidungen des Managements und Geschäftsmodelle im Anwendungsfeld der Medien und Kommunikation bewerten, um in den Arbeits- und Aufgabenfeldern der Medien- und Kommunikationswirtschaft wirtschaftlich planen, begründen, implementieren, steuern und evaluieren zu können.
Inhalte des Moduls	<p>LV3.1: Medienökonomie und -management I</p> <p>Die Studierenden können ökonomisches Wissen bei der Lösung praktischer Entscheidungsprobleme des Managements von Medien- und Kommunikationsprozessen anwenden, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • die grundlegenden betriebswirtschaftlichen und makroökonomischen Konzepte der Wirtschaftswissenschaften auf ihre praktische Relevanz für Medienunternehmen untersuchen, <p>um die Prozesse in Medienorganisationen effektiv und marktorientiert zu gestalten, die relevanten Informationen zur Identifizierung von Erfolgsfaktoren und Schwachstellen der Mediengeschäftsmodelle zu identifizieren, zur Strukturierung und Vorbereitung von Managemententscheidungen aufzubereiten und zur Entwicklung von Unternehmensstrategien zu nutzen.</p> <p>LV3.2: Medienökonomie und -management II</p> <p>Die Studierenden können ökonomisches Wissen bei der Lösung komplexer Entscheidungsprobleme des Managements von Medien- und Kommunikationsprozessen anwenden, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Entscheidungen des Managements und Geschäftsmodelle im Anwendungsfeld der Medien und Kommunikation bewerten, <p>um die Prozesse in Medienorganisationen effektiv und marktorientiert zu gestalten, die relevanten Informationen zur Identifizierung</p>

	von Erfolgsfaktoren und Schwachstellen der Mediengeschäftsmodelle zu identifizieren, zur Strukturierung und Vorbereitung von Managemententscheidungen aufzubereiten und zur Unterstützung von Unternehmensstrategien zu nutzen.
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul erwerben die Studierenden grundlegende Kompetenzen zur Spezialisierung in den Schwerpunktmodulen zur Medienökonomie und zum Medienmanagement
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Hausarbeit, Klausur und Referat. Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> • LV3.1: Medienökonomie und -management I • LV3.2: Medienökonomie und -management II
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Seminar: Selbststudium von Fachliteratur (Inverted Classroom), Übungen mit digitalen Anwendungen (Tool-Training, Peer Learning), Expertenvorträge, Fallstudien
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Albarran, Alan B./Mierzejewska, Bozena I./Jung, Jaemin (Hrsg.): Handbook of media management and economics (2nd ed.). New York et al.: Routledge/Taylor & Francis, 2018 • Bartling, Hartwig/Luzius, Franz: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre: Einführung in die Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik (18. Aufl.). München: Vahlen, 2019 • Cunningham, Stuart/Flew, Terry/Swift, Adam: Media Economics. London: Palgrave, 2015 • Gläser, Martin: Medienmanagement (3. Aufl.). München: Vahlen, 2014 • Schumann, Matthias/Hess, Thomas/Hagenhoff, Svenja: Grundfragen der Medienwirtschaft. Eine betriebswirtschaftliche Einführung (5. Aufl.). Berlin: Springer, 2019 • Wöhe, Günter/Döring, Ulrich/ Brösel, Gerrit: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (26. Aufl.). München: Vahlen, 2016

Modul Modul 4: Data Visualization and Storytelling	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	1. und 2. Fachsemester / 2 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr.-Ing. Christoph Kinkeldey
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	12 LP 4 SWS (im Wintersemester) und 4 SWS (im Sommersemester)
Arbeitsaufwand (Workload)	360 Std. davon 136 Std. Präsenz- und 224 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	-
Lehrsprache	Englisch oder Deutsch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden können auf Grundlage von Daten mithilfe von aktuellen Softwaretools visuelle Narrative entwickeln, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • mithilfe von Methodenkompetenzen der Medieninformatik komplexe interaktive Anwendungen verstehen und entwerfen und • mit aktuellen Datenvisualisierungs- und Data Storytelling-Methoden zielgruppengerechte datenjournalistische Erzeugnisse zu erstellen, <p>um in redaktionellen Teams aus komplexen Daten datenjournalistische Projekte für digitale Medien zu entwickeln.</p>
Inhalte des Moduls	<p>LV4.1: Data Visualization and Storytelling I</p> <p>Die Studierenden können die Grundlagen der Medieninformatik als Ausprägung der angewandten Informatik, die sich auf Computersysteme im Dienst menschlicher Kommunikation konzentriert, nutzen, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der visuellen Wahrnehmung und der Mensch-Maschine-Interaktion kennen und • komplexe Interaktionsvorgänge zwischen Mensch und Maschine erfassen und beschreiben können, <p>um mithilfe von Methodenkompetenzen der Medieninformatik komplexe interaktive Anwendungen zu verstehen und zu entwerfen.</p> <p>LV4.2: Data Visualization and Storytelling II</p> <p>Die Studierenden können Datenbestände identifizieren, erschließen, auswerten, analysieren, strukturieren, interpretieren, aufbereiten und visualisieren, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • größere Datenmengen unter Anwendung der aktuell gängigen Verfahren der Datenanalyse aufarbeiten, sowie geeignete Verfahren der Datenvisualisierung auswählen, anpassen und einsetzen mit dem Ziel, Datenbestände zielgruppengerecht zu erschließen und durch Data Storytelling aufzubereiten, <p>um mit aktuellen Datenvisualisierungs- und Data Storytelling-Methoden zielgruppengerechte datenjournalistische Erzeugnisse zu erstellen.</p>

Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul erwerben die Studierenden grundlegende Kompetenzen zur Spezialisierung in den Schwerpunktmodulen zur Datenanalyse für digitale Medien.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Hausarbeit, Klausur und Referat. Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none">• LV4.1: Data Visualization and Storytelling I• LV4.2: Data Visualization and Storytelling II
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Seminar: Selbststudium von Fachliteratur (Inverted Classroom), Übungen mit digitalen Anwendungen (Tool-Training, Peer Learning), Expertenvorträge, Fallstudien
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Dix, Alan. <i>Human-computer interaction</i>. Pearson Education, 2003.• Kirk, Andy. <i>Data visualisation: A handbook for data driven design</i>. Sage, 2016.• Cairo, Alberto. <i>The truthful art: Data, charts, and maps for communication</i>. New Riders, 2016.• Munzner, Tamara. <i>Visualization analysis and design</i>. CRC press, 2014.

Modul Modul 5: International Trends in Communication Studies	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	1. und 2. Fachsemester / 2 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	N.N.
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	12 LP 4 SWS (im Wintersemester) und 4 SWS (im Sommersemester)
Arbeitsaufwand (Workload)	360 Std. davon 136 Std. Präsenz- und 224 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	-
Lehrsprache	Englisch oder Deutsch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden analysieren die globale Entwicklung vernetzter Öffentlichkeiten und ihre professionellen Herausforderungen, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • aktuelle internationale Trends der Medien- und Kommunikationsforschung verstehen, • und diese in Universaltheorien gesellschaftlicher Transformationsprozesse einordnen, <p>um grundlegende Normen, Strukturen, Inhalte, Kommunikatorinnen und Kommunikatoren sowie Publika, Medienwirkungen und Mediennutzung in der Netzwerkgesellschaft wissenschaftlich erschließen zu können.</p>
Inhalte des Moduls	<p>LV5.1: Communication Studies I</p> <p>Die Studierenden verfügen über Grundkenntnisse der Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forschungsthemen mit Relevanz für Medien und Kommunikation aus internationalen Fachzeitschriften kennen sowie ihre theoretische Bezüge und methodischen Zugänge erschließen, <p>um aktuelle internationale Trends der Medien- und Kommunikationsforschung zu verstehen,</p> <p>LV5.2: Communication Studies II</p> <p>Die Studierenden verfügen über vertiefte Grundkenntnisse der Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • normative, strukturelle und inhaltliche Veränderungen in den Anwendungsfeldern der Medien und Kommunikation systematisch analysieren, • und die Transformation der Publika unter den veränderten Rahmenbedingungen der Mediennutzung und Medienwirkungen in der Netzwerkgesellschaft verstehen, <p>um aktuelle Entwicklungen im Forschungsfeld der Medien und Kommunikation mit Hilfe von Universaltheorien in gesellschaftliche Transformationsprozesse einzuordnen.</p>

Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul erwerben die Studierenden grundlegende Kompetenzen zur Spezialisierung in den Schwerpunktmodulen zu internationalen Forschungstrends in der Kommunikationsforschung.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Klausur. Die Dauer einer Klausur beträgt mindestens 90, höchstens 240 Minuten.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none">• LV5.1: Communication Studies I• LV5.2: Communication Studies II
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Seminar: Selbststudium von Fachliteratur (Inverted Classroom), Übungen mit digitalen Anwendungen (Tool-Training, Peer Learning), Expertenvorträge, Fallstudien
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Becker, Jörg/Mansell, Robin (Hrsg.): Reflections on the International Association for Media and Communication Research: Many Voices, One Forum. Cham: Palgrave Macmillan, 2023• Bruhn Jensen, Klaus (Hrsg.): A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies. London: Routledge, 2021• The Journal of Communication• Communication Research (CR)• Social Media + Society

Modul Modul 6: Wahlpflichtmodul I	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	3. Fachsemester / 1 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Hardy Gundlach, Prof. Dr. Christoph Kinkeldey, N.N.
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	15 LP, 12 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	450 Std. davon 204 Std. Präsenz- und 246 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	Erfolgreicher Abschluss der Module M1 bis M5 (Grundlagenmodule)
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden können digitale Medien und Kommunikation verantwortungsbewusst und adressatengerecht gestalten, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • digitale Öffentlichkeiten vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis analysieren und reflektieren sowie die Erkenntnisse in einen Gestaltungsprozess für öffentliche Kommunikation überführen, oder auch • digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis konzipieren und produzieren, oder auch • digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Medienökonomie und dem Medienmanagement konzipieren und produzieren, oder auch • Datenvisualisierungstechniken für digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis einsetzen, oder auch, • die globale Entwicklung vernetzter Öffentlichkeiten und ihre professionellen Herausforderungen analysieren, <p>um einen methodisch vielschichtigen, spezialisierten Zugang zur Bewältigung von Praxisproblemen zu entwickeln.</p>
Inhalte des Moduls	<p>LV6.1: Wahlpflichtmodul Schwerpunkt I</p> <p>Die Studierenden wählen aus einem der nachfolgenden Spezialisierungsfelder als Schwerpunkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitale Öffentlichkeiten • Digitale Medienkonzeption und -produktion • Medienökonomie und -management • Data Visualization and Storytelling • International Trends in Communication Studies <p>Die Studierenden können Prozesse und Strukturen in der Medien- und Kommunikationswirtschaft implementieren und Digital-Produkte entwickeln und distribuieren, indem sie</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • neue Formate digitaler Medieninhalte sowie audiovisuelle und interaktive Darstellungsformen zur transmedialen Information konzipieren und realisieren und dabei die Wechselwirkung von Distributionskanälen, Formaten und Inhalten zugrunde legen, um innovative Gestaltungsformate im Rahmen o. g. Schwerpunkte zu etablieren und damit Zielgruppen überprüfbar zu erreichen. <p>Sie bearbeiten entweder in Einzelarbeit oder in Teams ein Projekt mit einem inhaltlichen Schwerpunkt aus den o. g. Bereichen der Gestaltung digitaler Medien und Kommunikation. Sie dokumentieren die Ergebnisse ihrer Projektarbeiten und präsentieren und begründen ihre zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags als Projektabschluss.</p> <p>Die zur Auswahl stehenden Wahlpflichtmodule werden den Studierenden rechtzeitig in den Veranstaltungsankündigungen des Departments bekannt gegeben.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul vertiefen die Studierenden gestalterische Innovationsfähigkeiten für ihr praktisches Bezugsfeld.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Projektleistung. Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> • LV6.1: Wahlpflichtmodul Schwerpunkt I
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Projektstudien im Sinne des forschenden Lernens. Im Rahmen eines oder mehrerer miteinander vernetzter Projekte erarbeiten die Studierenden innovative Ansätze der Gestaltung digitaler Medien und Kommunikation.
Literatur	Die Literatur ist abhängig vom thematischen Semesterschwerpunkt des Wahlpflichtmoduls zu Beginn des Semesters im EMIL-Raum bekannt gegeben.

Modul Modul 7: Wahlpflichtmodul II	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	3. Fachsemester / 1 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Andrea Claudia Hoffmann, Prof. Dr. Hanna Klimpe, Prof. Dr. Christian Stöcker
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	15 LP, 12 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	450 Std. davon 204 Std. Präsenz- und 246 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	Erfolgreicher Abschluss der Module M1 bis M5 (Grundlagenmodule)
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden können digitale Medien und Kommunikation verantwortungsbewusst und adressatengerecht gestalten, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis konzipieren und produzieren, oder auch • digitale Öffentlichkeiten vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis analysieren und reflektieren sowie die Erkenntnisse in einen Gestaltungsprozess für öffentliche Kommunikation überführen, oder auch • digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Medienökonomie und dem Medienmanagement konzipieren und produzieren, oder auch • Datenvisualisierungstechniken für digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis einsetzen, oder auch, • die globale Entwicklung vernetzter Öffentlichkeiten und ihre professionellen Herausforderungen analysieren, <p>um einen methodisch vielschichtigen, spezialisierten Zugang zur Bewältigung von Praxisproblemen zu entwickeln.</p>
Inhalte des Moduls	<p>LV7.1: Wahlpflichtmodul Schwerpunkt II</p> <p>Die Studierenden wählen aus einem der nachfolgenden Spezialisierungsfelder als Schwerpunkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitale Medienkonzeption und -produktion • Digitale Öffentlichkeiten • Medienökonomie und -management • Data Visualization and Storytelling • International Trends in Communication Studies <p>Die Studierenden können Prozesse und Strukturen in der Medien- und Kommunikationswirtschaft implementieren und Digital-Produkte entwickeln und distribuieren, indem sie</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • neue Formate digitaler Medieninhalte sowie audiovisuelle und interaktive Darstellungsformen zur transmedialen Information konzipieren und realisieren und dabei die Wechselwirkung von Distributionskanälen, Formaten und Inhalten zugrunde legen, um innovative Gestaltungsformate im Rahmen o. g. Schwerpunkte zu etablieren und damit Zielgruppen überprüfbar zu erreichen. <p>Sie bearbeiten entweder in Einzelarbeit oder in Teams ein Projekt mit einem inhaltlichen Schwerpunkt aus den o. g. Bereichen der Gestaltung digitaler Medien und Kommunikation. Sie dokumentieren die Ergebnisse ihrer Projektarbeiten und präsentieren und begründen ihre zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags als Projektabschluss.</p> <p>Die zur Auswahl stehenden Wahlpflichtmodule werden den Studierenden rechtzeitig in den Veranstaltungsankündigungen des Departments bekannt gegeben.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul vertiefen die Studierenden gestalterische Innovationsfähigkeiten für ihr praktisches Bezugsfeld.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Projektleistung. Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> • LV7.1: Wahlpflichtmodul Schwerpunkt II
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Projektstudien im Sinne des forschenden Lernens. Im Rahmen eines oder mehrerer miteinander vernetzter Projekte erarbeiten die Studierenden innovative Ansätze der Gestaltung digitaler Medien und Kommunikation.
Literatur	Die Literatur ist abhängig vom thematischen Semesterschwerpunkt des Wahlpflichtmoduls zu Beginn des Semesters im EMIL-Raum bekannt gegeben.

Modul Modul 8: Wahlpflichtmodul III	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Wahlpflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	5. Fachsemester / 1 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Steffen Burkhardt, Prof. Dr. Hannah Früh, Prof. Dr. Frederike Masemann
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	15 LP, 12 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	450 Std. davon 204 Std. Präsenz- und 246 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	Erfolgreicher Abschluss der Module M1 bis M5 (Grundlagenmodule)
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden können digitale Medien und Kommunikation verantwortungsbewusst und adressatengerecht gestalten, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis konzipieren und produzieren, oder auch • digitale Öffentlichkeiten vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis analysieren und reflektieren sowie die Erkenntnisse in einen Gestaltungsprozess für öffentliche Kommunikation überführen, oder auch • digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Medienökonomie und dem Medienmanagement konzipieren und produzieren, oder auch • Datenvisualisierungstechniken für digitale Medien vor dem Hintergrund eines komplexen Problems aus der Berufspraxis einsetzen, oder auch, • die globale Entwicklung vernetzter Öffentlichkeiten und ihre professionellen Herausforderungen analysieren, <p>um einen methodisch vielschichtigen, spezialisierten Zugang zur Bewältigung von Praxisproblemen zu entwickeln.</p>
Inhalte des Moduls	<p>LV8.1: Wahlpflichtmodul Schwerpunkt III</p> <p>Die Studierenden wählen aus einem der nachfolgenden Spezialisierungsfelder als Schwerpunkt:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digitale Medienkonzeption und -produktion • Digitale Öffentlichkeiten • Medienökonomie und -management • Data Visualization and Storytelling • International Trends in Communication Studies <p>Die Studierenden können Prozesse und Strukturen in der Medien- und Kommunikationswirtschaft implementieren und Digital-Produkte entwickeln und distribuieren, indem sie</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • neue Formate digitaler Medieninhalte sowie audiovisuelle und interaktive Darstellungsformen zur transmedialen Information konzipieren und realisieren und dabei die Wechselwirkung von Distributionskanälen, Formaten und Inhalten zugrunde legen, um innovative Gestaltungsformate im Rahmen o. g. Schwerpunkte zu etablieren und damit Zielgruppen überprüfbar zu erreichen. <p>Sie bearbeiten entweder in Einzelarbeit oder in Teams ein Projekt mit einem inhaltlichen Schwerpunkt aus den o. g. Bereichen der Gestaltung digitaler Medien und Kommunikation. Sie dokumentieren die Ergebnisse ihrer Projektarbeiten und präsentieren und begründen ihre zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags als Projektabschluss.</p> <p>Die zur Auswahl stehenden Wahlpflichtmodule werden den Studierenden rechtzeitig in den Veranstaltungsankündigungen des Departments bekannt gegeben.</p>
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul vertiefen die Studierenden gestalterische Innovationsfähigkeiten für ihr praktisches Bezugsfeld.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Projektleistung. Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> • LV8.1: Wahlpflichtmodul Schwerpunkt III
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Projektstudien im Sinne des forschenden Lernens. Im Rahmen eines oder mehrerer miteinander vernetzter Projekte erarbeiten die Studierenden innovative Ansätze der Gestaltung digitaler Medien und Kommunikation.
Literatur	Die Literatur ist abhängig vom thematischen Semesterschwerpunkt des Wahlpflichtmoduls zu Beginn des Semesters im EMIL-Raum bekannt gegeben.

Modul Modul 9: Wahlprojekt	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Wahlpflichtprojekt
Semester / Dauer / Turnus	4. Fachsemester / 1 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Andrea Claudia Hoffmann
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	30 LP, 2 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	900 Std. davon 34 Std. Präsenz- und 866 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	Erfolgreicher Abschluss der Module M1 bis M5 (Grundlagenmodule)
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden können verantwortungsbewusst und adressatengerecht in digitalen Medien kommunizieren, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • die eigenen Arbeits- und Betriebsabläufe im Berufsalltag der digitalen Medien und Kommunikation in einem Unternehmen oder einer Organisation planen und ihre erworbenen Qualifikationen zielführend einbringen, • ihr Innovationspotential in einer Praxisphase durch Spezialisierung ihrer Interessen identifizieren, <p>um ihre methodischen Kenntnisse und fachlichen wie sozialen Kompetenzen in zielbewusstes professionelles Handeln umzusetzen.</p>
Inhalte des Moduls	<p>LV9.1: Projektorganisation</p> <p>Die Studierenden können die in der Praxisphase gesammelten Erkenntnisse und Erfahrungen in Lageberichten und Arbeitsprotokollen reflektieren, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • schwierige Arbeitssituationen und Probleme in der betrieblichen Organisation und Kommunikation objektiv schildern und dafür Lösungen finden sowie vor dem Hintergrund der eigenen Beobachtungen und Erfahrungen Empfehlungen und gegebenenfalls Ratschläge für andere Praktikantinnen und Praktikanten und deren Probleme in den jeweiligen Praktikumsstellen ableiten, <p>um die eigenen Arbeits- und Betriebsabläufe im Berufsalltag der digitalen Medien und Kommunikation in einem Unternehmen oder einer Organisation zu planen und ihre erworbenen Qualifikationen zielführend einzubringen.</p> <p>LV9.2: Praxisphase</p> <p>In den Bachelorstudiengängen läuft die Praktikums- und Praxisphase über einen Zeitraum von mindestens 23 Wochen. Die Studierenden können das in der Praxis erworbene Wissen, die methodische Kenntnisse und soziale Kompetenzen in zielbewusstes berufliches Handeln umsetzen, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • komplexere, umfangreiche Arbeitsprojekte zeitlich, organisatorisch und materialbezogen effizient planen und bearbeiten sowie durch die Identifikation von Problemen zu neuen Erkenntnissen

	finden, die sie in ihrer Bachelorarbeit forschend vertiefen können, um Innovationspotential in einer Praxisphase durch die Spezialisierung ihrer Interessen zu identifizieren.
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul vertiefen die Studierenden ihre zentralen Fachkompetenzen in den Spezialisierungsfeldern und erwerben soziale Kompetenzen für die Berufspraxis.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Studienleistung. Übliche Prüfungsform: Fachliche Semesterarbeit mit abschließender Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse im Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer. Weitere mögliche Prüfungsform: Hausarbeit. Bei mehr als einer möglichen Prüfungsform im Modul wird die zu erbringende Prüfungsform von dem verantwortlichen Lehrenden zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> • LV9.1: Projektorganisation (2 SWS) • LV9.2: Praxisphase (ohne SWS)
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Praktikum (Praxisphase) und Übung (Inverted Classroom)
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Bloss, Michael: Mein Praktikum. Bewerben, einsteigen, aufsteigen. Stuttgart: uvk, 2016

Modul Modul 10: Forschung und Entwicklung	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	5. und 6. Fachsemester / 1 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Steffen Burkhardt, Prof. Dr. Hannah Früh
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	33 LP, 16 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	990 Std. davon 272 Std. Präsenz- und 718 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	Erfolgreicher Abschluss der Module M1 bis M5 (Grundlagenmodule)
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden können anwendungsorientierte Lösungen für medien- und kommunikationswissenschaftliche Probleme entwickeln, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forschungsprozesse planen und bewerten, theoretische Bezüge aufzeigen, die Möglichkeiten und Grenzen quantitativer und qualitativer Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung kennen sowie diese miteinander kombinieren, <p>um Phänomene im Bereich Kommunikation und Medien, ihrer Inhalte, Produktion und Rezeption, ihrer Nutzung und Wirkung aus einer wissenschaftlichen Perspektive zu analysieren und in Bezug auf zentrale Forschungsbefunde und Methoden der Kommunikations- und Medienwissenschaften sowie verwandter Fachdisziplinen einzuordnen.</p>
Inhalte des Moduls	<p>LV10.1 Medien- und Kommunikationsforschung</p> <p>Die Studierenden kennen den vollständigen Ablauf empirischer Medien- und Kommunikationsforschung, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • die Aufgaben für Forscherinnen und Forscher im Entdeckungszusammenhang, Bewertungszusammenhang und Verwertungszusammenhang einer Untersuchung ergebnisorientiert strukturieren, <p>um Forschungsprozesse zu planen und zu bewerten, theoretische Bezüge aufzuzeigen, die Möglichkeiten und Grenzen quantitativer und qualitativer Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung sowie verwandter Fachdisziplinen begründet einzusetzen sowie diese miteinander im Sinne der Aussagekraft zu kombinieren.</p> <p>LV10.2 Forschungskolloquium</p> <p>Die Studierenden können gesellschaftlich relevante Probleme in den Kontexten digitaler Medien und Kommunikation identifizieren, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • ihr Berufsfeld und die Gesellschaft reflektieren, Herausforderungen durch digitale Veränderungsprozesse antizipieren, theoretisch verorten und in ein Forschungskonzept überführen können, <p>um ein Problem unter Zuhilfenahme der Theorien und Methoden der Medien- und Kommunikationswissenschaften oder auch verwandter</p>

	Fachdisziplinen zu analysieren, zu strukturieren, lösungsorientiert zu bearbeiten und die gefundenen Lösungen nachvollziehbar darzustellen.
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul erwerben die Studierenden zentrale Kompetenzen zur Bearbeitung der Bachelorarbeit.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung. Übliche Prüfungsform: Klausur. Eine Klausur ist eine unter Aufsicht anzufertigende Arbeit, in der die Studierenden ohne Hilfsmittel oder unter Benutzung der zugelassenen Hilfsmittel die gestellten Aufgaben allein und selbstständig bearbeiten. Die Dauer einer Klausur beträgt mindestens 90, höchstens 240 Minuten.
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none"> • LV10.1: Medien- und Kommunikationsforschung (10 SWS) • LV10.2: Forschungskolloquium (6 SWS)
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Übung und Kolloquium: Selbststudium von Fachliteratur (Inverted Classroom), Darstellung und Vermittlung von wissenschaftlichen Grund- und Spezialkenntnissen und Methoden, Referate oder andere Eigenbeiträge der Studierenden, forschendes Lernen mit Vorträgen zu einzelnen Forschungsthemen und anschließenden Diskussionen
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> • Brosius, Hans-Bernd/Koschel, Friederike/Haas, Alexander: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Wiesbaden: Springer VS, 2016

Modul Modul 11: Bachelorarbeit	
Studiengang	BA Medien und Kommunikation (Media and Communication)
Art des Moduls	Pflichtmodul
Semester / Dauer / Turnus	6. Fachsemester / 1 Semester / jährlich
Modulverantwortliche/r	Prof. Dr. Steffen Burkhardt, Prof. Dr. Hannah Früh, Prof. Dr. Hardy Gundlach, Prof. Dr. Andrea Claudia Hoffmann, Prof. Dr. Christoph Kinkeldey, Prof. Dr. Hanna Klimpe, Prof. Dr. Frederike Masemann, N.N., Prof. Dr. Christian Stöcker
Leistungspunkte (LP)/ Semesterwochenstunden (SWS)	12 LP, 0 SWS
Arbeitsaufwand (Workload)	360 Std. davon 0 Std. Präsenz- und 360 Std. Selbststudium
Teilnahmevoraussetzung	Erfolgreicher Abschluss der Module M1 bis M10
Lehrsprache	Deutsch oder Englisch
Zu erwerbende Kompetenzen / Lernergebnisse	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Probleme digitaler Medien und Kommunikation selbstständig unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse zu bearbeiten und in ihre fächerübergreifenden Zusammenhänge einzuordnen, indem sie</p> <ul style="list-style-type: none"> • ihre bisherigen wissenschaftlichen Kenntnisse unter Zuhilfenahme der Theorien und Methoden der Medien- und Kommunikationswissenschaften oder auch verwandter Fachdisziplinen selbstgesteuert in allen Schritten eines Forschungsprozesses umsetzen, <p>um einen originären Beitrag zur Diskussion von Theorie und Praxis der digitalen Medien und Kommunikation zu leisten.</p>
Inhalte des Moduls	<p>LV11.1: Bachelorarbeit</p> <p>Die Themen der Bachelorarbeit werden von den Studierenden selbst in enger beratender Zusammenarbeit mit einem Betreuer bzw. einer Betreuerin entwickelt.</p> <p>Die Bachelorarbeit berücksichtigt die Standards wissenschaftlichen Arbeitens und umfasst mindestens folgende Elemente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einleitung (konkretes Problem und wissenschaftliche Fragestellung) • Forschungsstand (systematische und umfassende Darstellung relevanter theoretischer Bezüge, wesentlicher Forschungsergebnisse, Definition der zentralen Begriffe) • Hypothesen, Konzeption der Untersuchung (Wahl der Methode, Messung und Untersuchungsanlage) und Indikatoren • Darstellung der Ergebnisse der Datenerhebung • Diskussion und kritische Reflexion der Methodik und der Ergebnisse (mit Schlussfolgerung: Was ist der neue Stand der Forschung unter Berücksichtigung der Ergebnisse?) und Forschungsausblick (Anregung für weitere Studien) • Literaturverzeichnis
Verwendbarkeit des Moduls	Im Modul vertiefen die Studierenden zentrale Forschungskompetenzen.

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Prüfungsleistung, regelhafte Prüfungsform: Bachelorarbeit
Zugehörige Lehrveranstaltungen	<ul style="list-style-type: none">• LV11.1: Bachelorarbeit (keine SWS)
Lehr- und Lernformen / Methoden / Medienformen	Forschendes Lernen
Literatur	<ul style="list-style-type: none">• Brosius, Hans-Bernd/Koschel, Friederike/Haas, Alexander: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Wiesbaden: Springer VS, 2016 Weitere Literatur wird forschungsthemenbezogen von den Studierenden recherchiert.

Prüfungsformen

Entsprechend § 9 APSO-I des Departments Information, jeweils in der geltenden Fassung, werden die Prüfungsformen für das Modulhandbuch wie folgt definiert:

Klausur

Eine Klausur ist eine unter Aufsicht anzufertigende Arbeit, in der die Studierenden ohne Hilfsmittel oder unter Benutzung der zugelassenen Hilfsmittel die gestellten Aufgaben allein und selbstständig bearbeiten. Die Dauer einer Klausur beträgt mindestens 90, höchstens 240 Minuten. Wird eine Klausur als Online-Prüfung mittels Videoaufsicht gemäß § 9 d durchgeführt, versichert die*der Studierende bei der Abgabe schriftlich oder in elektronischer Form, dass sie*er die Leistung eigenständig, innerhalb der vorgesehenen Bearbeitungszeit und unter Nutzung keiner anderen als der angegebenen zugelassenen Hilfsmittel verfasst hat.“

Mündliche Prüfung

Eine mündliche Prüfung ist ein Prüfungsgespräch, in dem die Studierenden in freier Rede darlegen müssen, dass sie den Prüfungsstoff beherrschen. Sie dauert in der Regel zwischen 20 und 30 Minuten je Prüfling. Mündliche Prüfungen können als Einzelprüfung oder als Gruppenprüfung durchgeführt werden. Die Prüfung ist in Gegenwart einer Beisitzerin oder eines Beisitzers durchzuführen. Sie oder er muss zum Kreis der nach § 8 Absatz 1 Prüfungsberechtigten gehören. Die in der mündlichen Prüfung erbrachte Leistung wird nur von der verantwortlichen Prüferin oder dem verantwortlichen Prüfer bewertet und ggf. benotet. Die wesentlichen Gegenstände und Ergebnisse der mündlichen Prüfung sind in einem Protokoll festzuhalten. Es wird von der oder dem Prüfenden unterzeichnet und bleibt bei der Prüfungsakte. Bei mündlichen Prüfungen werden nach Maßgabe der vorhandenen Plätze Mitglieder der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg als Zuhörerinnen und Zuhörer zugelassen. Studierende, die sich der gleichen Prüfung in der nächsten Prüfungsperiode unterziehen wollen, sind zu bevorzugen. Die Zulassung erstreckt sich nicht auf die Beratung und Bekanntgabe der Prüfungsergebnisse. Auf Antrag der oder des Studierenden wird die Öffentlichkeit ausgeschlossen.

Referat

Ein Referat ist ein Vortrag von 15 bis 45 Minuten Dauer auf Grundlage einer selbst gefertigten schriftlichen Ausarbeitung. In der schriftlichen Ausarbeitung sind die wichtigsten Ergebnisse zusammenzufassen, im Vortrag sind diese in freier Rede darzustellen und in der anschließenden Diskussion zu vertreten.

Hausarbeit

Eine Hausarbeit ist eine unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse nicht unter Aufsicht anzufertigende Ausarbeitung, durch die die oder der Studierende die selbstständige Bearbeitung eines gestellten Themas nachweist. Sie kann nach Maßgabe der oder des Prüfenden eine ergänzende mündliche Überprüfung (Kolloquium) beinhalten, die der abschließenden Notenfindung dient. Die Bearbeitungszeit einer Hausarbeit beträgt höchstens sechs Wochen.

Fachliche Semesterarbeit

Eine fachliche Semesterarbeit besteht aus einer oder mehreren bewerteten Einzelarbeiten, die unter Aufsicht oder als häusliche Arbeit angefertigt werden. Eine abschließende Präsentation und Begründung der zentralen Ergebnisse kann mündlich im Rahmen eines Vortrags von zehn bis zwanzig Minuten Dauer erfolgen.

Laborübung

Eine Laborübung ist die Protokollierung und Auswertung von Versuchen und Versuchsergebnissen.

Projektleistung

Projektleistung haben die Studierenden nachzuweisen, dass sie in der Lage sind, fächerübergreifend und teamorientiert zu arbeiten und zu handeln. Sie besteht in einer kontinuierlichen aktiven Mitarbeit am

Projekt, bei der Konzeption und Erarbeitung von Projektergebnissen und in der Dokumentation des Projektverlaufs sowie in der Herstellung der Projektergebnisse. Die Dokumentation ist in der Regel am letzten Termin der projektbezogenen Lehrveranstaltung abzugeben, spätestens jedoch vier Wochen später.

Fallstudie

Die Fallstudie ist eine schriftliche Arbeit mit begründeter Lösung. In einer Fallstudie werden einzeln oder in Gruppen durch die Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse Praxisprobleme erfasst, analysiert und gelöst. Die Bearbeitung erfolgt veranstaltungsbegleitend.

Ergänzendes Prüfungsgespräch

Ein ergänzendes Prüfungsgespräch dient der Feststellung, ob es sich bei der erbrachten Leistung um eine eigenständig erarbeitete Leistung handelt. In dem ergänzendes Prüfungsgespräch legen die Studierenden in freier Rede dar, dass sie den Prüfungsstoff beherrschen. Die Dauer des ergänzenden Prüfungsgesprächs beträgt mindestens 15 und höchstens 45 Minuten für jede zu prüfende Person. Die näheren Einzelheiten ergeben sich aus der Definition der Prüfungsform „Mündliche Prüfung“.