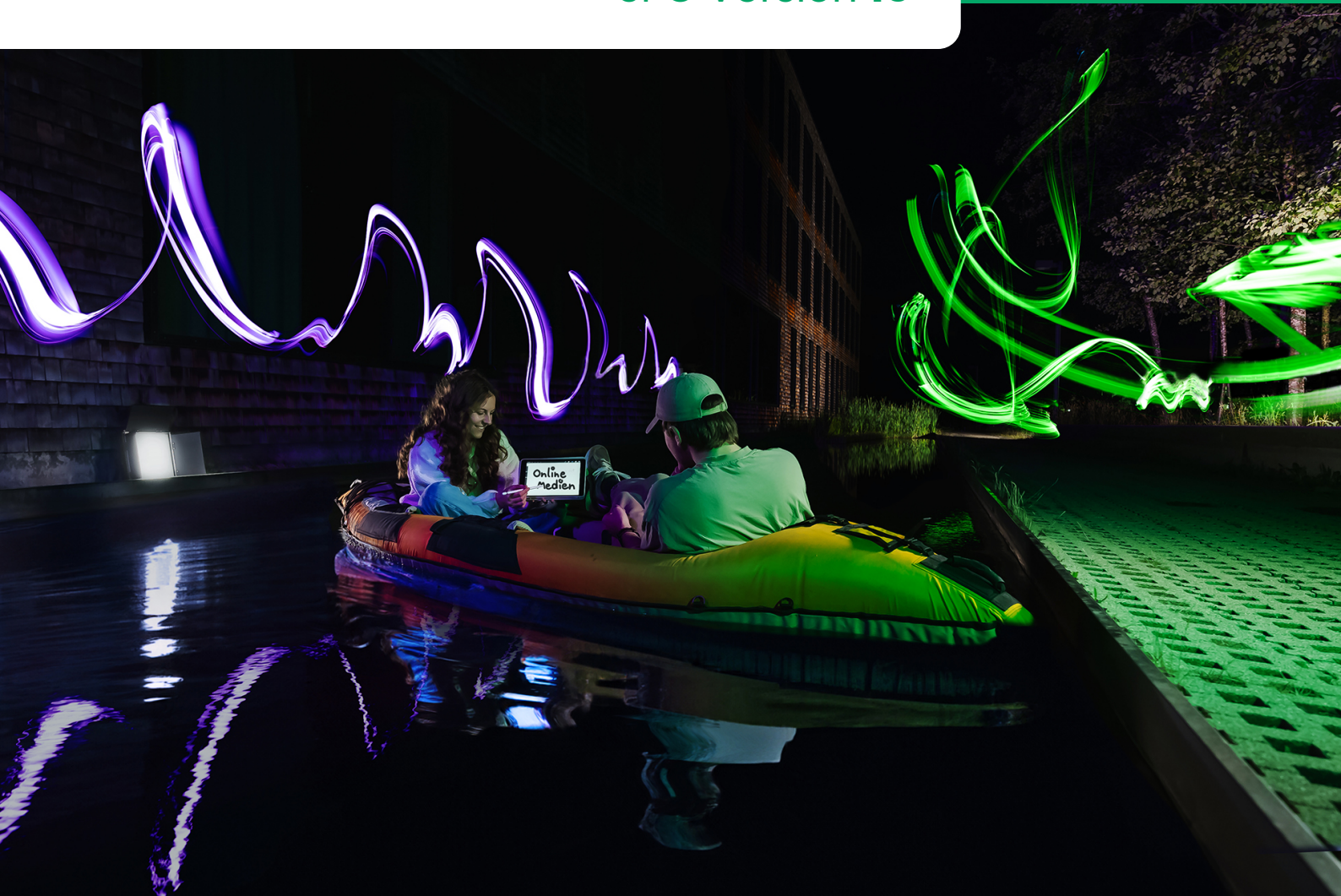


Modulhandbuch

OnlineMedien B.Sc.

SPO Version **15**



Studiendekan – Prof. Dr. Gotthard Pietsch

Fakultät Digitale Medien

Robert-Gerwig-Platz 1 – 78120 Furtwangen

§ 44 Bachelorstudiengang OnlineMedien

- (1) Der Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss erforderlichen Lehrveranstaltungen im Pflicht- und Wahlpflichtbereich einschließlich des Praktischen Studiensemesters beträgt 210 Leistungspunkte. Die Regelstudienzeit beträgt 7 Lehrplansemester.
- (2) Das vierte Lehrplansemester ist Praktisches Studiensemester. Zu beachten sind die entsprechenden Informationen auf dem Merkblatt und dem Antragsformular des Studiengangs OnlineMedien über das Praktische Studiensemester.
- (3) Das Projektstudium kann nicht vorgezogen werden.
- (4) Der Wahlpflichtbereich dient zur selbstverantwortlichen Vertiefung und Erweiterung der Studieninhalte. Für den Wahlpflichtbereich (Wahlpflichtmodule 1 bis 6) gelten folgende übergreifende Regelungen:
 - a) Im Hauptstudium sind insgesamt 6 Wahlpflichtmodule zu erbringen, welche die Themen des OM-Studiums gezielt vertiefen. Die Fakultät Digitale Medien bietet regelmäßig vertiefende Wahlpflichtmodule und Einzelveranstaltungen an (siehe Modulhandbuch und WPM-Angebot).
 - b) Wahlpflichtveranstaltungen können von den Studierenden im Hauptstudium belegt werden. Die Lehrplansemesterzuordnung ist eine Empfehlung der Fakultät Digitale Medien im Hinblick auf den studentischen Workload.
 - c) Lehrveranstaltungsangebote außerhalb der Fakultät Digitale Medien können ebenfalls angerechnet werden, sofern diese nach der Empfehlung einer Lehrperson vom/von der Studiendekan*in zugelassen werden.
 - d) Jedes Wahlpflichtmodul muss einen Umfang von 6 Leistungspunkten haben. Mindestens die Hälfte der Leistungspunkte ist als Prüfungsleistung zu erbringen.
 - e) Zum Ende des Studiums können Studierende maximal zwei Wahlpflichtmodule aus bis dahin absolvierten Einzelveranstaltungen selbst zusammenstellen. Auch für diese sogenannten heterogenen Module gelten die hier genannten Regelungen.
- (5) Bezüglich der Regelungen für Auslandsstudiensemester wird auf § 3a im Allgemeinen Teil der SPO verwiesen. Über die Anerkennung der im Ausland erbrachten Leistungen entscheidet der Fakultätsprüfungsausschuss, vertreten durch den Studiendekan des Studiengangs, auf Vorschlag des Auslandsbeauftragten der Fakultät.

(6) Die für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen im Grundstudium und Hauptstudium ergeben sich aus Tabelle 2 und Tabelle 3 (Tabelle 1 zeigt eine Übersicht zur Modulstruktur).

Tabelle 1: Modulstruktur

Modul / Semester	1	2	3	4	5
7	Thesis			Wahlpflichtmodul 5	Wahlpflichtmodul 6
6	Projektstudium		Wahlpflichtmodul 2	Wahlpflichtmodul 3	Wahlpflichtmodul 4 / Fremdsprachenmodul
5			Digitale Transformation und digitaler Wandel	Online-Produktmanagement und Online-Marketing	Wahlpflichtmodul 1
4	Praktisches Studiensemester				
3	Medienmanagement und E-Business	Grundlagen der quantitativen Analyse von Digitalmarktdaten	Netzwerktechnologien und Anwendungen	Responsive Design	Streaming-Anwendungen
2	Markenkommunikation und Computergrafik	Medienwirtschaft	Webentwicklung	User Experience Design	Audio-Visuelles Design
1	MINT-Grundlagen	Grundlagen der Medienbetriebslehre	Grundlagen der Programmierung	Grundlagen Mediengestaltung	Medientechnik

Tabelle 2: OnlineMedien B.Sc. (1-2 Grundstudium Lehrplansemester)

Modul	Lehrveranstaltung	Art	Umfang (SWS)	Prüfungsleistung	Studienleistung	Leistungspunkte
1. Lehrplansemester						30
MINT-Grundlagen (6 LP)						
	Mathematik in Medien und Informatik	V	2			
	Physik in Medien und Informatik	S	1		1sbPN	1
	MINT-Praktikum	P	1		1sbA	1
	Modulprüfung MINT-Grundlagen	Pr		1K		4

Modul	Lehrveranstaltung	Art	Umfang (SWS)	Prüfungsleistung	Studienleistung	Leistungspunkte
Grundlagen der Medienbetriebslehre (6 LP)						
	Der Medienbetrieb und seine Rahmenbedingungen	V	2			
	Grundlagen des Managements von Medienunternehmen	V	2			
	Modulprüfung Grundlagen der Medienbetriebslehre	Pr		1K		6
Grundlagen der Programmierung (6 LP)						
	Grundlagen der Programmierung, Vorlesung	V	2			
	Grundlagen der Programmierung, Praktikum	P	2		1sbA	3
	Modulprüfung Grundlagen der Programmierung	Pr		1K		3
Grundlagen Mediengestaltung (6 LP)						
	Grundlagen Mediengestaltung, Vorlesung	V	2			
	Visuelle Kommunikation	P	2		1sbA	2
	Medienpsychologie	V	2			
	Modulprüfung Grundlagen Mediengestaltung	Pr		1K		4

Modul	Lehrveranstaltung	Art	Umfang (SWS)	Prüfungs- leistung	Studien- leistung	Leistungs- punkte
Medientechnik (6 LP)						
	Audiotechnik	V	2			
	Medientechnik, Praktikum	P	2		IsbA	2
	Videotechnik	V	2			
	Modulprüfung Medientechnik	Pr		1K (120min)		4
2. Lehrplansemester						30
Markenkommunikation und Computergrafik (6 LP)						
	Markenführung und -kommunikation	V	2	1K		3
	Computergrafik (OMB), Vorlesung	V	1	IsbA		1
	Computergrafik (OMB), Praktikum	P	2	IsbA		2
Medienwirtschaft (6 LP)						
	Marketing	V	2			
	Medienökonomie	V	2			
	Modulprüfung Medienwirtschaft	Pr		1K		6
Webentwicklung (6 LP)						
	Webentwicklung, Vorlesung	V	2			
	Webentwicklung, Praktikum	P	2		IsbA	3
	Modulprüfung Webentwicklung	Pr		1K		3
User Experience Design (6 LP)						
	User Experience Design, Seminar	S	2			
	User Experience Design, Lab	P	2			
	Modulprüfung User Experience Design	Pr		IsbA		6

Modul	Lehrveranstaltung	Art	Umfang (SWS)	Prüfungsleistung	Studienleistung	Leistungspunkte
Audio-Visuelles Design (6 LP)						
	Sounddesign	S	2	1sbA		2
	Visuelles Design	S	2	1sbA		2
	Praktikum Audio-Visuelles Design	P	2	1sbA		2
Gesamt						60

Tabelle 3: OnlineMedien B.Sc. (3-7 Hauptstudium Lehrplansemester)

Modul	Lehrveranstaltung	Art	Umfang (SWS)	Prüfungsleistung	Studienleistung	Leistungspunkte
3. Lehrplansemester						30
Medienmanagement und E-Business (6 LP)						
	E-Business	B	3			
	Medien- und Kommunikationswirtschaft	V	3			
	Modulprüfung Medienmanagement und E-Business	Pr		1K		6
Grundlagen der quantitativen Analyse von Digitalmarktdaten (6 LP)						
	Elemente der Angewandten Statistik	V	2			
	Praktikum zur Angewandten Statistik	P	2		1sbA	1
	Fallstudien zur Datenanalyse	S	1		1sbPN	1
	Modulprüfung Grundlagen der quantitativen Analyse von Digitalmarktdaten	Pr		1KO		4

Modul	Lehrveranstaltung	Art	Umfang (SWS)	Prüfungsleistung	Studienleistung	Leistungspunkte
Netzwerktechnologien und Anwendungen (6 LP)						
	Netzwerktechnologien und Anwendungen, Vorlesung	V	2			
	Netzwerktechnologien und Anwendungen, Praktikum	P	2		IsbA	3
	Modulprüfung Grundlagen der quantitativen Analyse von Digitalmarktdaten	Pr		IK		3
Responsive Design (6 LP)						
	Responsive Design, Seminar	S	2	IsbR		2
	Responsive Design, Lab	P	2	IsbA		4
Streaming-Anwendungen (6 LP)						
	Streaming-Anwendungen, Vorlesung	VL	2			
	Streaming-Anwendungen, Praktikum	P	2		IsbA	3
	Modulprüfung Streaming-Anwendungen	Pr		IK		3
4. Lehrplansemester						30
Praktisches Studiensemester (30 LP)						
	Praktisches Studiensemester				IsbB	28
	Seminar Praktisches Studiensemester	S	2		IR	2

Modul	Lehrveranstaltung	Art	Umfang (SWS)	Prüfungsleistung	Studienleistung	Leistungspunkte
5. Lehrplansemester						30
Projektstudium (Teil 1) (12 von 24 LP) (12 LP)						
	Projekt (Teil 1) ⁽²⁾	Pj	2	1A		9
	Projektmanagement und Soft Skills	B	2		1sbA	2
	Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben	S	1		1sbA	1
Digitale Transformation und digitaler Wandel (6 LP)						
	Digitale Transformation und digitaler Wandel I	B	2			
	Digitale Transformation und digitaler Wandel II	B	2		1sbR	1
	Modulprüfung Digitale Transformation und digitaler Wandel	Pr		1K		5
Online-Produktmanagement und Online-Marketing (6 LP)						
	Online-Produktmanagement	B	2	1K		3
	Online-Marketing	S	2	1H		3
Wahlpflichtmodul 1 (6 LP)						
	Wahlpflichtmodul 1, siehe (4)			PL	SL	6
6. Lehrplansemester						30
Projektstudium (Teil 2) (12 von 24 LP) (12 LP)⁽¹⁾						
	Projekt (Teil 2) ²⁽²⁾	Pj	2	1A (90%), 1sbPN (10%)		12
Wahlpflichtmodul 2 (6 LP)						
	Wahlpflichtmodul 2, siehe (4)			PL	SL	6

Modul	Lehrveranstaltung	Art	Umfang (SWS)	Prüfungs- leistung	Studien- leistung	Leistungs- punkte
Wahlpflichtmodul 3 (6 LP)						
	Wahlpflichtmodul 3, siehe (4)			PL	SL	6
Wahlpflichtmodul 4 / Fremdsprachenmodul (6 LP)⁽²⁾						
	Fremdsprache 1 ⁽³⁾	S	2	IsbA (50%), IK (50%)		3
	Fremdsprache 2 ⁽³⁾	S	2	IsbA (50%), IK (50%)		3
7. Lehrplansemester						30
Thesis (18 LP)						
	Bachelorarbeit			IT		12
	Thesis Seminar	S	2		IPN	6
Wahlpflichtmodul 5 (6 LP)						
	Wahlpflichtmodul 5, siehe (4)			PL	SL	6
Wahlpflichtmodul 6 (6 LP)						
	Wahlpflichtmodul 6, siehe (4)			PL	SL	6
Gesamt						150

⁽¹⁾ Projekt (Teil 2): Die gesamte Prüfungsleistung ist nur bestanden, wenn alle Teil-Prüfungsleistungen mit mindestens "ausreichend" (4,0) bewertet werden. Im Fall des Nichtbestehens sind alle Teil-Prüfungsleistungen zu wiederholen.

⁽²⁾ Ab 4 Wochen nach dem Start der Vorlesungszeit ist ein Rücktritt von der Prüfung nicht mehr möglich.

⁽³⁾ Die gesamte Prüfungsleistung ist nur bestanden, wenn alle Teil-Prüfungsleistungen mit mindestens "ausreichend" (4,0) bewertet werden. Im Fall des Nichtbestehens müssen und dürfen nur die nichtbestandenen Teil-Prüfungsleistungen wiederholt werden.

Grundlagen der Medienbetriebslehre

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2815	180 h	6	1	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Der Medienbetrieb und seine Rahmenbedingungen	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	105
b) Grundlagen des Managements von Medienunternehmen	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	105

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ das Mikro- und Makro-Umfeld von Medienbetrieben, und wie sie diese beeinflussen, benennen sowie den Stellenwert der Medienbranche in der Volkswirtschaft und Gesellschaft skizzieren.
- ◆ erklären, wie Medienunternehmen aus betriebswirtschaftlicher Sicht grundlegend funktionieren sowie die relevanten regulatorischen Bedingungen für das Medienmanagement kennen.

Verstehen

- ◆ verstehen, wie sich Medienbetrieb unterschiedlicher Art finanzieren sowie verstehen, welche Rechtsformen Medienbetriebe haben können.
- ◆ verstehen, welche strategischen und operativen Entscheidungen Medienunternehmen treffen müssen sowie welche Managementinstrumente Medienunternehmen benutzen (können).

Anwenden

- ◆ darlegen, in welchem volkswirtschaftlichen, politischen und regulatorischen Bezugsrahmen Medienbetriebe agieren.
- ◆ benennen, wie einzelne Medienbetriebe ihren Markt bzw. ihre Branche definieren und wie sie dies in ihren Aktivitäten beeinflusst.

Analyse

- ◆ analysieren, wie Angebot und Nachfrage von Mediengütern zusammenspielen und wie dies von Medienbetrieben koordiniert wird sowie Investitionsentscheidungen in Medienbetrieben analysieren.
- ◆ analysieren, wie Medienunternehmen organisiert sind sowie welche Auswirkungen regulatorische Bedingungen auf Entscheidungen im Medienmanagement haben.

Synthesis

- ◆ allgemeine personalpolitische Maßnahmen auf Medienbetriebe übertragen.

Evaluation

- ◆ steuerliche Konsequenzen medienbetrieblicher Entscheidungen grob bewerten.
- ◆ medienbetriebliche Entscheidungen aus Sicht des Controllings bewerten.

► Inhalt

a) Der Medienbetrieb und seine Rahmenbedingungen

- ◆ Politische und rechtliche Rahmenbedingungen
- ◆ Ökonomische und soziokulturelle Rahmenbedingungen (Steuern, rechtliche Medienregulierung (Staatsverträge, Urheberrecht, Pressegesetze, Jugendschutz, Wettbewerbsrecht, EU-Gesetzgebung)
- ◆ Finanzierung und Erlösgestaltung des Medienbetriebs
- ◆ Steuern und Investition im Medienbetrieb
- ◆ Menschliches Entscheidungsverhalten als Ausgangspunkt für Markttransaktionen mit dem Rezipienten
- ◆ Rechtsformen von Medienorganisationen
- ◆ Die Medienbranche in der Volkswirtschaft
- ◆ Markttransaktion und -koordination – Anbieter und Nachfrager von Mediengütern

b) Grundlagen des Managements von Medienunternehmen

- ◆ Strategische und Operative Entscheidungen im Medienmanagement
- ◆ Funktionen des Medienmanagements
- ◆ Führungskonzepte
- ◆ Planung
- ◆ Organisation
- ◆ Personal
- ◆ Kontrolle und Controlling in Medienunternehmen
- ◆ Markt- und Branchenabgrenzung in Medienunternehmen
- ◆ Instrumente des Medienmanagements

► Lehrformen

a) Der Medienbetrieb und seine Rahmenbedingungen

- ◆ Vorlesung und Übung

b) Grundlagen des Managements von Medienunternehmen

- ◆ Vorlesung und Übung (Case Studies)

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Der Medienbetrieb und seine Rahmenbedingungen

- ◆ Keine

b) Grundlagen des Managements von Medienunternehmen

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Der Medienbetrieb und seine Rahmenbedingungen

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K)

Prüfungsleistung

6 LP

b) Grundlagen des Managements von Medienunternehmen

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K)

Prüfungsleistung

Siehe
Veranstaltung
a)

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 16)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte:

- ◆ Prof. Dr. Jasmin Baumann

Hauptamtlich Lehrend:

a) Der Medienbetrieb und seine Rahmenbedingungen

- ◆ Prof. Dr. Alexander Maier

b) Grundlagen des Managements von Medienunternehmen

- ◆ Prof. Dr. Alexander Maier

► Literatur

a) Der Medienbetrieb und seine Rahmenbedingungen

- ◆ Dreiskämper, T.: Grundfragen der Medienbetriebslehre, DeGruyter, 2018, ISBN: 978-3110519556
- ◆ Zydorek, C.: Einführung in die Medienwirtschaftslehre, 3. Aufl., SpringerGabler Verlag, 2023, ISBN: 978-3658400880

b) Grundlagen des Managements von Medienunternehmen

- ◆ Gläser, M.: Medienmanagement, 4.Aufl., Vahlen Verlag, 2021, ISBN: 978-3800658930
- ◆ Wirtz, B.W.(2023) Medien- und Internetmanagement. 6. Aufl. Wiesbaden: SringerGabler

Grundlagen der Mediengestaltung

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2818	180 h	6	1	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Grundlagen Mediengestaltung, Vorlesung	Deutsch	2 SWS / 22.5h	37.5h	120
b) Visuelle Kommunikation	Deutsch	2 SWS / 22.5h	37.5h	25
c) Medienpsychologie	Deutsch	2 SWS / 22.5h	37.5h	120

► Lernergebnisse:

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ die Grundlagen gestalterischer Fragestellungen beurteilen.
- ◆ Theorien zur Medienrezeption benennen.

Verstehen

- ◆ kreative Prozesse verstehen und selber erste Gestaltarbeiten anfertigen.
- ◆ verstehen, wo wir als Rezipienten und als Produzenten auf wissenschaftliche Erkenntnisse aufbauen können.

Anwenden

- ◆ erste Konzeptionen entwickeln und mit den Augen eines Gestalters Kreativarbeit beurteilen.
- ◆ medienpsychologische Theorien anwenden.

Analyse

- ◆ Gestaltungsparameter untersuchen und Produktionsprozesse darstellen.
- ◆ medienpsychologische Prozesse analysieren.

► Inhalt

a) Grundlagen Mediengestaltung, Vorlesung

- ◆ Gestalterisches – Sehen
- ◆ Kreativität
- ◆ Visuelle Kommunikation
- ◆ Kompositionslehre, Bildaufbau, Visualisierung
- ◆ Flächenmaß / Gestaltwahrnehmung
- ◆ Bilder, Zeichen und Symbole
- ◆ Bild-Kommunikation
- ◆ Konzeption
- ◆ Farbe, Typografie
- ◆ Bewertung von Gestaltung

b) Visuelle Kommunikation

- ◆ Alle Inhalte der Vorlesungen werden praktisch geübt
- ◆ Für jede Vorlesung gibt es eine Übung

c) Medienpsychologie

- ◆ Mediennutzung
- ◆ Mediennutzungstheorien
- ◆ Geschichte der Medienpsychologie
- ◆ Lernen mit Medien
- ◆ Kommunikationsmodelle
- ◆ Massenkommunikationsmodelle
- ◆ Medienwirkung
- ◆ Informationsverarbeitung
- ◆ Instrumente der empirischen Medienpsychologie

► Lehrformen

a) Grundlagen Mediengestaltung, Vorlesung

- ◆ Vorlesung

b) Visuelle Kommunikation

- ◆ Übung

c) Medienpsychologie

- ◆ Vorlesung

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Grundlagen Mediengestaltung, Vorlesung

- ◆ Keine

b) Visuelle Kommunikation

- ◆ Keine

c) Medienpsychologie

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Grundlagen Mediengestaltung, Vorlesung

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K)

Prüfungsleistung 3 LP

b) Visuelle Kommunikation

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K)

Prüfungsleistung Siehe
Veranstaltung
a)

- ◆ Semesterbegleitende praktische Arbeit (sbA)

Studienleistung 2 LP

c) Medienpsychologie

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K)

Prüfungsleistung

Siehe
Veranstaltung
a)

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Christian Fries

Hauptamtlich Lehrend:

a) Grundlagen Mediengestaltung, Vorlesung

- ◆ Prof. Christian Fries

b) Visuelle Kommunikation

- ◆ Christoph Eberle

c) Medienpsychologie

- ◆ Prof. Dr. Ullrich Dittler

► Literatur

a) Grundlagen Mediengestaltung, Vorlesung

- ◆ Fries, C.: Grundlagen der Mediengestaltung, 6. Auflage, Leipzig/München, 2021
- ◆ Arnheim, R.: Die Macht der Mitte, Köln, 1994
- ◆ Kandinsky, W.: Punkt und Linie zu Fläche, Bern, 1955

b) Visuelle Kommunikation

- ◆ Fries, C.: Grundlagen der Mediengestaltung, 6. Auflage, Leipzig/München, 2021
- ◆ Arnheim, R.: Die Macht der Mitte, Köln, 1994
- ◆ Kandinsky, W.: Punkt und Linie zu Fläche, Bern, 1955

c) Medienpsychologie

- ◆ Batinic, B. & Appel, M. (Hrsg.). (2008). Medienpsychologie . Heidelberg: Springer.
- ◆ Trepte, S.; Reinecke, L. & Schäwel, J. (2021). Medienpsychologie. Stuttgart: Kohlhammer.
- ◆ Krämer, N.C.; Schwan, S.; Unz, D. & Suckfüll, M. (Hrsg.) (2016). Medienpsychologie: Schlüsselbegriffe und Konzepte. Stuttgart: Kohlhammer.
- ◆ Wulf, T.; Naderer, B. & Rieger, D. (2023). Baden-Baden: Nomos.
- ◆ Dittler, U.; Hoyer, M.: Social Networks. Die Revolution der Kommunikation, 2014

Grundlagen der Programmierung (OMB)

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2816	180 h	6	1	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Grundlagen der Programmierung, Vorlesung (OMB)	Deutsch / Englisch	2 SWS / 22.5h	35h	35
b) Grundlagen der Programmierung, Praktikum (OMB)	Deutsch / Englisch	2 SWS / 22.5h	100h	18

► Lernergebnisse:

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ die Sprachelemente einer imperativen, objektorientierten Programmiersprache benennen.

Verstehen

- ◆ Programmstrukturen erklären.

Anwenden

- ◆ mit einer integrierten Entwicklungsumgebung arbeiten.

Analyse

- ◆ den Ablauf bestehender Programme beschreiben.

Synthesis

- ◆ einfache Programme selbst planen und schreiben.

Evaluation

- ◆ unterschiedliche Programme in Bezug auf ihren Lösungsansatz miteinander vergleichen.

► Inhalt

a) Grundlagen der Programmierung, Vorlesung (OMB)

- ◆ Grundbegriffe der Programmierung
- ◆ Variablen, Ausdrücke, Zuweisungen, Datentypen
- ◆ elementare Ein- und Ausgabeoperationen
- ◆ Kontrollstrukturen
- ◆ Funktionen und Funktionsaufrufe
- ◆ Datenstrukturen
- ◆ Objektorientierung
- ◆ Verwendung vordefinierter Klassen

b) Grundlagen der Programmierung, Praktikum (OMB)

- ◆ Alle Inhalte der Veranstaltung werden praktisch geübt und angewendet

► Lehrformen

a) Grundlagen der Programmierung, Vorlesung (OMB)

- ◆ Vorlesung

b) Grundlagen der Programmierung, Praktikum (OMB)

- ◆ Praktikum

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Grundlagen der Programmierung, Vorlesung (OMB)

- ◆ Keine

b) Grundlagen der Programmierung, Praktikum (OMB)

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Grundlagen der Programmierung, Vorlesung (OMB)

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur *Prüfungsleistung* 3 LP

b) Grundlagen der Programmierung, Praktikum (OMB)

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur *Prüfungsleistung* Siehe Veranstaltung a)
- ◆ Semesterbegleitende Praktische Arbeit (sbA) *Studienleistung* 3 LP

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte:

- ◆ Prof. Dr. Stephanie Heintz

Hauptamtlich Lehrend:

a) Grundlagen der Programmierung, Vorlesung (OMB)

- ◆ Prof. Dr. Stephanie Heintz
- ◆ Prof. Dr. Dirk Eisenbiegler

b) Grundlagen der Programmierung, Praktikum (OMB)

- ◆ Prof. Dr. Dirk Eisenbiegler
- ◆ Prof. Dr. Stephanie Heintz

► Literatur

a) Grundlagen der Programmierung, Vorlesung (OMB)

- ◆ Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

b) Grundlagen der Programmierung, Praktikum (OMB)

- ◆ Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben.

Medientechnik (OMB)

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-11-2693	180 h	6	1	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Audiotechnik	Deutsch	2 SWS / 22.5h	37.5h	36
b) Medientechnik, Praktikum (OMB)	Deutsch	2 SWS / 22.5h	37.5h	16
c) Videotechnik (OMB)	Deutsch	2 SWS / 22.5h	37.5h	36

► Lernergebnisse:

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ die AV-technischen Voraussetzungen der Internet-orientierten Medienproduktion kennen und beherrschen.

Verstehen

- ◆ die physikalischen AV-Grundlagen in Internet-basierten Medienanwendungen in Beziehung setzen.

Anwenden

- ◆ die erworbenen theoretischen und technischen Kenntnisse auf konkrete Online-Medienanwendungen übertragen.

Analyse

- ◆ typische Aufgabenstellungen in onlinebasierten Medienproduktionen erkennen und analysieren sowie deren Durchführung planen.

Synthesis

- ◆ einfache AV-Produktionen für den Streaming-Einsatz durchführen.

Evaluation

- ◆ etwaige Fehler im streamingbasierten AV-Produktionsprozess erkennen und korrigieren.
- ◆ sicher mit AV-Produktionsequipment umgehen.

► Inhalt

a) Audiotechnik

- ◆ Physikalische Grundlagen, Akustik
- ◆ Auditive Wahrnehmung
- ◆ Phase, Frequenzgang, Pegelrechnung
- ◆ Dynamische und Kondensatormikrofone Richtcharakteristiken, Bauformen
- ◆ Lokalisation, Stereomikrofonierung, Binauralisierung
- ◆ Verbindungen, symmetrische Spannungsführung
- ◆ Aufbau Digitale Audio Workstation, Audiointerfaces, Mischpult
- ◆ Klanggestaltung durch Equalizer, Kompressor und Effekte
- ◆ Digitalisierung eines Audiosignales, Pulse Code Modulation, Abtasttheorem, Samplerate, Quantisierung, Dithering
- ◆ Datenreduktion, Verdeckung, Dateiformate

b) Medientechnik, Praktikum (OMB)

- ◆ Sicherheitsunterweisung, Studioaufbau
- ◆ Kameratraining
- ◆ Kameramessungen, Lichtempfindlichkeit, Auflösung
- ◆ Lichtsetzen in der Videoproduktion, im Studio
- ◆ Beleuchtungsmessung
- ◆ Mikrofone, Aufnahmeequipment, Audioaufzeichnung
- ◆ Messtechnische Erfassung des erzeugten Programmsignals
- ◆ Praktische Prüfung: Beleuchtung und A/V-Aufnahme einer typ. Online-Moderationssituation (z.B. Influencer, YouTube-Channel, etc.)

c) Videotechnik (OMB)

- ◆ Medien, Multimedia und Medientechnik
- ◆ Bedeutung einer Medienproduktion
- ◆ Licht und Scheinwerfer
- ◆ Bildaufnahme, -erzeugung und -übertragung
- ◆ Objektive, Objektivelemente und -KenngroÙe
- ◆ Das Bildübertragungssystem und das Videosignal
- ◆ Messtechnische Erfassung eines Videosignals
- ◆ Videokomponenten Signale
- ◆ Von Analog nach Digital Video (gemeinsam mit Veranstaltung Audiotechnik)

► Lehrformen

a) Audiotechnik

- ◆ Vorlesung

b) Medientechnik, Praktikum (OMB)

- ◆ Praktische Übungen/Labor, Gruppenarbeit/Lernteamcoaching

c) Videotechnik (OMB)

- ◆ Vorlesung

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Audiotechnik

- ◆ Keine

b) Medientechnik, Praktikum (OMB)

- ◆ Keine

c) Videotechnik (OMB)

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Audiotechnik

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K) *Prüfungsleistung* 4 LP

b) Medientechnik, Praktikum (OMB)

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K) *Prüfungsleistung* Siehe Veranstaltung a)
- ◆ Semesterbegleitende praktische Arbeit (sbA) *Studienleistung* 2 LP

c) Videotechnik (OMB)

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K) *Prüfungsleistung* Siehe Veranstaltung a)

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 14)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Dr. Miguel Garcia

Hauptamtlich Lehrend:

a) Audiotechnik

- ◆ Prof. Matthias Reusch

b) Medientechnik, Praktikum (OMB)

- ◆ N.N.

c) Videotechnik (OMB)

- ◆ N.N.

► Literatur

a) Audiotechnik

- ◆ Dickreiter e.a. Handbuch der Tonstudioteknik, Bd 1+2, 8.Auflage München 2013, ISBN 9783598113208
- ◆ Görne, Thomas, Tontechnik, Carl Hanser Fachbuch, München, 4.Auflage 2014, ISBN 978-3-446-43964-1
- ◆ Gerhard Bore, Mikrophone, Arbeitsweise und Ausführungsbeispiele, Georg Neumann GmbH Berlin, 4. Auflage 1999
- ◆ Watkinson, John, The art of digital audio, Focal Press, 2004, ISBN 9780240522777
- ◆ Katz, Bob, Mastering Audio, Über die Kunst und die Technik, GC Carstens Verlag 2012, ISBN 978-3-910098-43-5
- ◆ Albrecht, Carlos, Der Tonmeister: Mikrofonierung akustischer Instrumente in der Popmusik, Schiele & Schoen, 2017, ISBN: 9783794908066

b) Medientechnik, Praktikum (OMB)

- ◆ bereitgestellte Praktikumsunterlagen

c) Videotechnik (OMB)

- ◆ Schmidt, U.: Professionelle Videotechnik, Springer Vieweg; Auflage: 7 (2021)
- ◆ Charles Poynton „Digital Video and HD: Algorithms and Interfaces“, Morgan Kaufmann Publishers, Second Edition 2012
- ◆ Mullen, S.: A Broadcasters Guide to Camera & Lens Technology, Penton Media (2011)
- ◆ Webers, J.: Handbuch der Film- und Videotechnik

MINT-Grundlagen

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2814	180 h	6	1	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Mathematik in Medien und Informatik	Deutsch	2 SWS / 22.5h	57.5h	60
b) Physik in Medien und Informatik	Deutsch	1 SWS / 11.25h	38.75h	30
c) MINT-Praktikum	Deutsch	1 SWS / 11.25h	38.75h	20

► Lernergebnisse:

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ geometrische und algebraische Fragestellungen präzise mithilfe der adäquaten Fachbegriffe artikulieren.
- ◆ zentrale Grundbegriffe der Optik sicher wiedergeben.

Verstehen

- ◆ mathematische Sinnzusammenhänge und Beweiselemente bzw. Herleitungen erkennen verstehen und wiedergeben.
- ◆ mathematische Modelle physikalischer Phänomene (z.B. geometrisch-optisches paraxiales Arbeitsmodell für abbildende Systeme) verstehen.

Anwenden

- ◆ Techniken der Vektorrechnung und der Matrixalgebra auf geometrische Probleme anwenden.
- ◆ Grundgesetze der Strahlenoptik auf einfache Kameraobjektivmodelle bzw. Fragestellungen der Fotografie anwenden.

Analyse

- ◆ geometrische Standardprobleme in der Ebene und im Raum analysieren.
- ◆ angemessen ausgewählte physikalische Systeme und Strukturen selbstständig analysieren und beschreiben.

Synthesis

- ◆ für Frage- und Problemstellungen aus (Linearer) Algebra und Geometrie unter den bereitgestellten Hilfsmitteln die jeweils adäquaten auswählen.
- ◆ ein geeignetes eingegrenztes, für die Medientechnik relevantes Thema aus Optik oder Akustik im Überblick darstellen.

Evaluation

- ◆ verschiedene Verfahren (z.B. zur Bestimmung affiner Transformationen) hinsichtlich Übersichtlichkeit und Aufwand abwägen.

► Inhalt

a) Mathematik in Medien und Informatik

- ◆ Trigonometrische Funktionen, Additionstheoreme
- ◆ Algebraische Strukturen: Gruppe, Ringe, Körper, Binärdarstellungen ganzer Zahlen, Symmetriegruppen für einfache geometrische Objekte
- ◆ Vektorrechnung; Koordinatendarstellungen von Punkten und Vektoren, Wechsel von Koordinatensystemen der Ebene
- ◆ Vektorrechnung; Skalarprodukt und Kreuzprodukt von Vektoren, orthogonale Projektionen
- ◆ Analytische Geometrie: Geraden in der Ebene und im Raum, Ebenen im Raum, orthogonale Projektionen und Abstandsprobleme
- ◆ Systeme linearer Gleichungen, Gauß-Jordan-Verfahren
- ◆ Matrixalgebra, Invertierbarkeit quadratischer Matrizen, Bestimmung von Inversen
- ◆ Lineare Abbildungen, Matrixdarstellung linearer Abbildungen
- ◆ Affine Transformationen in der Ebene (z.B.: Spiegelungen, Drehungen, Scherungen, Skalierungen)
- ◆ Darstellung affiner Transformationen in homogenen Koordinaten; Verknüpfung affiner Transformationen,

b) Physik in Medien und Informatik

- ◆ Physikalische Größen und Umrechnung von Einheiten, Größengleichungen
- ◆ Grundlagen geometrischer Optik: Sammell- und Zerstreuungslinsen, Linsensysteme: Brennpunkte, Hauptebenen, paraxiales Abbildungsverhalten
- ◆ Abbildungsfehler sphärischer Linsen und Korrektur optischer Systeme
- ◆ Optik des menschliche Auges
- ◆ Optik abbildender Systeme (fotografischer Kameras): Fokussierung, Abbildungsmaßstab, Schärfentiefe, Einflussparameter der Schärfentiefe
- ◆ Harmonische Schwingungen und deren Überlagerungen: Schwebungen, Fourieranalyse und -synthese
- ◆ Eigenschwingungen und Frequenzspektren von Klangerzeugern

c) MINT-Praktikum

- ◆ Die Inhalte der Veranstaltung a) werden geübt, vertieft und praktisch angewendet.

► Lehrformen

a) Mathematik in Medien und Informatik

- ◆ Integrierte Lehrveranstaltung mit Vorlesungsteilen, interaktiven Elementen und Hörsaalübungen bzw. Gruppenarbeitsphasen

b) Physik in Medien und Informatik

- ◆ Seminar mit Inputphasen, Coaching in Kleingruppen sowie Kleingruppen-Präsentationen durch Studierende

c) MINT-Praktikum

- ◆ Strukturiertes Praktikum zur Lehrstoffaneignung, Übung und Vertiefung

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Mathematik in Medien und Informatik

- ◆ Keine

b) Physik in Medien und Informatik

- ◆ Keine

c) MINT-Praktikum

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Mathematik in Medien und Informatik

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K) *Prüfungsleistung* 4 LP

b) Physik in Medien und Informatik

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K) *Prüfungsleistung* Siehe Veranstaltung a)

- ◆ Semesterbegleitende Präsentation (sbPN) *Studienleistung* 1 LP

c) MINT-Praktikum

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K) *Prüfungsleistung* Siehe Veranstaltung a)

- ◆ Semesterbegleitende praktische Arbeit (sbA) *Studienleistung* 1 LP

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Dr. Thomas Schneider

Hauptamtlich Lehrend:

a) Mathematik in Medien und Informatik

- ◆ Prof. Dr. Thomas Schneider
- ◆ Prof. Dr. Ruxandra Lasowski

b) Physik in Medien und Informatik

- ◆ Prof. Dr. Thomas Schneider
- ◆ Prof. Dr. Ruxandra Lasowski
- ◆ Prof. Dr. Uwe Hahne

c) MINT-Praktikum

- ◆ Prof. Dr. Ruxandra Lasowski
- ◆ Prof. Dr. Uwe Hahne

► Literatur

a) Mathematik in Medien und Informatik

- ◆ Dürrschnabel, Klaus et al.: So viel Mathe muss sein!, Springer Spektrum (ISBN 978-3-662-57950-3)
- ◆ Hartmann, P.: Mathematik für Informatiker, Vieweg
- ◆ Anton, H.: Lineare Algebra: Einführung, Grundlagen, Übungen, Spektrum
- ◆ Anton, H.; Rorres, C.: Elementary Linear Algebra Applications Version, Wiley
- ◆ Lengyel, E.: Mathematics for 3D Game Programming & Computer Graphics, Cengage Learning
- ◆ Klix, W.-D.: Konstruktive Geometrie – darstellend und analytisch, Fachbuchverlag Leipzig

b) Physik in Medien und Informatik

- ◆ Leute, U.: Optik für Medientechniker: Optische Grundlagen der Medientechnik, Hanser Verlag
- ◆ Erb, R.: Optik mit GeoGebra, De Gruyter
- ◆ Zierl, R.: Technische Fotografie. Pearson Studium
- ◆ Görne, T.: Tontechnik, Hanser
- ◆ Körner, W.; Kiessling, G.: Wie löse ich eine physikalische Aufgabe?, Fachbuchverlag Leipzig

c) MINT-Praktikum

- ◆ siehe Veranstaltung a)

Audio-Visuelles Design

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2830	180 h	6	2	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Sounddesign	Deutsch	2 SWS / 22.5h	37.5h	
b) Visuelles Design	Deutsch	2 SWS / 22.5h	37.5h	
c) Praktikum AV-Design	Deutsch	2 SWS / 22.5h	37.5h	8

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ die wesentlichen konzeptionellen Ansätze erkennen und die Grundzüge der AV-Medienproduktion skizzieren.

Verstehen

- ◆ kreative Prozesse verstehen und das Zusammenspiel der Gestaltungsebenen beurteilen.

Anwenden

- ◆ eine Konzeption entwickeln und einen filmischen Beitrag produzieren.

Analyse

- ◆ Kreativ-Prozesse aufschlüsseln, Gestaltungsparameter untersuchen und Produktionsprozesse darstellen.

► Inhalt

a) Sounddesign

- ◆ Gestaltungsebenen des Filmtons
- ◆ Sounddesign
- ◆ Sound-Recording am Filmset
- ◆ O-Ton, ADR
- ◆ Foley, FX, Atmo
- ◆ Filmmusik
- ◆ Postproduction: O-Ton- / Effekt- / FX- / SFX Editing
- ◆ Endmischung
- ◆ Mehrkanalton

b) Visuelles Design

- ◆ Kreativität und Kreativitätstechniken
- ◆ Scriptwriting – von der Idee zum Drehbuch
- ◆ Dramaturgie zeitbasierter Medien
- ◆ Sprache des Films – Theorien des Films
- ◆ Aspekte der Bildgestaltung, Kadrierung, Perspektive, Motion
- ◆ Gestaltungsaspekte der Montage
- ◆ Montage und Narration
- ◆ Produktions-Prozess

c) Praktikum AV-Design

- ◆ Drehbuchwerkstatt, Idee, Exposé, Treatment, Drehbuch
- ◆ Drehplanung, Gefährdungsanalysen
- ◆ Dreharbeiten
- ◆ DAW gestützte Bildbearbeitung
- ◆ DAW gestützte Audibearbeitung
- ◆ Ästhetische, dramaturgische und stilistische Aspekte
- ◆ Screening und Diskussion der Arbeiten

► Lehrformen

a) Sounddesign

- ◆ Seminar (S)

b) Visuelles Design

- ◆ Seminar (S)

c) Praktikum AV-Design

- ◆ Praktikum (P)

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Sounddesign

- ◆ Keine

b) Visuelles Design

- ◆ Keine

c) Praktikum AV-Design

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Sounddesign

- ◆ Semesterbegleitende Praktische Arbeit (sbA) *Prüfungsleistung* 2 LP

b) Visuelles Design

- ◆ Semesterbegleitende Praktische Arbeit (sbA) *Prüfungsleistung* 2 LP

c) Praktikum AV-Design

- ◆ Semesterbegleitende Praktische Arbeit (sbA) *Prüfungsleistung* 2 LP

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 16)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Martin Aichele

Hauptamtlich Lehrend:

a) Sounddesign

- ◆ Prof. Matthias Reusch

b) Visuelles Design

- ◆ Prof. Martin Aichele

c) Praktikum AV-Design

- ◆ Prof. Matthias Reusch

► Literatur

a) Sounddesign

- ◆ Dickreiter e.a. Handbuch der Tonstudioteknik, Bd 1+2, 8.Auflage München 2013, ISBN 9783598113208
- ◆ Raffaseder, Hannes: Audiodesign, Hanser Fachbuch, ISBN: 978-3-446-42325-1
- ◆ Sonnenschein, David: Sounddesign, the expressive Power of Music, Voice and Soundeffects in Cinema , ISBN: 978-1-61593-202-3
- ◆ Lensing, Jörg U.: Sound-Design/Sound-Montage/Soundtrack-Komposition, Schiele&Schön, ISBN: 978-3-7949-0793-9
- ◆ Thomas Görne, Sounddesign, Hanser Fachbuch, ISBN: 9783446442979

b) Visuelles Design

- ◆ Webers, J.: Handbuch der Film- und Videotechnik
- ◆ Beller, H.: Handbuch der Filmmontage, Praxis und Prinzipien des Filmschnitts
- ◆ Monaco, James: Film verstehen. Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Medien
- ◆ Petrasch; Zinke: Einführung in die Videofilmproduktion
- ◆ Katz, Steven D.: Die richtige Einstellung. Shot by shot; zur Bildsprache des Films

c) Praktikum AV-Design

Markenkommunikation und Computergrafik

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2831	180 h	6	2	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Markenführung und -kommunikation	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	35
b) Computergrafik (OMB), Vorlesung	Deutsch	1 SWS / 11.25h	11.25h	35
c) Computergrafik (OMB), Praktikum	Deutsch	2 SWS / 22.5h	45h	35

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ die Bedeutung des Markenaufbaus und der Markenpflege für Unternehmen aller Branchen erkennen (Markenkommunikation).
- ◆ grundlegende Techniken der 3D-Modellierung kennen und beschreiben.

Verstehen

- ◆ die konzeptionellen Unterschiede zwischen Produkt und Marke verstehen, sowie Erfolgsfaktoren für die Markengestaltung herausarbeiten (Markenkommunikation).
- ◆ Herausforderungen bei der Umsetzung einer Vorlage in ein 3D Modell erkennen und beurteilen.

Anwenden

- ◆ Konzeptansätze für die Markierung einer neuen Marke entwickeln, sowie Strategien und Maßnahmen zur Kommunikation von Marken erarbeiten (Markenkommunikation).
- ◆ Produktvisualisierungen von bestehenden oder selbst erzeugten 3D-Modellen für erzeugen, Beleuchtungseinstellungen vornehmen und animieren.

Analyse

- ◆ die Kommunikationsaktivitäten von Marken hinsichtlich ihrer Wirkungsweise analysieren (Markenkommunikation).
- ◆ die in bestehenden Produktvisualisierungen verwendeten Modellierungs- Animations- und Beleuchtungstechniken erkennen, untersuchen und erklären.

Synthesis

- ◆ Verbesserungsvorschläge für die Markenkommunikation von Unternehmen entwickeln (Markenkommunikation).
- ◆ 3D-Produktvisualisierungen zum Einsatz in der Markenkommunikation konzipieren und umsetzen.

► Inhalt

a) Markenführung und -kommunikation

- ◆ Grundlagen der Markenführung
- ◆ Unterschied und Zusammenhänge zw. Produkt und Marke
- ◆ Erfolgsfaktoren und Herausforderungen in der Markenführung
- ◆ Markengestaltung (Markierung)
- ◆ Kommunikationsplanung
- ◆ Charakteristika und Einsatzmöglichkeiten von klassischen und digitalen Kommunikationsinstrumenten
- ◆ Instrumente und Maßnahmen des Kommunikationsmix

b) Computergrafik (OMB), Vorlesung

- ◆ Aufbau polygonaler Geometrie
- ◆ Grundlegende 3d-Modellierungswerkzeuge
- ◆ Grundlagen der Beleuchtungsberechnung und Texturierung
- ◆ Animation in 3D
- ◆ Prinzipien des Rendering

c) Computergrafik (OMB), Praktikum

- ◆ Modellieren mit grundlegenden Objekten
- ◆ Grundlagen der Komposition in 3D
- ◆ Übungen zu Texturen und Shader
- ◆ Übungen zu grundlegenden Animationstechniken
- ◆ Übungen zur Bildgenerierung

► Lehrformen

a) Markenführung und -kommunikation

- ◆ Vorlesung

b) Computergrafik (OMB), Vorlesung

- ◆

c) Computergrafik (OMB), Praktikum

- ◆

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Markenführung und -kommunikation

- ◆ Keine

b) Computergrafik (OMB), Vorlesung

- ◆ Keine

c) Computergrafik (OMB), Praktikum

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Markenführung und -kommunikation

- ◆ Klausur (K) *Prüfungsleistung* 3 LP

b) Computergrafik (OMB), Vorlesung

- ◆ Semesterbegleitende praktische Arbeit (sbA) *Prüfungsleistung* 1 LP

c) Computergrafik (OMB), Praktikum

- ◆ Semesterbegleitende Praktische Arbeit (sbA) *Prüfungsleistung* 2 LP

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Christoph Müller

Hauptamtlich Lehrend:

a) Markenführung und -kommunikation

- ◆ Prof. Dr. Jasmin Baumann

b) Computergrafik (OMB), Vorlesung

- ◆ Prof. Christoph Müller

c) Computergrafik (OMB), Praktikum

- ◆ Prof. Christoph Müller

► Literatur

a) Markenführung und -kommunikation

- ◆ Beverland, M., Cankurtaran, P.: Brand Management – Co-Creating Meaningful Brands. 3. Auflage, London: Sage Publications, 2024, ISBN: 978-1529616972
- ◆ Fill, C. und Turnbull, S.: Marketing Communications: Fame, Influencers and Agility. 9. Aufl., London: Pearson, 2023, ISBN: 978-1292400327
- ◆ Schweiger, G. und Schrattenecker, G.: Werbung – Einführung in die Markt- und Markenkommunikation. 10. Aufl., utb GmbH, 2021, ISBN: 978-3825254926

b) Computergrafik (OMB), Vorlesung

- ◆ John F. Hughes et. al.: Computer Graphics: Principles and Practice, 3. Auflage, ISBN-13: 978-0321399526

c) Computergrafik (OMB), Praktikum

- ◆ Andreas Asanger: Blender 4: Das umfassende Handbuch zu Blender 4, ISBN-13: 978-3836297233
- ◆ Oscar Baechler et. al.: Blender 3D By Example, ISBN-13: 978-1789612561
- ◆ Jan van den Hemmel: Blender Secrets, E-Book
<https://blender-secrets-school.teachable.com/p/blender-secrets-e-book>

Medienwirtschaft

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-12-2609	180 h	6	2	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Marketing	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	105
b) Medienökonomie	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	105

► Lernergebnisse:

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ wesentliche ökonomische und kommunikationswissenschaftliche Zusammenhänge der Medienwirtschaftslehre referieren sowie grundlegenden Eigenschaften und Relationen von Akteuren und Mediengütern benennen (Medienökonomie).
- ◆ die Grundzüge des strategischen und operativen Marketing sowie die Zusammenhänge zwischen beiden Marketingformen darlegen (Marketing).

Verstehen

- ◆ die grundlegenden Besonderheiten der Branchenlehre Medienwirtschaft sowie grundlegende Produktions- und Markteigenschaften von Mediengütern verstehen (Medienökonomie).
- ◆ die Bedeutung der Grundprinzipien des Marketing, insbesondere das Konzept des Kundennutzens, für Unternehmen aller Branchen und Größen sowie den Stellenwert von zielgruppenorientiertem Handeln im Marketing sowohl auf strategischer als auch operativer Ebene verstehen (Marketing).

Anwenden

- ◆ das Zusammenspiel der Akteure auf Medienmärkten erklären sowie die grundlegenden Handlungsmotivationen der Akteure auf Medienmärkten darstellen (Medienökonomie).
- ◆ Marketingziele und Zielgruppen für ein Unternehmen definieren und operative Marketingmaßnahmen zur Zielerreichung und Zielgruppenansprache konzipieren (Marketing).

Analyse

- ◆ Wertschöpfungsstufen im Medienproduktionsprozess identifizieren und illustrieren sowie Produktionsfaktoren und produktpolitische Eigenschaften von Inhalten verschiedener Mediengattungen analysieren (Medienökonomie).
- ◆ Marketingaktivitäten von Unternehmen analysieren und hinsichtlich ihrer produkt-, preis-, distributions- und kommunikationspolitischen Aspekte einordnen (Marketing).

► Inhalt

a) Marketing

- ◆ Marketingprozess und Generierung von Kundennutzen
- ◆ Zusammenhänge zw. Unternehmens- und Marketingstrategie
- ◆ Analyse des Marketingumfelds und relevanter Märkte
- ◆ Marktforschung
- ◆ Marktsegmentierung/Zielgruppendefinition
- ◆ Zielgruppenansprache und Positionierung
- ◆ Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationsstrategien
- ◆ Internationales Marketing

b) Medienökonomie

- ◆ Begriffsdefinitionen und wissenschaftliche Einordnung
- ◆ Ökonomische Grundbegriffe, Akteure und Akteursverhalten: Rezipient, Medienunternehmen, Marktkoordination, Werbetreibendes Unternehmen, Staat.
- ◆ Kommunikationswissenschaftliche Grundbegriffe
- ◆ Mediengüter und Medienmärkte
- ◆ Doppelte Marktverbundenheit werbefinanzierter Medienunternehmen

► Lehrformen

a) Marketing

- ◆ Vorlesung

b) Medienökonomie

- ◆ Vorlesung

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Marketing

- ◆ Teilnahme am Modul Allgemeine Betriebswirtschaftslehre im 1. Lehrplansemester oder einer vergleichbaren, anerkannten Veranstaltung.

b) Medienökonomie

- ◆ Teilnahme am Modul Allgemeine Betriebswirtschaftslehre im 1. Lehrplansemester oder einer vergleichbaren, anerkannten Veranstaltung.

► Prüfungsformen

a) Marketing

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K)

Prüfungsleistung

6 LP

b) Medienökonomie

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K)

Prüfungsleistung

Siehe
Veranstaltung
a)

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 14)
- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 14)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 14)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 16)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Dr. Christoph Zydorek

Hauptamtlich Lehrend:

a) Marketing

- ◆ Prof. Dr. Jasmin Baumann

b) Medienökonomie

- ◆ Prof. Dr. Jasmin Baumann

► Literatur

a) Marketing

- ◆ Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M., Eisenbeiß, M.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 14. Auflage. Gabler, Wiesbaden, 2024, ISBN: 978-3658417543
- ◆ Kotler, P., Keller, K., Chernev, A., Opresnik, M.: Marketing-Management. Konzepte - Instrumente - Unternehmensfallstudien, 16. Auflage. Pearson, München, 2023, ISBN: 978-3868944433
- ◆ Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C.; He, H.: Grundlagen des Marketing, 8. Auflage. Pearson, München, 2022, ISBN: 978-3868944235

b) Medienökonomie

- ◆ Zydorek, C. (2023) Einführung in die Medienwirtschaftslehre, 3.Aufl. Wiesbaden: SpringerGabler
- ◆ Gläser, M (2021) Medienmanagement, 4. Aufl., München: Vahlen
- ◆ Wirtz, Bernd W. (2023) Medien- und Internetmanagement, 11. Auflage, Wiesbaden: Gabler Verlag.

User Experience Design

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2829	180 h	6	2	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) User Experience Design, Seminar	Deutsch	2 SWS / 22.5h	45h	80
b) User Experience Design, Lab	Deutsch	2 SWS / 22.5h	90h	20

► Lernergebnisse:

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ den Begriff User Experience Design und seine Teildisziplinen benennen und Zusammenhänge beschreiben.

Verstehen

- ◆ Nutzerbedürfnisse erkennen, beschreiben und strukturiert darstellen.

Anwenden

- ◆ Projektanforderungen nutzerzentriert ableiten, Konzepte entwerfen und planen.

Analyse

- ◆ Projekte prototypisch umsetzen, evaluieren und Nutzerfeedback auswerten

Synthesis

- ◆ Feedback und Erkenntnisse integrieren und Projekte nutzerzentriert optimieren,

Evaluation

- ◆ Projekte darstellen und argumentativ begründen.

► Inhalt

a) User Experience Design, Seminar

- ◆ Grundbegriffe und Merkmale
- ◆ Nutzungskontext, Nutzerbedürfnisse und Anforderungen
- ◆ Informationsarchitektur
- ◆ Wayfinding und Navigationssysteme
- ◆ Spezialfall der Suche
- ◆ Konzeptionsmethoden
- ◆ Multimodale Interaktion
- ◆ Anwendungsbeispiele
- ◆ Usability
- ◆ Evaluationsmethoden

b) User Experience Design, Lab

► Lehrformen

a) User Experience Design, Seminar

- ◆ Seminar

b) User Experience Design, Lab

- ◆ Gruppenarbeit

► Teilnahmevoraussetzungen

a) User Experience Design, Seminar

- ◆ Keine

b) User Experience Design, Lab

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) User Experience Design, Seminar

- ◆ Veranstaltungsübergreifende semesterbegleitende Praktische *Prüfungsleistung* Arbeit (sbA) 6 LP

b) User Experience Design, Lab

- ◆ Veranstaltungsübergreifende semesterbegleitende Praktische *Prüfungsleistung* Arbeit (sbA) Siehe Veranstaltung a)

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 16)

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ Alle Studiengänge der HFU

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Thomas Krach

Hauptamtlich Lehrend:

a) User Experience Design, Seminar

- ◆ Prof. Thomas Krach

b) User Experience Design, Lab

- ◆ Prof. Thomas Krach
- ◆ Carolin Franz

► Literatur

a) User Experience Design, Seminar

- ◆ Hartson, Rex; Pyla, Pardha: The UX Book – Process and Guidelines for Ensuring a Quality User Experience, Morgan Kaufmann, 2012
- ◆ Garrett, Jesse James: The Elements of User Experience, New Riders, 2011
- ◆ Moser, Christian: User Experience Design, Springer, 2012
- ◆ Unger, Russ; Chandler, Carolyn: A Project Guide to UX Design, New Riders, 2012
- ◆ Gothel, Jeff: Lean UX, Upfront Books, 2022

b) User Experience Design, Lab

Webentwicklung (OMB)

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2865	180 h	6	2	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Webentwicklung, Vorlesung (OMB)	Deutsch / Englisch	2 SWS / 22.5h	35h	35
b) Webentwicklung, Praktikum (OMB)	Deutsch / Englisch	2 SWS / 22.5h	100h	18

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ die Grundzüge der Entwicklung von Webanwendungen sowie den Einsatz von Webtechnologien dafür benennen.

Verstehen

- ◆ erfassen, wie dynamische Webanwendungen erstellt werden.

Anwenden

- ◆ Entwicklungstools anwenden, um eine Webanwendung zu schreiben und auszuführen.

Analyse

- ◆ die grundlegenden Bestandteile in bestehenden Webanwendungen identifizieren und deren Zusammenwirkung beschreiben.

Synthesis

- ◆ selbst eine einfache dynamische Webanwendung konzipieren und entwickeln.

► Inhalt

a) Webentwicklung, Vorlesung (OMB)

- ◆ HTML & CSS
- ◆ Document Object Model
- ◆ Ereignisgesteuerte Programmierung
- ◆ Webprogrammierung mit JavaScript
- ◆ Datenhaltung
- ◆ Datenübertragung, Web-Protokolle (http)
- ◆ serverseitige Web APIs
- ◆ Generierung dynamischer Webseiten
- ◆ Webtools & Frameworks
- ◆ Versionskontrolle

b) Webentwicklung, Praktikum (OMB)

- ◆ Vertiefung und praktische Anwendung der in der Vorlesung Webentwicklung angesprochenen Inhalte.

► Lehrformen

a) Webentwicklung, Vorlesung (OMB)

- ◆ Vorlesung

b) Webentwicklung, Praktikum (OMB)

- ◆ Praktikum

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Webentwicklung, Vorlesung (OMB)

- ◆ Keine

b) Webentwicklung, Praktikum (OMB)

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Webentwicklung, Vorlesung (OMB)

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur *Prüfungsleistung* 3 LP

b) Webentwicklung, Praktikum (OMB)

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur *Prüfungsleistung* Siehe Veranstaltung a)
- ◆ Semesterbegleitende praktische Arbeit (sbA) *Studienleistung* 3 LP

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte:

- ◆ Prof. Dr. Stephanie Heintz

Hauptamtlich Lehrend:

a) Webentwicklung, Vorlesung (OMB)

- ◆ Prof. Dr. Stephanie Heintz

b) Webentwicklung, Praktikum (OMB)

- ◆ Prof. Dr. Stephanie Heintz

► Literatur

a) Webentwicklung, Vorlesung (OMB)

- ◆ [w3schools.com](https://www.w3schools.com)
- ◆ selfhtml.org
- ◆ developer.mozilla.org

b) Webentwicklung, Praktikum (OMB)

Grundlagen der quantitativen Analyse von Digitalmarktdaten

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2840	180 h	6	3	WiSe/SoSe	1
<hr/>					
Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:	
a) Elemente der Angewandten Statistik	Deutsch	2 SWS / 22.5h	57.5h	35	
b) Praktikum zur Angewandten Statistik	Deutsch	1 SWS / 11.25h	38.75h	20	
c) Fallstudien zur Datenanalyse	Deutsch	1 SWS / 11.25h	38.75h	35	
<hr/>					

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ grundlegende Begriffe und Konzepte der deskriptiven Statistik, der Kombinatorik sowie der Wahrscheinlichkeitstheorie benennen.
- ◆ wichtige Techniken der schließenden Statistik benennen.

Verstehen

- ◆ die "Gedankenwelt" des Testens von Hypothesen nach Neyman-Pearson verstehen.
- ◆ die Notwendigkeit wahrscheinlichkeitstheoretischer Überlegungen im Kontext der schließenden Statistik verstehen.

Anwenden

- ◆ statistisches Grundlagenwissen auf gängige Test- und Schätzverfahren anwenden.

Analyse

- ◆ untersuchen, inwieweit statistische Methoden für die Untersuchung ausgewählter Digitalmarktdatensegmente zielführend sind.

Synthesis

- ◆ das Nebeneinander von statistischen Techniken, Methoden der klassischen Datenanalyse und KI-gestützten Verfahren für relevante Analyseprobleme zur Kenntnis nehmen.

Evaluation

- ◆ ein mindestens rudimentäres Verständnis für die vergleichende Beurteilung statistische Techniken und KI-gestützter Verfahren für die Analyse von Digitalmarktdaten entwickeln.

► Inhalt

a) Elemente der Angewandten Statistik

- ◆ Grundkonzepte der deskriptiven Statistik für quantitative Merkmale: Lage und Streumaße, Diskussion von Robustheit, Kastendiagramme
- ◆ Grundaufgaben der Kombinatorik: Multiplikationsprinzip, Kombinationen, Permutationen
- ◆ Endliche Wahrscheinlichkeitsräume, Bernoulli-Ketten, Zufallsvariable
- ◆ Beispiele diskreter Verteilungen: Binomialverteilungen, hypergeometrische Verteilungen
- ◆ Beispiele kontinuierliche Verteilungen mit Dichtefunktionen: Normalverteilungen, studentische t-Verteilungen,
- ◆ Grundlagen des Testens von Hypothesen: Binomialtest
- ◆ Stichprobenmittelwert als Schätzer für Populationsmittelwert, erwartungstreue Schätzer für die Populationsvarianz, Grenzwertsätze
- ◆ Zwei-Stichproben-Vergleichstests

b) Praktikum zur Angewandten Statistik

- ◆ Alle Inhalte der Veranstaltung a) werden praktisch geübt und angewendet.

c) Fallstudien zur Datenanalyse

- ◆ Schätzverfahren und Konfidenzintervalle
- ◆ Gauß-Tests und t-Tests
- ◆ Chi-Quadrat-Tests
- ◆ Einfaktorielle Varianzanalyse (ANOVA)
- ◆ Multifaktorielle Varianzanalyse
- ◆ Klassische Methoden von Datenanalyse und Data Mining
- ◆ Data Analytics mit KI-Methoden
- ◆ Schätzverfahren

► Lehrformen

a) Elemente der Angewandten Statistik

- ◆ Integrierte Lehrveranstaltung mit Vorlesungsteilen, interaktiven Elementen und Hörsaalübungen bzw. Gruppenarbeitsphasen

b) Praktikum zur Angewandten Statistik

- ◆ Strukturiertes Praktikum zur Lehrstoffaneignung, Übung und Vertiefung

c) Fallstudien zur Datenanalyse

- ◆ Seminar mit Inputphasen, Coaching in Kleingruppen sowie Kleingruppen-Präsentationen durch Studierende

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Elemente der Angewandten Statistik

- ◆ (Schulische) Grundkenntnisse der Differenzial- und Integralrechnung in dem Umfang, wie er auf <https://cosh-bw.de> umrissen ist

b) Praktikum zur Angewandten Statistik

- ◆ Regelmäßige Teilnahme an der Vorlesung "Elemente der Angewandten Statistik"

c) Fallstudien zur Datenanalyse

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Elemente der Angewandten Statistik

- ◆ Veranstaltungsübergreifendes Kolloquium (KO) *Prüfungsleistung* 4 LP

b) Praktikum zur Angewandten Statistik

- ◆ Veranstaltungsübergreifendes Kolloquium (KO) *Prüfungsleistung* Siehe Veranstaltung a)
- ◆ Semesterbegleitende Praktische Arbeit (sbA) *Studienleistung* 1 LP

c) Fallstudien zur Datenanalyse

- ◆ Veranstaltungsübergreifendes Kolloquium (KO) *Prüfungsleistung* Siehe Veranstaltung a)
- ◆ Semesterbegleitende Präsentation (sbPN) *Studienleistung* 1 LP

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Dr. Thomas Schneider

Hauptamtlich Lehrend:

a) Elemente der Angewandten Statistik

- ◆ Prof. Dr. Thomas Schneider
- ◆ Prof. Dr. Ruxandra Lasowski

b) Praktikum zur Angewandten Statistik

- ◆ Prof. Dr. Thomas Schneider
- ◆ Prof. Dr. Ruxandra Lasowski

c) Fallstudien zur Datenanalyse

- ◆ Prof. Dr. Thomas Schneider
- ◆ Prof. Dr. Ruxandra Lasowski

► Literatur

a) Elemente der Angewandten Statistik

- ◆ Kütting, H: Elementare Stochastik, Springer
- ◆ Bosch, K.: Elementare Einführung in die angewandte Statistik, Vieweg u. Teubner
- ◆ Mittag, H.-J.: Statistik, Springer Spektrum, 2023
- ◆ Kockelkorn, U.: Statistik für Anwender
- ◆ Kregel, U.: Einführung in die Wahrscheinlichkeitstheorie und Statistik, Vieweg

b) Praktikum zur Angewandten Statistik

- ◆ Siehe Veranstaltung a)

c) Fallstudien zur Datenanalyse

- ◆ Mittag, H.-J.: Statistik, Springer Spektrum, 2023
- ◆ Eid, M. et al.; Statistik und Forschungsmethoden, Beltz
- ◆ Fahrmeir, L. et al.: Statistik. Der Weg zur Datenanalyse. Berlin: Springer, 2016
- ◆ Winston, W. et al.: Data Analysis, Optimization, and Simulation Modeling, South Western Cengage Learning
- ◆ Russel, M.A.: Mining the Social Web, O'Reilly

Medienmanagement und E-Business

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2859	180 h	6	3	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) E-Business	Deutsch	3 SWS / 33.75h	56.25h	35
b) Medien- und Kommunikationswirtschaft	Deutsch	3 SWS / 33.75h	56.25h	35

► Lernergebnisse:

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ die besondere Betrachtungsperspektive der Ökonomie auf die Medien und das, was die Medienökonomie als Wissenschaft ausmacht benennen sowie die Funktionsweisen von Medienmärkten einschließlich ihrer Einschränkungen beschreiben.
- ◆ Besonderheiten des Wettbewerbs im E-Business erläutern sowie die Besonderheiten der E-Business-Strategien darstellen.

Verstehen

- ◆ Handlungsmotivationen der wichtigen Akteursgruppen im Media Business verstehen.
- ◆ die Grundprinzipien der Konstruktion von Internet-Geschäftsmodellen und das Zusammenspiel zentraler Geschäftsmodellkomponenten verstehen.

Anwenden

- ◆ den Gegenstandsbereich der Medienwirtschaftslehre bestimmen und theoretische Konzepte der Ökonomie im Zusammenhang des Mediensektors wiedererkennen.
- ◆ die Prinzipien der Geschäftsmodellkonstruktion auf eingeschränkte Aufgabenstellungen anwenden.

Analyse

- ◆ die Zusammenhänge und Gründe für die besonderen Eigenschaften von Mediengütern und Medienmärkten analysieren.
- ◆ aktuelle Entwicklungen im Bereich der Konstruktion von Internet-Geschäftsmodellen analysieren.

Synthesis

- ◆ die klassischen Instrumente des Managements in den Zusammenhang des Managements von Medienunternehmen stellen.

Evaluation

- ◆ Folgen von regulatorischen Eingriffen in die Medienbranche sowie den Erfolg von taktischen und strategischen Handlungen in Medienunternehmen bewerten.
- ◆ Optionen der Geschäftsmodellkonstruktion bewerten.

► Inhalt

a) E-Business

- ◆ Grundlagen des E-Business
- ◆ E-Business-Management: Strategiekonzepte und Geschäftsmodelle
- ◆ Online-Wettbewerbspositionierung
- ◆ Finanzwirtschaftliche Analysen im E-Business
- ◆ Wertschöpfungsprozesse im E-Business
- ◆ Kundenmanagement im E-Business

b) Medien- und Kommunikationswirtschaft

- ◆ Sozioökonomische Einbettung des Managements von Mediengütern
- ◆ Ökonomische und unternehmensstrategisch relevante Eigenschaften von Mediengütern
- ◆ Theorie und Empirie der Hauptakteure Rezipient, Medienunternehmen, Werbetreibendes Unternehmen, Staat.
- ◆ Bedeutsame rechtliche/regulatorische Rahmenbedingungen: Digital Service Act, Digital Market Act, AI Act etc.
- ◆ Strategisches und operatives Management von Unternehmen und Produktionsprozessen von Mediengütern
- ◆ Besonderheiten des Medienmanagements
- ◆ Algorithmisierung des Medienmanagements

► Lehrformen

a) E-Business

- ◆ Vorlesung mit seminaristischen Anteilen sowie flexibler Kombination von Präsenz- und Online-Elementen

b) Medien- und Kommunikationswirtschaft

- ◆ Vorlesung und Übung

► Teilnahmevoraussetzungen

a) E-Business

- ◆ Grundkenntnisse des Marketings sind vorteilhaft.

b) Medien- und Kommunikationswirtschaft

- ◆ Veranstaltung Medienwirtschaft, Sem. 2

► Prüfungsformen

a) E-Business

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K)

Prüfungsleistung

Siehe
Veranstaltung
a)

b) Medien- und Kommunikationswirtschaft

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K)

Prüfungsleistung

6 LP

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Dr. Gotthard Pietsch

Hauptamtlich Lehrend:

a) E-Business

- ◆ Prof. Dr. Gotthard Pietsch

b) Medien- und Kommunikationswirtschaft

- ◆ Prof. Dr. Christoph Zydorek

► Literatur

a) E-Business

- ◆ Maaß, C.: E-Business-Management, Stuttgart 2008
- ◆ Maaß, C.; Pietsch, G.: Online-Produktmanagement, München 2010
- ◆ Strauß, R.E.: Digital Business Excellence – Strategien und Erfolgsfaktoren im E-Business, Stuttgart 2013
- ◆ Wirtz, B.W.: Electronic Business, 7. Auflage, Wiesbaden 2020

b) Medien- und Kommunikationswirtschaft

- ◆ Zydorek, Christoph (2023) Einführung in die Medienwirtschaftslehre, 3. Aufl., Wiesbaden: Springer Gabler Verlag
- ◆ Zydorek, Christoph (2018) Grundlagen der Medienwirtschaft – Algorithmen und Medienmanagement, Wiesbaden: SpringerGabler Verlag
- ◆ Gläser, Martin (2021) Medienmanagement 4. Auflage, München: Vahlen Verlag.
- ◆ Wirtz, Bernd W. (2023) Medien- und Internetmanagement, 11. Auflage, Wiesbaden: Gabler Verlag.
- ◆ Kiefer, Marie Luise (2014) Medienökonomik: Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien, 3. Aufl., Oldenbourg, München, Wien
- ◆ Zydorek, Christoph (2022) Künstliche Intelligenz in der digitalisierten Medienwirtschaft – Fallbeispiele und Anwendungen von Algorithmen, Wiesbaden: GablerVerlag

Responsive Design

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2842	180 h	6	3	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
	Deutsch	2 SWS / 22.5h	45h	30
b) Responsive Design, Lab	Deutsch	2 SWS / 22.5h	90h	20

► Lernergebnisse:

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ die Eigenschaften und Bestandteile von Responsive Design benennen und beschreiben.

Verstehen

- ◆ Anforderungen an die Konzeption und Gestaltung einer Anwendung mit responsive Verhalten verstehen und formulieren.

Anwenden

- ◆ eine responsive Anwendung konzeptionieren, gestalten und prototypisieren.

Analyse

- ◆ Problempunkte bei der Gestaltung und Umsetzung von Anwendungen mit responsivem Verhalten identifizieren und Lösungswege aufzeigen.

Synthesisis

- ◆ zukunftsorientierte Anwendungen mit responsive Verhalten umsetzen.

Evaluation

- ◆ Anwendungen mit responsive Verhalten evaluieren und bewerten.

► Inhalt

a) Responsive Design, Seminar

- ◆ Grundbegriffe
- ◆ Endgeräte und Divergenz
- ◆ Layout, Grids und Breakpoints
- ◆ Responsive Design Patterns, Designelemente und Designsysteme
- ◆ Anwendungsarten
- ◆ Medienintegration
- ◆ User Interface Prinzipien
- ◆ Animation und Microinteractions
- ◆ Content Management
- ◆ Evaluation

b) Responsive Design, Lab

► Lehrformen

a) Responsive Design, Seminar

- ◆ Seminar

b) Responsive Design, Lab

- ◆ Einzelarbeit

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Responsive Design, Seminar

- ◆ Keine

b) Responsive Design, Lab

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Responsive Design, Seminar

- ◆ Semesterbegleitendes Referat (sbR) *Prüfungsleistung* 2 LP

b) Responsive Design, Lab

- ◆ Semesterbegleitende Praktische Arbeit (sbA) *Prüfungsleistung* 4 LP

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.
- ◆ Alle Studiengänge der HFU

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Thomas Krach

Hauptamtlich Lehrend:

a) Responsive Design, Seminar

- ◆ Prof. Thomas Krach

b) Responsive Design, Lab

► Literatur

a) Responsive Design, Seminar

- ◆ Marcotte, Ethan: Responsive Webdesign: Patterns & Principles, A Book Apart, 2015
- ◆ Bühler, Peter: Webdesign: Interfacedesign – Screendesign – Mobiles Webdesign, Springer, 2023
- ◆ Beard, Jason: The Principles of Beautiful Web Design, O'Reilly, 2020
- ◆ Norman, Donald: The design of everyday things, Vahlen, 2016
- ◆ Hay, Stephen: Responsive design workflow, New Riders, 2013
- ◆ Kholmatova, Alla: Design Systems, Smashing Magazine, 2017

b) Responsive Design, Lab

Streaming-Anwendungen

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2860	180 h	6	3	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Streaming-Anwendungen, Vorlesung	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	36
b) Streaming-Anwendungen, Praktikum	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	12

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ die Grundfunktionen unterschiedlicher Streaming-Media-Anwendungen beschreiben.
- ◆ elementare Protokolle und Komponenten des Internets als Verteilinfrastruktur benennen und erkennen.

Verstehen

- ◆ die Probleme und Lösungsansätze des IP-basierten Media-Transports verstehen.
- ◆ die Probleme und Lösungsansätze der Audio- & Videocodierung im Internet verstehen.

Anwenden

- ◆ Audio- und Videodaten transportgerecht codieren.
- ◆ ein eigenbetriebenes IP-Netzwerk (AS) prototypisch aufzubauen und abzusichern.

Analyse

- ◆ das Verkehrsverhalten von Streaming-Anwendungen über unterschiedliche Tools zu analysieren.
- ◆ konkrete Streaming-Anwendungen auf allen Protokollebenen sowie auf ihre implementierten Optimierungen zu analysieren.

Evaluation

- ◆ konkrete Streaming-Anwendungen bez. Ihrer Optimierungen bewerten.
- ◆ konkrete Streaming-Anwendungen bez. Ihrer Performance bewerten.

► Inhalt

a) Streaming-Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Begriffe und Definitionen der Online - Kommunikation
- ◆ Das Internet als Infrastruktur
- ◆ Das Kommunikationsmodell des Media Streamings
- ◆ Klassische Streamingverfahren am Beispiel RTP
- ◆ Herausforderungen des kommerziellen Media-Streamings
- ◆ Content Delivery Networks (CDN). Responsive & adaptive Streaming
- ◆ IP-Multicast
- ◆ P2P & WebRTC
- ◆ Encoding & Filing / KLV- vs. Chunk-Fileformate / Live vs. On-Demand
- ◆ Performance & Quality of Service Strategien

b) Streaming-Anwendungen, Praktikum

- ◆ Aufbau eines eigenen IP-Netzwerkes
- ◆ Netzwerk- und Protokollanalyse
- ◆ IP-Sicherheitsaspekte
- ◆ Kommunikation Mediaplayer-Mediaserver
- ◆ Aufbau eines Streaming-Workflows (PRODUCTION, DELIVERY, PLYOUT)
- ◆ Einbindung von AV-Content in Webanwendungen
- ◆ Live-Streaming
- ◆ Video-on-Demand
- ◆ Performancemessungen (Durchsatz & Latenz)

► Lehrformen

a) Streaming-Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Vorlesung

b) Streaming-Anwendungen, Praktikum

- ◆ Praktische Übungen/Labor, Gruppenarbeit/Lernteamcoaching, Referate

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Streaming-Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Keine

b) Streaming-Anwendungen, Praktikum

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Streaming-Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K) *Prüfungsleistung* 3 LP

b) Streaming-Anwendungen, Praktikum

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K) *Prüfungsleistung* Siehe Veranstaltung a)
- ◆ Semesterbegleitende Praktische Arbeit (sbA) *Studienleistung* 3 LP

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.

► **Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende**

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Nikolaus Hottong

Hauptamtlich Lehrend:

a) Streaming-Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Prof. Nikolaus Hottong
- ◆ Prof. Dr. Jürgen Anders

b) Streaming-Anwendungen, Praktikum

- ◆ Prof. Nikolaus Hottong
- ◆ Prof. Dr. Jürgen Anders

► Literatur

a) Streaming-Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Mukaddim Pathan; Ramesh K. Sitaraman; Dom Robinson,
Advanced Content Delivery, Streaming, and Cloud Services,
Publisher: John Wiley & Sons, Pub. Date: September 22, 2014
- ◆ Benny Bing,
Next-Generation Video Coding and Streaming,
Publisher: John Wiley & Sons,
Pub. Date: October 5, 2015
- ◆ Rajkumar Buyya; Mukaddim Pathan; Athena Vakali,
Content Delivery Networks
Publisher: Springer, Pub. Date: 2008
- ◆ Colin Perkins,
RTP – Audio and Video for the Internet,
Publisher: Addison Wesley
Pub. Date: June, 2008
- ◆ IP Multicast / Volume I,
Publisher: Cisco Press,
Pub. Date: September 28, 2016

b) Streaming-Anwendungen, Praktikum

- ◆ Lydia Parziale, David T. Britt, Chuck Davis, Jason Forrester, Wei Liu, Carolyn Matthews, Nicolas Rosselot:
TCP/IP Tutorial and Technical Overview, IBM Redbooks, 2010
- ◆ Laura Chappel,
Wireshark 101: Einführung in die Protokollanalyse,
Verlag: mitp; Auflage: 2. Auflage 2018

Netzwerktechnologien und Anwendungen

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2841	180 h	6	4	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	40
b) Netzwerktechnologien und Anwendungen, Praktikum	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	20

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ Netzwerktechnologien und Anwendungen benennen und beschreiben.

Verstehen

- ◆ das Zusammenwirken der Netzwerke und Anwendungen verstehen.

Anwenden

- ◆ die Anwendungsszenarien von Webarchitekturen durchdringen.

Analyse

- ◆ Protokollanalyse von Internet und Anwendungen durchführen.
- ◆ Einflüsse der Protokollarchitekturen auf die Funktionalitäten analysieren.

Synthesis

- ◆ Webanwendungen selbst konzipieren.
- ◆ mögliche neue Anwendungen ableiten.

Evaluation

- ◆ Webanwendungen bewerten.
- ◆ verschiedene Webfunktionen optimieren.

► Inhalt

a) Netzwerktechnologien und Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Geschichte, Standards
- ◆ Internetworking mit TCP/IP und UDP/IP
- ◆ WWW und standardisierte Anwendungsprotokolle
- ◆ Webarchitekturen
- ◆ Cloud und Big Data
- ◆ Internet der Dinge
- ◆ Blockchaintechnologie
- ◆ Sondernetze

b) Netzwerktechnologien und Anwendungen, Praktikum

- ◆ Analyse Datenverkehr im Internet
- ◆ Protokollanalyse TCP/IP
- ◆ Protokollanalyse http und weitere
- ◆ Cloudarchitektur simulieren
- ◆ Prototypen von IoT Anwendungen erstellen
- ◆ Kryptowährung erzeugen
- ◆ Spezifische Anwendungen in der Praxis analysieren

► Lehrformen

a) Netzwerktechnologien und Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Vorlesung

b) Netzwerktechnologien und Anwendungen, Praktikum

- ◆ Praktische Arbeit

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Netzwerktechnologien und Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Keine

b) Netzwerktechnologien und Anwendungen, Praktikum

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Netzwerktechnologien und Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K)

Prüfungsleistung

3 LP

b) Netzwerktechnologien und Anwendungen, Praktikum

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K)

Prüfungsleistung

Siehe
Veranstaltung
a)

- ◆ Semesterbegleitende praktische Arbeit (sbA)

Studienleistung

3 LP

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Dr. Jürgen Anders

Hauptamtlich Lehrend:

a) Netzwerktechnologien und Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Prof. Dr. Jürgen Anders

b) Netzwerktechnologien und Anwendungen, Praktikum

- ◆ Prof. Dr. Jürgen Anders

► Literatur

a) Netzwerktechnologien und Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Tanenbaum, A.; Wetherall, D.: Computernetzwerke, Pearson Studium, München (u.a.), ISBN-13: 978-3868941371
- ◆ Kurose, J.F.; Ross, K.W.: Computernetzwerke: der Top-Down-Ansatz, Pearson Studium, Hallbergmoos, 2014, ISBN-13: 978-3868942378
- ◆ Meinel, C.; Sack, H.: Internetworking, Springer, 2012, ISBN-13: 978-3540929390
- ◆ Meinel C.; Sack, H.: WWW, Springer, 2012, ISBN-13: 978-3642623844
- ◆ Buchmann, J.: Einführung in die Kryptographie, Springer Lehrbuch, 6. Auflage 2016, ISBN-13: 978-3642397745
- ◆ Drescher, D.; Blockchain Grundlagen, mitp, ISBN-13: 978-3958456532

b) Netzwerktechnologien und Anwendungen, Praktikum

- ◆ Handbücher, Praktikumsskripte
- ◆ Barres, J.: Webtechnologien – All in One: Eine praxisorientierte Einführung in moderne Webtechnologien, Books on Demand, ISBN-13: 978-3735756756
- ◆ Pfister, C.: Getting Started with the Internet of Things, O'Reilly, 2011, ISBN-13: 978-1449393571

Praktisches Studiensemester

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2852	820 h	30	4	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Praktisches Studiensemester	Deutsch / Englisch	28 SWS / 760h		
b) Seminar Praktisches Studiensemester	Deutsch	2 SWS / 22.5h	37.5h	45

► Lernergebnisse:

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ aufgrund praktischer Erfahrungen im Bereich der modernen Medien ihre eigenen Interessen und Fähigkeiten besser einschätzen.

Verstehen

- ◆ ein tiefgehendes Verständnis für Strukturen und Prozessen in Betrieben, die sich mit Medien oder angrenzenden Bereichen beschäftigen, erlangen.

Anwenden

- ◆ ihre Erfahrungen und Erkenntnisse im weiteren Studienverlauf nutzen, um eine ganzheitlichere Sichtweise zu den im Studium relevanten Themen zu entwickeln.
- ◆ erworbene Skills direkt in den praktischen Anteilen des Studiums umsetzen und vertiefen.

Analyse

- ◆ eine selbstkritische Reflektion des eigenen Wissens- und Ausbildungsstands im Kontext einer beruflichen Tätigkeit leisten.

► Inhalt

a) Praktisches Studiensemester

- ◆ Abhängig vom Arbeitgeber

b) Seminar Praktisches Studiensemester

- ◆ Selbstkritische Reflektion der Tätigkeiten und erworbenen Kenntnisse im Kontext der beruflichen Tätigkeit

► Lehrformen

a) Praktisches Studiensemester

- ◆ Praktikum

b) Seminar Praktisches Studiensemester

- ◆ Seminar

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Praktisches Studiensemester

- ◆ Keine

b) Seminar Praktisches Studiensemester

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Praktisches Studiensemester

- ◆ Bericht (B) *Studienleistung* 28 LP

b) Seminar Praktisches Studiensemester

- ◆ Referat (R) *Studienleistung* 2 LP

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 16)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragter:

- ◆ Prodekan*in Lehre

Hauptamtlich Lehrend:

a) Praktisches Studiensemester

- ◆ Prof. Dr. Gotthard Pietsch

b) Seminar Praktisches Studiensemester

- ◆ Prof. Dr. Dirk Eisenbiegler

► Literatur

a) Praktisches Studiensemester

- ◆ Keine

b) Seminar Praktisches Studiensemester

- ◆ Keine

Digitale Transformation und digitaler Wandel

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2848	180 h	6	5	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Digitale Transformation und digitaler Wandel I	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	35
b) Digitale Transformation und digitaler Wandel II	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	35

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ Grundverständnisse des Konzepts der digitalen Transformation präsentieren sowie Basistechnologien der digitalen Transformation umreißen.
- ◆ Zusammenhänge zwischen digitaler Transformation und sozialem Wandel aufzeigen.

Verstehen

- ◆ Digitale Basistechnologien und ihren Einfluss auf sozioökonomische Entwicklungen verstehen.
- ◆ Einfluss digitaler Technologien auf soziale Verhaltensmuster und individuelle Lebenswelten verstehen.

Anwenden

- ◆ Digitale Basistechnologien und ihre Mehrwertpotenziale auf wirtschaftliche und gesellschaftliche Nutzungskontexte übertragen.
- ◆ philosophisch-ethische Perspektiven auf Digitalisierungsphänomene anwenden.

Analyse

- ◆ Mehrwertpotenziale digitaler Basistechnologien herausstellen.
- ◆ Wirkungen von Digitalisierung und Virtualisierung auf individuelle Lebenswelten sowie den Einfluss digitaler Technologien auf die Generationen vergleichend analysieren.

Synthesis

- ◆ Sozioökonomische Perspektiven der Nutzung digitaler Basistechnologien herausarbeiten .

Evaluation

- ◆ Sozioökonomische Perspektiven digitaler Transformation bewerten.
- ◆ Digitale Transformation und damit verbundene Technikverständnisse sowie Menschenbilder aus philosophisch-ethischen Perspektiven bewerten.

► Inhalt

a) Digitale Transformation und digitaler Wandel I

- ◆ Digitale Transformation und sozioökonomischer Wandel
- ◆ Digitale Basistechnologien und sozioökonomische Entwicklungen
- ◆ Kernkonzepte der digitalen Transformation und wirtschaftliche Nutzungskontexte
- ◆ Sozioökonomische Perspektiven der digitalen Transformation

b) Digitale Transformation und digitaler Wandel II

- ◆ Digitale Transformation und sozialer Wandel
- ◆ Soziale Muster digitalen Nutzungsverhaltens und Wandel der Generationen
- ◆ Digitalisierung und Virtualisierung von Lebenswelten
- ◆ Digitale Transformation und Individuum
- ◆ Digitale Technologien, Menschenbilder und philosophische Ethik

► Lehrformen

a) Digitale Transformation und digitaler Wandel I

- ◆ Vorlesung mit seminaristischen Anteilen sowie flexibler Kombination von Präsenz- und Online-Elementen

b) Digitale Transformation und digitaler Wandel II

- ◆ Vorlesung mit seminaristischen Anteilen sowie flexibler Kombination von Präsenz- und Online-Elementen

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Digitale Transformation und digitaler Wandel I

- ◆ Grundkenntnisse im E-Business sind vorteilhaft

b) Digitale Transformation und digitaler Wandel II

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Digitale Transformation und digitaler Wandel I

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K) *Prüfungsleistung* 5 LP

b) Digitale Transformation und digitaler Wandel II

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K) *Prüfungsleistung* Siehe Veranstaltung a)
- ◆ Semesterbegleitendes Referat (sbR) *Studienleistung* 1 LP

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Dr. Gotthard Pietsch

Hauptamtlich Lehrend:

a) Digitale Transformation und digitaler Wandel I

- ◆ Prof. Dr. Gotthard Pietsch

b) Digitale Transformation und digitaler Wandel II

- ◆ Prof. Dr. Gotthard Pietsch

► Literatur

a) Digitale Transformation und digitaler Wandel I

- ◆ Fasnacht, D.: Offene und digitale Ökosysteme, Wiesbaden 2023
- ◆ Miebach, B.: Digitale Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft, Wiesbaden 2020
- ◆ Siebel T.M.: Digital transformation. Survive and thrive in an era of mass extinction, New York 2019

b) Digitale Transformation und digitaler Wandel II

- ◆ Abiteboul, S.; Doweck, G.: The age of algorithms, Cambridge 2020
- ◆ Ferrando, F.: Philosophical posthumanism, London, New York 2020
- ◆ Franke, G.: Künstliche Intelligenz, Transhumanismus und menschliche Personalität, Darmstadt 2022
- ◆ Hepp, A.: Auf dem Weg zur digitalen Gesellschaft, Köln 2021
- ◆ Küppers, E.W.U.: Die humanoide Herausforderung, Wiesbaden 2018

Online-Produktmanagement und Online-Marketing

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2867	180 h	6	5	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Online-Produktmanagement	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	35
b) Online-Marketing	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	35

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ die Grundlagen und Methoden des Online-Produktmanagements darstellen.
- ◆ den Stellenwert des Online-Marketing für Unternehmen aller Branchen und Größen erkennen.

Verstehen

- ◆ Basiskonzept der Produktsteuerung verstehen.
- ◆ den Zusammenhang zwischen Unternehmensstrategie, Marketingzielen und Online-Marketing-Zielen sowie Grundlagen der Kampagnenplanung im Online-Marketing verstehen.

Anwenden

- ◆ zentrale Methoden und Konzepte des Online-Produktmanagements anwenden.
- ◆ Online-Marketing-Konzepte inkl. Zieldefinition und Maßnahmenplanung entwickeln sowie Entscheidungen hinsichtl. des Einsatzes div. Online-Marketing-Instrumente treffen.

Analyse

- ◆ aktuelle Entwicklungen im Online-Produktmanagement analysieren.
- ◆ Online-Marketing-Kampagnen von Unternehmen analysieren und die Erfolgskontrolle kritisch hinterfragen.

Synthesis

- ◆ betriebswirtschaftliche Methoden auf die Steuerung von Online-Produkten übertragen.
- ◆ Vorschläge zur Optimierung von Online-Marketing-Aktivitäten von Unternehmen konzipieren.

► Inhalt

a) Online-Produktmanagement

- ◆ Grundlagen des Online-Produktmanagements und der Online-Produktkoordination.
- ◆ Strategisches Online-Produktmanagement
- ◆ Online-Produktmanagement als Innovationsmanagement
- ◆ Entwicklung und Selektion von Online-Produktideen
- ◆ Methoden und Konzepte der Online-Produktentwicklung
- ◆ Markteinführung bei Online-Produkten

b) Online-Marketing

- ◆ Kennzeichen und Erfolgsfaktoren des Online-Marketing
- ◆ Trends und Perspektiven im Online-Marketing (u.a. Customer-Journey-Management)
- ◆ Erstellung von Online-Marketing-Konzepten
- ◆ Content-Marketing (Corporate Website, SEO, Email-Marketing, User Generated Content)
- ◆ Online-Werbung (Display-Werbung, SEA, Affiliate-Marketing, Programmatic Advertising)
- ◆ Social-Media-Marketing
- ◆ Influencer (Content Creator) Marketing

► Lehrformen

a) Online-Produktmanagement

- ◆ Vorlesung mit seminaristischen Anteilen sowie flexibler Kombination von Präsenz- und Online-Elementen

b) Online-Marketing

- ◆ Seminar mit kurzen Vorlesungseinheiten und aufeinander aufbauender Gruppenarbeit

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Online-Produktmanagement

- ◆ Grundkenntnisse des Marketings und des E-Business sind vorteilhaft

b) Online-Marketing

- ◆ Teilnahme an der Veranstaltung Marketing (Modul Medienwirtschaft) im 2. Lehrplansemester oder einer vergleichbaren, anerkannten Veranstaltung.

► Prüfungsformen

a) Online-Produktmanagement

- ◆ Klausur (K) *Prüfungsleistung* 3 LP

b) Online-Marketing

- ◆ Hausarbeit (H) *Prüfungsleistung* 3 LP

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Dr. Gotthard Pietsch

Hauptamtlich Lehrend:

a) Online-Produktmanagement

- ◆ Prof. Dr. Gotthard Pietsch

b) Online-Marketing

- ◆ Prof. Dr. Jasmin Baumann

► Literatur

a) Online-Produktmanagement

- ◆ Maaß, C.; Pietsch, G.: Online-Produktmanagement, München 2010
- ◆ Herzwurm, G. Pietsch, W.: Management von IT-Produkten, Heidelberg 2009
- ◆ Moser, C.: User Experience Design, Berlin, Heidelberg 2012
- ◆ Pohl, K.; Rupp, C.: Basiswissen Requirements Engineering, 5. Aufl., Heidelberg 2021

b) Online-Marketing

- ◆ Kreuzer, R. T.: Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte – Instrumente – Checklisten. 4. Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden, 2021, ISBN: 978-3658319892
- ◆ Lammenett, E.: Praxiswissen Online-Marketing – Affiliate-, Influencer-, Content-, Social-Media-, Amazon-, Voice-, B2B-, Sprachassistenten- und E-Mail-Marketing, Google Ads, SEO. 8. Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden, 2021, ISBN: 978-3658323394
- ◆ Lammenett, E.: Online Marketing Konzeption. 5. Auflage, CreateSpace Publishing, Roetgen, 2022, ISBN: 979-8798978168
- ◆ Chaffey, D.; Smith, P.R.: Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing. 6. Auflage, Routledge, Abingdon, 2022, ISBN: 978-0367444754
- ◆ Chaffey, D.; Ellis-Chardwick, F.: Digital Marketing – Strategy, Implementation and Practice. 8. Auflage, Pearson, London, 2022, ISBN: 978-1292400969

Projektstudium (Teil 1)

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2861	360 h	12	5	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Projekt (Teil 1)	Deutsch	2 SWS / 22.5h	255h	6
b) Projektmanagement und Soft Skills	Deutsch	2 SWS / 22.5h	37.5h	40
c) Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben	Deutsch	2 SWS / 11.25h	11.25h	40

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ Grundprinzipien, unterschiedliche Sichtweisen und Methoden des Projektmanagements mit dem Fokus auf kleinere Projekte im Medienbereich kennen.
- ◆ Wissen über Potenzial, Probleme sowie Regeln und Methoden der Kommunikation in Projekten erwerben.

Verstehen

- ◆ Verständnis für die Komplexität und Dynamik von Projekten und die Notwendigkeit des Projektmanagements entwickeln.
- ◆ Relevanz der Projektkommunikation, des Selbstmanagements sowie darauf gerichteter Soft Skills erkennen.

Anwenden

- ◆ Methoden des Projektmanagement auf das Studienprojekt anwenden.
- ◆ Soft Skills (allgemeine Muster) situationsadäquat auf das Handeln im Studienprojekt übertragen und aktivieren.

Synthesis

- ◆ Allgemeine Managementmethoden auf das Projektmanagement übertragen.

Evaluation

- ◆ die Anwendungsrelevanz allgemeiner Projektmanagementmethoden vor dem Hintergrund des Studienprojekts beurteilen.

► Inhalt

a) Projekt (Teil 1)

- ◆ Ideenentwicklung
- ◆ Grobkonzeption von Medienprojekten
- ◆ Feinkonzeption von Medienprojekten
- ◆ Entwicklung von Medienprojekten
- ◆ Präsentation vor Auftraggebern
- ◆ Briefing, Rebriefing
- ◆ Debugging
- ◆ Erstellung von Guidelines und Dokumentationen
- ◆ Diskussion und Feedback-Kultur

b) Projektmanagement und Soft Skills

- ◆ Projekt- und Projektmanagementbegriff, Projektarten und Phasenschema des Projektmanagements
- ◆ Sach- und Systemebene in Projekten
- ◆ Konzeptualisierung und Zielbildung/vereinbarung
- ◆ Aufgabenplanung, insb. Projektstrukturplan
- ◆ Terminplanung (sequenziell, iterativ-inkrementell)
- ◆ Ressourcen-/Kostenplanung
- ◆ Besondere Arten des Projektmanagements (insb. in der IT- und Medienwirtschaft)
- ◆ Soft Skills, insb für das Projektmanagement
- ◆ Management Basics: Grundlagen des (Selbst-)Managements

c) Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben

- ◆ Wissenschaftliche Arbeits- und Schreibprozesse
- ◆ Bewertungskriterien wissenschaftlichen Arbeitens
- ◆ Forschungsliteraturrecherche, Bibliographieren
- ◆ Theoriedesign, Denkmodelle, Strukturierungsformen wissenschaftlicher Texte
- ◆ Richtiges Zitieren, Umgang mit wissenschaftlichen Quellen
- ◆ Wissenschaftliche Stilistik, wissenschaftliche Textsorten
- ◆ Präsentation wissenschaftlicher Erkenntnisse
- ◆ Definition von Wissenschaft
- ◆ Analyse wissenschaftlicher Forschungsliteratur
- ◆ Umgang mit sowie Auswertung von Datenbanken zu wissenschaftlicher Literatur

► Lehrformen

a) Projekt (Teil 1)

- ◆ Projekt

b) Projektmanagement und Soft Skills

- ◆ Seminar mit flexibler Kombination von Präsenz- und Online-Elementen

c) Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben

- ◆ Seminar

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Projekt (Teil 1)

- ◆ Erfolgreich absolviertes Grundstudium (mind. 54 LP)

b) Projektmanagement und Soft Skills

- ◆ Erfolgreich absolviertes Grundstudium (mind. 54 LP)

c) Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben

- ◆ Erfolgreich absolviertes Grundstudium (mind. 54 LP)

► Prüfungsformen

a) Projekt (Teil 1)

- ◆ Praktische Arbeit (A) *Prüfungsleistung* 9 LP

b) Projektmanagement und Soft Skills

- ◆ Semesterbegleitenden Praktische Arbeit (sbA) *Studienleistung* 2 LP

c) Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben

- ◆ Semesterbegleitenden Praktische Arbeit (sbA) *Studienleistung* 1 LP

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 16)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragter:

- ◆ Prodekan*in Lehre

Hauptamtlich Lehrend:

a) Projekt (Teil 1)

- ◆ Alle Professor*innen der Fakultät

b) Projektmanagement und Soft Skills

- ◆ Prof. Dr. Gotthard Pietsch

c) Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben

- ◆ Markus Böhm

► Literatur

a) Projekt (Teil 1)

- ◆ Abhängig von Studiengang und Aufgabenstellung

b) Projektmanagement und Soft Skills

- ◆ Bohinc, T.: Projektmanagement. Soft Skills für Projektleiter, 4. Aufl., Offenbach 2011
- ◆ Köhler, J.: Die Collective-Mind-Methoden. Projekterfolg durch Soft Skills, Berlin u.a. 2009
- ◆ Litke, H.-D.: Projektmanagement. Methoden, Techniken, Verhaltensweisen, 5. Aufl., München 2022
- ◆ Schmid, P.: Praxiskurs Projektmanagement. Mit einfachen Mitteln gezielt zum Erfolg, 6. Aufl., 2014
- ◆ Vigerschow, U.: APM – Agiles Projektmanagement, Heidelberg 2015

c) Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben

- ◆ Heesen, Bernd: Wissenschaftliches Arbeiten. Vorlagen und Techniken für das Bachelor-, Master- und Promotionsstudium, Berlin u. Heidelberg, 2009
- ◆ Eco, Umberto: Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. 13. Auflage, Wien, 2010
- ◆ Esselborn-Krumbiegel, Helga: Von der Idee zum Text. Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben, 3. Auflage, Paderborn, 2008
- ◆ Esselborn-Krumbiegel, Helga: Richtig wissenschaftlich schreiben. Wissenschaftssprache in Regeln und Übungen, Paderborn, 2010
- ◆ Franck, Norbert; Stry, Joachim: Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens. Eine praktische Anleitung, 16. Auflage, Paderborn, 2009
- ◆ Karmasin, Matthias; Ribing, Rainer: Die Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten, 6. Auflage, Wien, 2011

Wahlpflichtmodul 1

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-15-2650	180 h	6	5	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule	Individuell je nach WPM	4 SWS / 45h	135h	

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ Individuell je nach WPM

► **Inhalt**

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

► **Lehrformen**

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

► **Teilnahmevoraussetzungen**

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

► Prüfungsformen

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

Prüfungsleistung

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 14)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 14)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 14)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 16)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragter:

- ◆ Prodekan*in Lehre

Hauptamtlich Lehrend:

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Alle Professor*innen der Fakultät

► Literatur

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

Projektstudium (Teil 2)

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2851	360 h	12	6	WiSe/SoSe	1
<hr/>					
Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:	
a) Projekt (Teil 2)	Deutsch	2 SWS / 22.5h	337.5h	6	

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ Kenntnisse des Projektmanagements kennen und vertiefen.

Verstehen

- ◆ Prioritäten hinsichtlich der Steuerung praktischer Projekte identifizieren und auf dieser Basis zielgerichtete Meilensteine für ein effektives/effizientes Qualitätsmanagement formulieren.

Anwenden

- ◆ das im Grundstudium erworbene Wissen über die Konzeption, Realisierung und Distribution von Medienangeboten sowie zentrale Methoden des Projektmanagements in einem konkreten Studienprojekt praktisch anwenden.

Analyse

- ◆ Problemlösungs- und Reflexionsfähigkeiten im Hinblick auf die Identifikation und Realisierung von Verbesserungspotenzialen entwickeln.

Synthesis

- ◆ grundlegende Schnittstellenkompetenzen in der Kommunikation über Fachgrenzen hinweg und mit externen Auftraggebern entwickeln.

Evaluation

- ◆ Projektprozesse und Projektergebnisse unter ausdrücklicher Berücksichtigung wissenschaftlicher Standards dokumentieren und kritisch bewerten sowie vor einem Fachpublikum öffentlich präsentieren.

► Inhalt

a) Projekt (Teil 2)

- ◆ Abhängig von Studiengang und Aufgabenstellung

► Lehrformen

a) Projekt (Teil 2)

- ◆ Projektarbeit

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Projekt (Teil 2)

- ◆ Erfolgreich abgeschlossenes Projektseminar 1

► Prüfungsformen

a) Projekt (Teil 2)

- ◆ Praktische Arbeit (A) (90%), Semesterbegleitende Präsentation *Prüfungsleistung* 12 LP
(sbPN) (10%)

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 16)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragter:

- ◆ Prodekan*in Lehre

Hauptamtlich Lehrend:

a) Projekt (Teil 2)

- ◆ Alle Professor*innen der Fakultät

► Literatur

a) Projekt (Teil 2)

- ◆ Abhängig von Studiengang und Aufgabenstellung

Wahlpflichtmodul 2

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-16-2651	180 h	6	6	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule	Individuell je nach WPM	4 SWS / 45h	135h	

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ Individuell je nach WPM

► **Inhalt**

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

► **Lehrformen**

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

► **Teilnahmevoraussetzungen**

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

► Prüfungsformen

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

Prüfungsleistung

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 14)
- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 14)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 14)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 16)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragter:

- ◆ Prodekan*in Lehre

Hauptamtlich Lehrend:

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Alle Professor*innen der Fakultät

► Literatur

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

Wahlpflichtmodul 3

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-16-2652	180 h	6	6	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule	Individuell je nach WPM	4 SWS / 45h	135h	

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ Individuell je nach WPM

► **Inhalt**

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

► **Lehrformen**

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

► **Teilnahmevoraussetzungen**

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

► Prüfungsformen

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

Prüfungsleistung

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 14)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 14)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 14)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 16)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragter:

- ◆ Prodekan*in Lehre

Hauptamtlich Lehrend:

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Alle Professor*innen der Fakultät

► Literatur

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

Wahlpflichtmodul 4 / Fremdsprachenmodul

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2853	180 h	6	6	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Fremdsprache 1	Individuell	2 SWS / 22.5h	67.5h	
b) Fremdsprache 2	Individuell	2 SWS / 22.5h	67.5h	

► Lernergebnisse:

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ Individuell je nach gewählter Sprache

► Inhalt

a) Fremdsprache 1

- ◆ Individuell je nach gewählter Sprache

b) Fremdsprache 2

- ◆ Individuell je nach gewählter Sprache

► Lehrformen

a) Fremdsprache 1

- ◆ Individuell je nach gewählter Sprache

b) Fremdsprache 2

- ◆ Individuell je nach gewählter Sprache

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Fremdsprache 1

- ◆ Individuell je nach gewählter Sprache

b) Fremdsprache 2

- ◆ Individuell je nach gewählter Sprache

► Prüfungsformen

a) Fremdsprache 1

- ◆ Klausur (K – 50%), Semesterbegleitende praktische Arbeit (sbA – *Prüfungsleistung* 50%) 3 LP

b) Fremdsprache 2

- ◆ Klausur (K – 50%), Semesterbegleitende praktische Arbeit (sbA – *Prüfungsleistung* 50%) 3 LP

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 16)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragter:

- ◆ Prodekan*in Lehre

Hauptamtlich Lehrend:

a) Fremdsprache 1

- ◆ Alle Dozent*innen der School of Languages and Cultures

b) Fremdsprache 2

- ◆ Alle Dozent*innen der School of Languages and Cultures

► Literatur

a) Fremdsprache 1

- ◆ Individuell je nach gewählter Sprache

b) Fremdsprache 2

- ◆ Individuell je nach gewählter Sprache

Thesis

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-17-2660	540 h	18	7	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Bachelorarbeit	Deutsch		360h	1
b) Thesis Seminar	Deutsch	2 SWS / 22.5h	157.5h	40

► Lernergebnisse:

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ ihre im Laufe des Studiums erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten ganzheitlich in eine wissenschaftliche Arbeit einbringen.
- ◆ zentrale Inhalte und Ziele der Thesis einem Fachpublikum präsentieren.

Verstehen

- ◆ ein tiefgehendes Verständnis komplexer Zusammenhänge entwickeln und darstellen.
- ◆ Grundzüge von Wissenschaftlichkeit erkennen und Wissen dazu vertiefen.

Anwenden

- ◆ Medien, Materialien und Methoden zielgerichtet einsetzen, um ein komplexes Thema zu durchdringen und fachgerecht darzustellen.

Analyse

- ◆ ein Themengebiet durch Fragestellungen eingrenzen und dadurch ein Forschungsergebnis bilden.
- ◆ wissenschaftliche Texte kriteriengeleitet im Hinblick auf Form und Inhalt untersuchen.

Synthesis

- ◆ aus gewonnenen Erkenntnissen lösungsorientierte Ansätze und Modelle entwickeln.
- ◆ die Thesis aufgrund des Feedbacks der BetreuerInnen und des Publikums überarbeiten.

Evaluation

- ◆ Lösungsansätze evaluieren und gewonnene Erkenntnisse erörtern und integrieren.
- ◆ wissenschaftlichen Erkenntnisgewinn qualifiziert beurteilen.

► Inhalt

a) Bachelorarbeit

- ◆ Abhängig von Studiengang und Thesisthema

b) Thesis Seminar

- ◆ Kontinuierliche Diskussion und Präsentation des Arbeitsstandes mit den Thesisbetreuern
- ◆ Vereinbarung von Meilensteinen und Zielen mit den Thesisbetreuern für die Arbeit
- ◆ Thesispräsentation und -diskussion vor öffentlichem Fachpublikum

► Lehrformen

a) Bachelorarbeit

- ◆ Thesis

b) Thesis Seminar

- ◆ Sitzungen mit den BetreuerInnen, öffentliche Thesispräsentation und -diskussion

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Bachelorarbeit

- ◆ Erfolgreicher Verlauf des Studiums, Grundstudium vollständig abgeschlossen, Thesisanmeldung

b) Thesis Seminar

- ◆ Genehmigung des Thesis-Themas durch den Fakultätsprüfungsausschuss DM und Beginn der Thesisbearbeitung

► Prüfungsformen

a) Bachelorarbeit

- | | | |
|--------------|-------------------------|-------|
| ◆ Thesis (T) | <i>Prüfungsleistung</i> | 12 LP |
|--------------|-------------------------|-------|

b) Thesis Seminar

- | | | |
|---------------------|------------------------|------|
| ◆ Präsentation (PN) | <i>Studienleistung</i> | 6 LP |
|---------------------|------------------------|------|

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 14)
- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 14)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 14)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 16)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragter:

- ◆ Prodekan*in Lehre

Hauptamtlich Lehrend:

a) Bachelorarbeit

- ◆ Alle Professor*innen der Fakultät

b) Thesis Seminar

- ◆ Alle Professor*innen der Fakultät

► Literatur

a) Bachelorarbeit

- ◆ Abhängig von Studiengang und Thesisthema

b) Thesis Seminar

- ◆ Abhängig von Studiengang und Thesisthema

Wahlpflichtmodul 5

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-17-2654	180 h	6	7	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule	Individuell je nach WPM	4 SWS / 45h	135h	

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ Individuell je nach WPM

► **Inhalt**

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

► **Lehrformen**

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

► **Teilnahmevoraussetzungen**

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

► Prüfungsformen

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

Prüfungsleistung

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 14)
- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 14)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 14)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 16)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragter:

- ◆ Prodekan*in Lehre

Hauptamtlich Lehrend:

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Alle Professor*innen der Fakultät

► Literatur

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

Wahlpflichtmodul 6

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-17-2655	180 h	6	7	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule	Individuell je nach WPM	4 SWS / 45h	135h	

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ Individuell je nach WPM

► **Inhalt**

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

► **Lehrformen**

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

► **Teilnahmevoraussetzungen**

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

► Prüfungsformen

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

Prüfungsleistung

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 14)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 14)
- ◆ OnlineMedien B.Sc. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 14)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 15)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 16)

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragter:

- ◆ Prodekan*in Lehre

Hauptamtlich Lehrend:

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Alle Professor*innen der Fakultät

► Literatur

a) Wahlpflichtveranstaltung laut Teil 3 Wahlpflichtmodule

- ◆ Individuell je nach WPM

Marketingkonzeption

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-15-2627	180 h	6	5	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
b) Strategische Markenführung	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	60
b) Operatives Marketing	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	35

► Lernergebnisse:

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ die Ziele und Herausforderungen der Markenführung kennen (Strategische Markenführung).

Verstehen

- ◆ Produktentwicklungsprozesse erläutern und den Produktlebenszyklus beschreiben (Operatives Marketing).
- ◆ den Unterschied zwischen Produkten und Marken beschreiben (Strategische Markenführung).

Anwenden

- ◆ Kommunikationsstrategien und -mechanismen entwickeln (Operatives Marketing).
- ◆ die Identität einer Marke durch die Kreation von Markenelementen und Sekundärassoziationen entwickeln (Strategische Markenführung).

Analyse

- ◆ verschiedene Distributionskanäle beurteilen (Operatives Marketing).
- ◆ Marken anhand der Brand-Equity-Pyramide analysieren (Strategische Markenführung).

Synthesis

- ◆ das Käuferverhalten in Konsumenten- und Absatzmärkten umfassend erklären (Operatives Marketing).
- ◆ identifizieren, wie div. Akteure die Markenbedeutung im ko-kreativen Prozess mit beeinflussen (Strategische Markenführung).

Evaluation

- ◆ Markenpositionierung und Portfolio-Strategien (Strategische Markenführung).

► Inhalt

b) Strategische Markenführung

- ◆ Herausforderungen und Ziele – der Markenführung
- ◆ Ko-Kreation der Markenbedeutung
- ◆ Brand Equity nach Keller
- ◆ Markenpositionierung
- ◆ Schaffung der Markenidentität durch Markenelemente und Sekundärassoziationen
- ◆ Markenaufbau und -pflege
- ◆ Markenportfolios und -architektur
- ◆ Markendehnung und -innovation
- ◆ Globale Markenführung
- ◆ Markenführung im B2B- und Dienstleistungssektor

b) Operatives Marketing

- ◆ Käuferverhalten in Konsumenten- und Absatzmärkten
- ◆ Produkte, Dienstleistungen und Marken
- ◆ Produkt-Lebenszyklus
- ◆ Produktinnovation und -elimination
- ◆ Preisstrategien und Preisanpassung
- ◆ Relevante Vertriebsentscheidungen
- ◆ Werbung und PR
- ◆ Persönlicher Verkauf und Verkaufsförderung
- ◆ Direktmarketing und Online Marketing

► Lehrformen

b) Strategische Markenführung

- ◆ Vorlesung

b) Operatives Marketing

- ◆ Vorlesung

► Teilnahmevoraussetzungen

b) Strategische Markenführung

- ◆ Keine

b) Operatives Marketing

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

b) Strategische Markenführung

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K)
- ◆ Semesterbegleitende praktische Arbeit (sbA)

Prüfungsleistung 3 LP

Prüfungsleistung 3 LP

b) Operatives Marketing

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K)

Prüfungsleistung Siehe

Veranstaltung
a)

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 14)
- ◆ Medienkonzeption B.A. (SPO-Version: 15)

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ OnlineMedien B.Sc.

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte:

- ◆ Prof. Dr. Jasmin Baumann

Hauptamtlich Lehrend:

b) Strategische Markenführung

- ◆ Prof. Dr. Jasmin Baumann

b) Operatives Marketing

- ◆ Prof. Dr. Jasmin Baumann

► Literatur

b) Strategische Markenführung

- ◆ Beverland, M.: Brand Management – Co-Creating Meaningful Brands, Sage Publications, London, 2018
- ◆ Burmann, C. et al.: Identitätsbasierte Markenführung: Grundlagen – Strategie – Umsetzung – Controlling, 3. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden, 2018
- ◆ Esch, F.-R.: Strategie und Technik der Markenführung, 9. Auflage, Vahlen, München, 2017
- ◆ Keller, K. L.: Strategic Brand Management, 4. Auflage, Pearson, Harlow, 2012
- ◆ Meffert, H.; Burmann, C.; Koers, M.: Markenmanagement: Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung, 2. Auflage, Springer Gabler, Wiesbaden, 2013

b) Operatives Marketing

- ◆ Meffert, H.; Burmann, C.; Kirchgeorg, M.: Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, 13. Auflage, Gabler, Wiesbaden, 2018
- ◆ Becker, J.: Marketing-Konzeption – Grundlagen des zielstrategischen und operativen Marketing-Managements, 11. Auflage, Vahlen, München, 2018
- ◆ Kotler, P.; Armstrong, G.; Harris, L. C.; Piercy, N.: Grundlagen des Marketings, 6. Auflage, Pearson, München, 2016
- ◆ Kotler, P.; Keller, K. L.; Opresnik, M. O.: Marketing-Management: Konzepte-Instrumente-Unternehmensfallstudien, 15. Auflage, Pearson, München, 2017
- ◆ Kreutzer, R. T.: Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte – Instrumente – Checklisten, 3. Auflage, SpringerGabler, Wiesbaden, 2018

Verteilte Anwendungen

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-15-2631	180 h	6	5	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Verteilte Anwendungen, Vorlesung	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	35
b) Verteilte Anwendungen, Praktikum	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	18

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ die wesentlichen technologischen Grundlagen verteilter Anwendungen benennen.

Verstehen

- ◆ die Teilkomponenten verteilter Anwendungen benennen.
- ◆ die internen Abläufe in verteilten Anwendungen beschreiben.

Anwenden

- ◆ eine Web-Anwendung inklusive Datenbankanbindung umsetzen.
- ◆ verteilte Anwendungen auf der Basis von Socket-Programmierung und RMI umsetzen.

Analyse

- ◆ Software-Architekturen für verteilte Anwendungen einordnen und bewerten.

► Inhalt

a) Verteilte Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Nebenläufige Programmierung
- ◆ Elementare Netzwerkkommunikation zwischen Computerprogrammen (Socket-Programmierung)
- ◆ Services
- ◆ Web-Anwendungen: HTTP, statische und dynamische Seiten, Session-Management
- ◆ Web-Anwendungen
- ◆ Datenbankbindung
- ◆ REST-APIs
- ◆ AJAX

b) Verteilte Anwendungen, Praktikum

- ◆ Die Lehrinhalte der Vorlesung werden mit Hilfe von praktischen Aufgabenstellungen angewandt und vertieft.

► Lehrformen

a) Verteilte Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Vorlesung

b) Verteilte Anwendungen, Praktikum

- ◆ Praktikum mit Aufgaben, die teils in einer oder auch in mehreren Wochen zu bearbeiten sind

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Verteilte Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Grundlagen der imperativen und objektorientierten Programmierung

b) Verteilte Anwendungen, Praktikum

- ◆ Grundlagen der imperativen und objektorientierten Programmierung

► Prüfungsformen

a) Verteilte Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K) *Prüfungsleistung* 3 LP

b) Verteilte Anwendungen, Praktikum

- ◆ Veranstaltungsübergreifende Klausur (K) *Prüfungsleistung* Siehe Veranstaltung a)
- ◆ Semesterbegleitende praktische Arbeit (sbA) *Studienleistung* 3 LP

► Verwendung des Moduls

Pflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc. (SPO-Version: 14)

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ OnlineMedien B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Dr. Dirk Eisenbiegler

Hauptamtlich Lehrend:

a) Verteilte Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Prof. Dr. Dirk Eisenbiegler

b) Verteilte Anwendungen, Praktikum

- ◆ Prof. Dr. Dirk Eisenbiegler

► Literatur

a) Verteilte Anwendungen, Vorlesung

- ◆ Rainer Öchsle: „Parallele und verteilte Anwendungen in Java“, Carl Hanser Verlag, ISBN 978-3446469198
- ◆ Manfred Broy: „Logische und Methodische Grundlagen der Entwicklung verteilter Systeme“, Springer Vieweg, ISBN 978-3662673164
- ◆ Frank Müller-Hofmann: „Programmierung von verteilten Systemen und Webanwendungen mit Java EE“, Springer Vieweg, ISBN 978-3658105112

b) Verteilte Anwendungen, Praktikum

3D Character Production

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-28-2780	180 h	6	Variabel	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) 3D Character Production, Theorie	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	30
b) 3D Character Production, Praktikum	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	30

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ die wesentlichen Herausforderungen beim Erstellen computergenerierter Charaktere erkennen.

Verstehen

- ◆ die unterschiedlichen Arbeitsschritte bei der Erstellung eines digitalen Charakters verstehen.

Anwenden

- ◆ einschlägige Werkzeuge zur Erstellung digitaler Charaktere verwenden.

Analyse

- ◆ bestehende Charakteranimationen untersuchen und analysieren sowie die Komplexität von Animationsaufgaben erfassen.

Synthesis

- ◆ komplexe Character-Animationsaufgaben in Einzelschritte aufbrechen und bearbeiten.

► Inhalt

a) 3D Character Production, Theorie

- ◆ Grundlagen 3D-Modellierung für Charakteranimation (Poly- vs. Box-Modeling)
- ◆ Topologie
- ◆ Grundlagen der bipeder Biomechanik
- ◆ Koordinatensysteme / Hierarchie
- ◆ Character Rigging (Arme, Beine, Wirbelsäule)
- ◆ Forward und Inverse Kinematik Animation
- ◆ Animation eines Walk-Cycle

b) 3D Character Production, Praktikum

- ◆ Übungen 3D-Modellierung für Charaktermodelle
- ◆ Übungen zum Rigging für Skelettanimation
- ◆ Übungen zum Rigging von Muskulatur
- ◆ Übungen zum Skinning eines eigenen Charaktermodells
- ◆ Übungen zu Forward und Inverse Kinematik Animation
- ◆ Übungen zur Animation eines Walk-Cycle

► Lehrformen

a) 3D Character Production, Theorie

- ◆ Vorlesung

b) 3D Character Production, Praktikum

- ◆ Übung, Praktikum

► Teilnahmevoraussetzungen

a) 3D Character Production, Theorie

- ◆ Pflichtveranstaltung Computergrafik aus dem Grundstudium oder vergleichbare Kenntnisse

b) 3D Character Production, Praktikum

- ◆ Pflichtveranstaltung Computergrafik aus dem Grundstudium oder vergleichbare Kenntnisse

► Prüfungsformen

a) 3D Character Production, Theorie

- ◆ Laborarbeit (L) *Studienleistung* 3 LP

b) 3D Character Production, Praktikum

- ◆ praktische Arbeit (A) *Prüfungsleistung* 3 LP

► Verwendung des Moduls

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ OnlineMedien B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.
- ◆ Musikdesign B.Mus.

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Christoph Müller

Hauptamtlich Lehrend:

a) 3D Character Production, Theorie

- ◆ David Lochmann

b) 3D Character Production, Praktikum

- ◆ David Lochmann

► Literatur

a) 3D Character Production, Theorie

- ◆ Williams, Richard : The Animators Survival Kit, ISBN-13: 9780865478978
- ◆ Osipa, Jason: Stop Staring, ISBN: 9780470939611

b) 3D Character Production, Praktikum

- ◆ Siehe Veranstaltung a)

CRM

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-28-2518	90 h	3	Variabel	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) CRM	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	20

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ grundlegende Dimensionen von CRM-Systemen beschreiben.

Verstehen

- ◆ zentrale Maßnahmen der Kundengewinnung, -bindung und -rückgewinnung darstellen.

Anwenden

- ◆ die Grundkomponenten eines CRM-Systems entwerfen.

Analyse

- ◆ zu Einschätzungen des Kundenwertes gelangen, beispielsweise über den Customer Lifetime Value-Ansatz.

► Inhalt

a) CRM

- ◆ Ziele und Bedeutung des Customer-Relationship-Management
- ◆ Statische (Kundendeckungsbeitrag) und dynamische Verfahren (Kundenkapitalwert / CLV) der Kundenwertberechnung
- ◆ Data Base Marketing
- ◆ Projektmanagement CRM
- ◆ Churn-Management
- ◆ Beschwerdemanagement

► Lehrformen

a) CRM

- ◆ Vorlesung, seminaristischer Unterricht

► Teilnahmevoraussetzungen

a) CRM

- ◆ Grundlagen der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre und des Marketings

► Prüfungsformen

a) CRM

- ◆ Klausur (K) *Prüfungsleistung* 3 LP

► Verwendung des Moduls

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ OnlineMedien B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.
- ◆ Musikdesign B.Mus.

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Dr. Gotthard Pietsch

Hauptamtlich Lehrend:

a) CRM

- ◆ Prof. Paul Maciejewski

► Literatur

a) CRM

- ◆ Bruhn, Manfred: Relationship Marketing. Das Management der Kundenbeziehungen, 3. Auflage, München, 2013
- ◆ Homburg, Christian; Kuester, Sabine; Kromer, Harley: Marketing Management: A Contemporary Perspective, 2. Auflage, London, 2012
- ◆ Winkelmann, Peter: Vertriebskonzeption und Vertriebssteuerung. Die Instrumente des integrierten Kundenmanagements, 5. Auflage, München, 2012

Drehbuchseminar

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-28-2519	90 h	3	Variabel	WiSe/SoSe	1
<hr/>					
Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:	
a) Drehbuchseminar	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	12	

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ bestimmte Erzählmodelle skizzieren und Grundelemente der Drehbuchtheorie benennen.

Verstehen

- ◆ die Bedeutung erzählerischer Konstruktionen und ihre Wirkungen auf den Zuschauer verstehen.

Anwenden

- ◆ Elemente der klassischen Erzählweise bei der eigenen Stoffentwicklung verwenden.

Analyse

- ◆ subjektive Einschätzungen zu Filmstoffen in objektiv nachvollziehbare Bewertungen überführen.

Synthesis

- ◆ einen eigenen Filmstoff bis zur Exposéstufe entwickeln.

► **Inhalt**

a) Drehbuchseminar

- ◆ Erzählmodell: 3-Akt-Struktur
- ◆ Erzählmodell: Heldenreise
- ◆ Grundlagen der Drehbuchtheorie
- ◆ Filmstoffentwicklung

► Lehrformen

a) Drehbuchseminar

- ◆ Seminar

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Drehbuchseminar

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Drehbuchseminar

- ◆ Hausarbeit (H)

Prüfungsleistung

3 LP

► Verwendung des Moduls

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ OnlineMedien B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.
- ◆ Musikdesign B.Mus.

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Martin Aichele

Hauptamtlich Lehrend:

a) Drehbuchseminar

- ◆ Michael Geier

► Literatur

a) Drehbuchseminar

- ◆ Field, Syd: Das Drehbuch
- ◆ McKee, Robert: Story
- ◆ Vogler, Christopher: Die Odyssee des Drehbuchschreibers

Echtzeit-Computergrafik

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-28-2752	180 h	6	Variabel	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Echtzeit-Computergrafik, Grundlagen	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	12
b) Echtzeit-Computergrafik, Praktische Erfahrung	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	12

► Lernergebnisse:

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ den Aufbau einer Echtzeit Computergrafik Pipeline sowie das Zusammenspiel moderner Schnittstellen und aktuellen GPUs verstehen.

Verstehen

- ◆ die Anforderungen an performante Echtzeit Computergrafik Anwendungen erkennen und formulieren.

Anwenden

- ◆ im Rahmen der Programmierung lösungsorientierte Konzeptionen für eine komplexe Problemstellung entwickeln.

Analyse

- ◆ das Zusammenspiel zusätzlicher APIs in der eigenen Echtzeit Computergrafik Applikation beurteilen.

Synthesis

- ◆ interaktive Echtzeit Visualisierungen in geeigneten Werkzeugen umsetzen.

Evaluation

- ◆ die eigene Semesterarbeit kritisch betrachten und Verbesserungen/Optimierungen eruieren.

► Inhalt

a) Echtzeit-Computergrafik, Grundlagen

- ◆ Grundlegende Konzepte der Echtzeit Computergrafik und Aufbau nebst Funktion moderner GPUs
- ◆ Verständnis vom Aufbau einer Echtzeit Computergrafik Applikation basierend auf OpenGL und modernen APIs
- ◆ Anwendung der Programmable Function Pipeline
- ◆ Verständnis von Lighting und Shading Modellen
- ◆ Anwendung/Realisierung unterschiedlicher Benutzerinteraktionsmöglichkeiten
- ◆ Anwendung/Realisierung prozeduraler Animationen
- ◆ Technische Grundlagen für Augmented und Virtual Reality Anwendungen
- ◆ Einführung in Real Time Raytracing / Path Tracing

b) Echtzeit-Computergrafik, Praktische Erfahrung

- ◆ Eigene Implementierung und Präsentation einer Echtzeit-Computergrafik Anwendung
- ◆ Übungen zur Implementierung von Vertex und Fragment Shader
- ◆ Übungen zur Darstellung von 3D Objekten
- ◆ Übungen zur Implementierung unterschiedlicher Benutzereingaben
- ◆ Übungen für gängige prozedurale Animationen von 3D Objekten
- ◆ Übungen zur Code Optimierung und Leistungssteigerung
- ◆ Übungen, Realisierung von Augmented und Virtual Reality Anwendungen
- ◆ Einsatz von Spatial Audio

► Lehrformen

a) Echtzeit-Computergrafik, Grundlagen

- ◆ Vorlesung

b) Echtzeit-Computergrafik, Praktische Erfahrung

- ◆ Übung, Praktikum

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Echtzeit-Computergrafik, Grundlagen

- ◆ Pflichtveranstaltung Computergrafik aus dem Grundstudium oder vergleichbare Kenntnisse

b) Echtzeit-Computergrafik, Praktische Erfahrung

- ◆ Pflichtveranstaltung Computergrafik aus dem Grundstudium oder vergleichbare Kenntnisse

► Prüfungsformen

a) Echtzeit-Computergrafik, Grundlagen

- ◆ Praktische Arbeit (A) *Prüfungsleistung* 3 LP

b) Echtzeit-Computergrafik, Praktische Erfahrung

- ◆ Semesterbegleitende Praktische Arbeit (sbA) *Prüfungsleistung* 3 LP

► Verwendung des Moduls

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ OnlineMedien B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.
- ◆ Musikdesign B.Mus.
- ◆ Medieninformatik M.Sc.
- ◆ Design Interaktiver Medien M.A.
- ◆ MusicDesign M.A.
- ◆ Alle Studiengänge der HFU

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Dr. Uwe Hahne

Hauptamtlich Lehrend:

a) Echtzeit-Computergrafik, Grundlagen

- ◆ Clemens Sielaff

b) Echtzeit-Computergrafik, Praktische Erfahrung

- ◆ Clemens Sielaff

► Literatur

a) Echtzeit-Computergrafik, Grundlagen

- ◆ Möller, Tomas, et al. Real-time Rendering, Fourth edition, Boca Raton, FL: CRC Press, 2018

b) Echtzeit-Computergrafik, Praktische Erfahrung

- ◆ Baruah, Rakesh: AR and VR Using the WebXR API, Apress, 2021

Interfacedesign in Music

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-2024-2879	180 h	6	Variabel	WiSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
	Deutsch / Englisch	4 SWS / 45h	135h	18

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ grundlegende Konzepte und Techniken (digitaler) musikalischer Interfaces benennen.

Verstehen

- ◆ grundlegende Konzepte und Techniken musikalischer Interfaces (Mensch-Maschine-Schnittstellen) verstehen.

Anwenden

- ◆ grundlegende Konzepte und Techniken musikalischer Interfaces anwenden.

Analyse

- ◆ die Konzepte und Techniken existierender musikalischer Interfaces zuordnen.

Synthesis

- ◆ einfache musikalische Interfaces konzipieren und umsetzen.

Evaluation

- ◆ die Konzeption und Umsetzung musikalischer Interfaces beurteilen.

► Inhalt

a) Interfacedesign in Music

- ◆ Übersicht über existierende musikalische Interfaces
- ◆ Grundliegende Konzepte, Techniken und Werkzeuge in der Entwicklung musikalischer Interfaces
- ◆ Ästhetische Grundlagen musikalischer Interfaces
- ◆ Entwicklung eigener musikalischer Interfaces
- ◆ Entwicklung eigener Performances und Installationen auf der Basis musikalischer Interfaces

► Lehrformen

a) Interfacedesign in Music

- ◆ Seminar

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Interfacedesign in Music

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Interfacedesign in Music

- | | | |
|-------------------------|-------------------------|------|
| ◆ Praktische Arbeit (A) | <i>Prüfungsleistung</i> | 4 LP |
| ◆ Referat (R) | <i>Studienleistung</i> | 2 LP |

► Verwendung des Moduls

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ OnlineMedien B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.
- ◆ Musikdesign B.Mus.
- ◆ Medieninformatik M.Sc.
- ◆ Design Interaktiver Medien M.A.
- ◆ Alle Studiengänge der HFU

► **Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende**

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Dr. Norbert Schnell

Hauptamtlich Lehrend:

a) Interfacedesign in Music

- ◆ Prof. Dr. Norbert Schnell
- ◆ Dr. Joachim Gossmann

► Literatur

a) Interfacedesign in Music

- ◆ E.R. Miranda and M.M. Wanderley: *New Digital Musical Instruments: Control and Interaction Beyond the Keyboard*, 2006, ISBN: 9780895795854
- ◆ Alberto de Campo, Hauke Egermann, Sarah-Indriyati Hardjowirogo, Stefan Weinzierl, Till Bovermann (eds.): *Musical Instruments in the 21st Century – Identities, Configurations, Practices*, 2016, ISBN: 9789811029516
- ◆ Alexander Refsum Jensenius, Michael J. Lyons: *A NIME Reader – Fifteen Years of New Interfaces for Musical Expression*, 2017, ISBN: 9783319472140
- ◆ Mike Cook: *Arduino Music and Audio Projects*, 2015, ISBN: 9781484217214
- ◆ Allan Seago, Katie Wilkie, Paul Mulholland, Simon Holland (eds.): *Music and Human-Computer Interaction*, 2013, ISBN: 9781447129905
- ◆ Marc Leman, Micheline Lesaffre, Pieter-Jan Maes (eds.): *The Routledge Companion to Embodied Music Interaction*, 2017, ISBN: 9781317219736

Live GLFtv

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-28-2749	180 h	6	Variabel	WiSe/SoSe	1
<hr/>					
Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:	
a) Live GLFtv	Deutsch	4 SWS / 45h	135h	15	

► Lernergebnisse:

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ Konzeptionen für Live-Sendungen und Live-Sendetechnik kennenlernen.
- ◆ Methoden der Bildgestaltung und Dramaturgie für Medienproduktionen kennenlernen.

Verstehen

- ◆ im Team eine Konzeption für Live-Sendungen entwickeln.
- ◆ Methoden der Bildgestaltung und Dramaturgie auf Konzepte für eigene Medienproduktionen anwenden.

Anwenden

- ◆ sich in mindestens einen Aufgabenbereich einarbeiten (Sendeleitung, Moderation, Kamera, Licht, Bildregie, Tonregie, Trailer, Chat, Social Media).
- ◆ Medienproduktionen nach selbst erarbeiteten Drehplänen umsetzen.

Analyse

- ◆ Sendehalte für den eigenen Arbeitsbereich aufbereiten.
- ◆ selbst gedrehte Medienproduktionen dramaturgisch und zuschauerorientiert montieren.

Synthesis

- ◆ Live-TV-Sendungen praktisch umsetzen.
- ◆ eigene crossmediale Medienproduktionen zur Veröffentlichung umsetzen.

Evaluation

- ◆ den Sendemitschnitt kritisch reflektieren und bewerten.
- ◆ die eigene Medienkonzeption kritisch reflektieren und bewerten.

► Inhalt

a) Live GLFtv

- ◆ Sendeplanung
- ◆ Sendeleitung
- ◆ Moderation/Interview
- ◆ Kamera
- ◆ Bildregie/Tonregie
- ◆ Sendebegleitung Social Media
- ◆ Interaktion
- ◆ Storytelling
- ◆ Drehplanung

► Lehrformen

a) Live GLFtv

- ◆ Seminar

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Live GLFtv

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Live GLFtv

- ◆ Praktische Arbeit (A) *Prüfungsleistung* 6 LP

► Verwendung des Moduls

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ OnlineMedien B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.
- ◆ Musikdesign B.Mus.

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Martin Aichele

Hauptamtlich Lehrend:

a) Live GLFtv

- ◆ Prof. Christian Fries

► Literatur

a) Live GLFtv

- ◆ Schomers, Michael: Der kurze TV-Beitrag (Praktischer Journalismus), 2012
- ◆ Vinzens, Peter: So geht Fernsehen! Ein Leitfaden für Profis und die, die es werden wollen, 2015
- ◆ Raschke, Heiko: Szenische Auflösung: Inszenieren für die Kamera (Praxis Film), 2018
- ◆ Lanzenberger, Wolfgang: Live-TV: Produzieren und senden in Echtzeit (Praxis Film), 2015
- ◆ Schettler, Falk: Das stärkste Bild zuerst: Filmgestaltung für TV-Journalisten, 2013
- ◆ Vollmann, Stefanie: Videojournalisten als Storyteller: Eine Chance für neue authentische Narrationsformen in der TV-Landschaft, 2018

Performance Marketing

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-28-2524	90 h	3	Variabel	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Performance Marketing	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	25

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Verstehen

- ◆ verschiedene Disziplinen des Performance Marketings im Hinblick auf die Zielsetzung vergleichen.
- ◆ mindestens drei verschiedene Werbemöglichkeiten die Google anbietet auseinanderhalten.

Anwenden

- ◆ den Erfolg von Performance Marketing Kampagnen anhand von Key Performance Indikatoren bewerten.

Analyse

- ◆ Webseiten in Bezug auf Usability und SEO-Tauglichkeit analysieren.

Synthesis

- ◆ ein grundlegendes KPI Framework zur Messung der Kampagnenperformance entwickeln.
- ◆ Optimierungsmaßnahmen in den Bereichen SEO, SEA und Conversion Optimization entwickeln.

Evaluation

- ◆ bestehende Online Marketing Kampagnen kritisch hinterfragen in Bezug auf Zielvorgabe und Zielerreichung (Effektivität / Effizienz).

► Inhalt

a) Performance Marketing

- ◆ Online Marketing im Allgemeinen
- ◆ Werbung und Marketing in und mit Suchmaschinen – schwerpunktmäßig Google
- ◆ Kennzahlen und Kenngrößen im Onlinemarketing, Ziele und Strategien von Online Marketing Kampagnen
- ◆ Conversion Optimization: Website, Landingpage, Kategorie- & Detailseiten, der Check-out Prozess
- ◆ SEO – Suchmaschinenoptimierung
- ◆ Optimierung bestehender Google AdWords Accounts
- ◆ Vergütungsmodelle in der Zusammenarbeit von Agenturen und werbetreibenden Unternehmen
- ◆ Weitere Werbeformen in und mit Google (z.B. Google Display Network – GDN, Product Listed Ads – PLA, Google Local etc.)

► Lehrformen

a) Performance Marketing

- ◆ Vorlesung, Übung, Gruppenarbeit

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Performance Marketing

- ◆ Nur Studierende ab dem 4. Semester

► Prüfungsformen

a) Performance Marketing

- ◆ Semesterbegleitende Präsentation (sbP) *Studienleistung* 3 LP

► Verwendung des Moduls

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ OnlineMedien B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.
- ◆ Musikdesign B.Mus.

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Dr. Christoph Zydorek

Hauptamtlich Lehrend:

a) Performance Marketing

- ◆ Marcus Koch

► Literatur

a) Performance Marketing

- ◆ Fischer, Mario: Website Boosting 2.0: Suchmaschinen-Optimierung, Usability, Online-Marketing, ISBN-13: 978-3826617034
- ◆ www.google.com/analytics/learn/
- ◆ support.google.com/adwords/?hl=en#topic=3119071
- ◆ moz.com/blog
- ◆ www.kaushik.net/avinash/
- ◆ Croll, Alistair; Yoskovitz, Benjamin: Lean Analytics: Use Data to Build a Better Startup Faster, ISBN-13: 978-1449335670

Recht der digitalen Medien

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-28-2707	90 h	3	Variabel	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Recht der digitalen Medien	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	25

► Lernergebnisse:

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ die Struktur der für die digitalen Medien relevanten deutschen Gesetze beschreiben.

Verstehen

- ◆ die grundlegenden Regelungen des Rechts der digitalen Medien verstehen.

Anwenden

- ◆ gesetzliche Anspruchsgrundlagen auf einfache Sachverhalte prüfen.

Analyse

- ◆ komplexe Sachverhalte in Grundzügen in die rechtlich relevanten Sachverhalte aufschlüsseln und die Rechtsbeziehungen der Beteiligten ermitteln.

Synthesis

- ◆ Rechtsprobleme erkennen und einfache Softwareverträge rechtskonform gestalten.

Evaluation

- ◆ die Erfolgsaussichten einer einfachen gerichtlichen Streitigkeit bewerten.

► Inhalt

a) Recht der digitalen Medien

- ◆ Einführung in die einzelnen Vertragsarten (Sonderstatus Lizenzvertrag)
- ◆ Überblick über die gewerblichen Schutzrechte des geistigen Eigentums:
 - Patentrecht
 - Markenrecht
 - Urheberrecht und KUG (Recht am eigenen Bild)
 - Designrecht
 - Ggf. Wettbewerbsrecht (UWG)

► Lehrformen

a) Recht der digitalen Medien

- ◆ Vorlesung

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Recht der digitalen Medien

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Recht der digitalen Medien

- ◆ Klausur (K)

Prüfungsleistung

3 LP

► Verwendung des Moduls

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ OnlineMedien B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.
- ◆ Musikdesign B.Mus.

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Martin Aichele

Hauptamtlich Lehrend:

a) Recht der digitalen Medien

- ◆ Marion Plum

► Literatur

a) Recht der digitalen Medien

- ◆ Gesetzestexte sind Pflichtliteratur. Bitte diese unbedingt anschaffen, da die Vorlesung ohne die aktive Arbeit mit Gesetzen nicht durchführbar ist.
- ◆ Bürgerliches Gesetzbuch BGB, z.B. Beck-Texte im dtv (Auflage egal)
- ◆ Patentgesetz
- ◆ Markengesetz
- ◆ Urheberrechtsgesetz
- ◆ KunstUrhG
- ◆ Designgesetz
- ◆ UWG, z.B. Vorschriftensammlung Eckart/Klett Wettbewerbsrecht
- ◆ Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht beim C.F. Müller Verlag oder einzeln über Beck-Texte im dtv (Auflage jeweils egal)

Schreibwerkstatt – Professionelles Texten

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-28-2788	90 h	3	Variabel	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Schreibwerkstatt – Professionelles Texten	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	15

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ Ideen zu Papier bringen, Schreibstil, Wortschatz, Ausdrucksfähigkeit verbessern, verschiedene Textarten kennenlernen sowie Inhalte finden und strukturieren.
- ◆ dramaturgische Kenntnisse (wie z.B. Dreiakter, Heldenreise) anwenden.

Verstehen

- ◆ eine Text-Konzeption entwickeln und schlüssig sprachlich begründen.

Anwenden

- ◆ Texte für unterschiedliche Zielgruppen erstellen.

► **Inhalt**

a) Schreibwerkstatt – Professionelles Texten

- ◆ Erzählformate
- ◆ Konflikte und Spannung erzeugen
- ◆ Emotionen
- ◆ Leitideen und Themen entwickeln
- ◆ Storytelling und Medienstrategie
- ◆ Schreibstil

► Lehrformen

a) Schreibwerkstatt – Professionelles Texten

- ◆ Seminar

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Schreibwerkstatt – Professionelles Texten

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Schreibwerkstatt – Professionelles Texten

- ◆ Praktische Arbeit (A)

Prüfungsleistung

3 LP

► Verwendung des Moduls

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ OnlineMedien B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.
- ◆ Musikdesign B.Mus.
- ◆ Medieninformatik M.Sc.
- ◆ Design Interaktiver Medien M.A.
- ◆ Alle Studiengänge der HFU

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Christian Fries

Hauptamtlich Lehrend:

a) Schreibwerkstatt – Professionelles Texten

- ◆ N.N. N.N.

► Literatur

a) Schreibwerkstatt – Professionelles Texten

- ◆ Schneider, Wolf: Deutsch für Kenner, Piper 1996, 5. Auflage 2009
- ◆ Schneider, Wolf: Deutsch für junge Profis, Rowolt Taschenbuch 2011
- ◆ Laue, Mara: Von der Idee zum fertigen Text, BoD Norderstedt, 2011
- ◆ Clark, Roy Peter: 50 Werkzeuge für gutes Schreiben, Autorenhaus Verlag Berlin, 2009
- ◆ Englert, Silvia: Autorenhandbuch, Autorenhaus Verlag Berlin, 2012
- ◆ Frey, James, N.: Wie man einen verdammt guten Roman schreibt, Emons Verlag, 1994

Selbstorganisation – das richtige Zeitmanagement

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-28-2773	90 h	3	Variabel	WiSe	1
<hr/>					
Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:	
a) Selbstorganisation – das richtige Zeitmanagement	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	12	

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ erkennen, warum Zeitmanagement wichtig ist.

Verstehen

- ◆ Prozesse des Zeitmanagement verstehen und beurteilen.

Anwenden

- ◆ optimale Arbeitsplanung, -vorbereitung und -durchführung kennen lernen.

Analyse

- ◆ Methoden und Techniken des Zeitmanagements anwenden.

Synthesis

- ◆ Unterschiedliche Techniken mit Blick auf die eigene Arbeitsweise bewerten, analysieren und für sich entwickeln.

► Inhalt

a) Selbstorganisation – das richtige Zeitmanagement

- ◆ Der eigene Arbeitsstil (Stärken/Schwächen erkennen, Tätigkeits-/ Zeitanalyse, Zeiteinteilung optimieren)
- ◆ Bedeutung von Zielen
- ◆ Prioritäten setzen
- ◆ Einsatz von einfachen Hilfsmitteln
- ◆ Zielformulierung
- ◆ Aktivitätenplant
- ◆ Störfaktoren erkennen
- ◆ Effektivität und Effizienz steigern

► Lehrformen

a) Selbstorganisation – das richtige Zeitmanagement

- ◆ Vorlesung (V)

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Selbstorganisation – das richtige Zeitmanagement

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Selbstorganisation – das richtige Zeitmanagement

- ◆ Praktische Arbeit (A)

Prüfungsleistung

3 LP

► Verwendung des Moduls

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ OnlineMedien B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.
- ◆ Musikdesign B.Mus.

► **Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende**

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Martin Aichele

Hauptamtlich Lehrend:

a) Selbstorganisation – das richtige Zeitmanagement

- ◆ Prof. Michael Hoyer

► **Literatur**

a) Selbstorganisation – das richtige Zeitmanagement

- ◆ Covey, Stephen R. – Die 7 Wege zur Effektivität
- ◆ Covey, Stephen R. – Der Weg zum Wesentlichen
- ◆ Küstenmacher, Werner Tiki; Seiwert, Lothar: Simplify your life

Typografie 1

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-28-2514	180 h	6	Variabel	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Typografie 1	Deutsch	4 SWS / 45h	135h	18

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ die wichtigsten typografischen Grundlagen erkennen.

Verstehen

- ◆ typografische Gestaltungen anfertigen.

Anwenden

- ◆ Schriftarten unterscheiden und Klassifikation anwenden.

Analyse

- ◆ Satz beurteilen und selber mit Layoutprogrammen umsetzen.

Synthesis

- ◆ typografische Logos für diverse Anwendungen erstellen.

Evaluation

- ◆ sich mit den Grundlagen und Voraussetzungen von Schrift und Typografie auseinandersetzen.

► Inhalt

a) Typografie 1

- ◆ Klassifikation
- ◆ Schriftfamilien und Schnitte
- ◆ Schriftkonstruktion
- ◆ Lesetypografie
- ◆ Buchstabenanatomie
- ◆ Antiqua, Grotesk und modern
- ◆ Satz
- ◆ Bildschirmtypografie
- ◆ Layout
- ◆ Typografische Logos

► Lehrformen

a) Typografie 1

- ◆ Vorlesung, Seminar

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Typografie 1

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Typografie 1

- ◆ Praktische Arbeiten (A)

Prüfungsleistung

6 LP

► Verwendung des Moduls

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ OnlineMedien B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.
- ◆ Musikdesign B.Mus.

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Christian Fries

Hauptamtlich Lehrend:

a) Typografie 1

- ◆ Sören Comes

► Literatur

a) Typografie 1

- ◆ Wilberg, Werner: Lesetypographie, Mainz, 1996
- ◆ Weidemann, Kurt: Wo der Buchstabe das Wort führt, Ostfildern, 1997
- ◆ Spiekermann, Erik: Ursache und Wirkung, Berlin, 1994
- ◆ Rüegg, Ruedi: Typografische Grundlagen, Handbuch für Technik und Gestaltung, Zürich, 1972
- ◆ Zuffo, Dario: Grundlagen der visuellen Gestaltung, Zürich, 1990

Web-Analytics und User Research

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-28-2785	180 h	6	Variabel	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Web-Analytics	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	20
b) UX Research	Deutsch	2 SWS / 22.5h	67.5h	20

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ die grundlegenden Prozesse und Methoden des User Testings benennen.
- ◆ die wesentlichen Unterschiede zwischen Metriken und Dimensionen sowie weitere Grundlagen von Google Analytics erkennen.

Verstehen

- ◆ die richtigen quantitativen und qualitativen Methoden für den richtigen Anwendungszweck anwenden.

Anwenden

- ◆ Daten aus einer vorherigen Analyse zielgruppenspezifisch auswerten und aufbereiten.
- ◆ die Methoden UX Testing und Online Umfrage entwickeln und umsetzen.

Analyse

- ◆ Ergebnisse aus den Analysen auswerten.

Synthesis

- ◆ die Ergebnisse von quantitativen und qualitativen Testings kombinieren, um aussagekräftige Handlungsempfehlungen zu erstellen.
- ◆ Analytics-Daten interpretieren und mit anderen Metriken und Dimensionen kombinieren.

Evaluation

- ◆ Ergebnisse zielgruppenspezifisch präsentieren und auf kritische Gegenfragen antworten.

► Inhalt

a) Web-Analytics

- ◆ Grundlagen der Webanalyse (Metriken, Dimensionen, Standardreports)
- ◆ Trackingmöglichkeiten, Implementierung und Datenerhebung
- ◆ Fortgeschrittene Webanalyse (Segmentierung, Dashboards, Ziele und individuelles Reporting)
- ◆ Anwendung von Google Analytics in der Webanalyse
- ◆ Analytics als Basis zur Performance-Optimierung
- ◆ Conversion und Usability
- ◆

b) UX Research

- ◆ Basics User Centered Design-Prozess
- ◆ Research Basics
- ◆ Methodenkompetenz Research
- ◆ Rekrutierung von Probanden
- ◆ Erstellung Leitfaden
- ◆ Bedienung Aufnahmesoftware für Testings
- ◆ Ergebnisse auswerten
- ◆ Regelmäßige praktische Anwendungen des Gelernten

► Lehrformen

a) Web-Analytics

- ◆ Online-Lehrveranstaltung, Gruppenarbeit

b) UX Research

- ◆ Online-Lehrveranstaltung, Gruppenarbeit

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Web-Analytics

- ◆ Keine

b) UX Research

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Web-Analytics

- ◆ Semesterbegleitende Praktische Arbeit (sbA) (50%), *Studienleistung* 3 LP
Semesterbegleitende Präsentation (sbP) (50%)

b) UX Research

- ◆ Semesterbegleitende Praktische Arbeit (sbA) (50%), *Prüfungsleistung* 3 LP
Semesterbegleitende Präsentation (sbP) (50%)

► Verwendung des Moduls

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ OnlineMedien B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.
- ◆ Musikdesign B.Mus.

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Dr. Christoph Zydorek

Hauptamtlich Lehrend:

a) Web-Analytics

- ◆ Marc Schweickhardt

b) UX Research

- ◆ Marc Schweickhardt

► Literatur

a) Web-Analytics

- ◆ Hassler, Marco: Web Analytics: Metriken auswerten, Besucherverhalten verstehen, Website optimieren
- ◆ Aden, Timo: Google Analytics: Implementieren. Interpretieren. Profitieren
- ◆ Kaushik, Avinash: Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity

b) UX Research

- ◆ Nunnaly, Brad; Farkas, David: UX Research: Practical Techniques for Designing Better Products, O'Reilly UK, 2016, ISBN: 978-1491951293
- ◆ Marsh, Stephanie: User Research: A Practical Guide to Designing Better Products and Services, Kogan Page, 2018, ISBN: 978-0749481049

Zeichnen 1

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-28-2531	180 h	6	Variabel	WiSe/SoSe	1

Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:
a) Zeichnen 1	Deutsch	4 SWS / 45h	135h	20

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ Grundlagenwissen anwenden.

Verstehen

- ◆ zeichnerische Abbildungen anfertigen.

Anwenden

- ◆ eine zeichnerische Konzeption (Storyboard) entwickeln.

Analyse

- ◆ differenzierte Wahrnehmungsaufgaben lösen.

Synthesis

- ◆ differenzierte Bildgestaltungen erkennen und eigenständig Zeichnungen aus der Vorstellung anfertigen.

► Inhalt

a) Zeichnen 1

- ◆ Sachzeichnen
- ◆ Perspektive
- ◆ Feder und Tusche
- ◆ Skribble
- ◆ Beobachtungsgabe trainieren und steigern
- ◆ Blickwinkel
- ◆ Menschen zeichnen
- ◆ Beurteilen von grafischen Arbeiten

► Lehrformen

a) Zeichnen 1

- ◆ Seminar

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Zeichnen 1

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Zeichnen 1

- ◆ Praktische Arbeiten (A)

Prüfungsleistung

6 LP

► Verwendung des Moduls

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ OnlineMedien B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.
- ◆ Musikdesign B.Mus.

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Christian Fries

Hauptamtlich Lehrend:

a) Zeichnen 1

- ◆ Alexandra Junge

► Literatur

a) Zeichnen 1

- ◆ Edwards, Betty: Garantiert zeichnen lernen. Das Geheimnis der rechten Hirnhemisphäre, 1982
- ◆ Binnig, Gerd: Aus dem Nichts. Über die Kreativität von Natur und Mensch, München, 1989
- ◆ Gray, Peter: Zeichnen lernen. Praktisches Handbuch für den angehenden und fortgeschrittenen Zeichner, Köln, 2006

Zeichnen 2, Figürliches Zeichnen und Storyboard Design

Kennnummer:	Workload:	Credits:	Studiensemester:	Häufigkeit:	Dauer:
DM-28-2771	180 h	6	Variabel	WiSe/SoSe	1
<hr/>					
Veranstaltung:	Sprache:	Kontaktzeit:	Selbststudium:	Gruppengröße:	
a) Zeichnen 2, Figürliches Zeichnen und Storyboard Design	Deutsch	4 SWS / 45h	135h	15	

► **Lernergebnisse:**

Nachdem Studierende das Modul erfolgreich abgeschlossen haben, können Sie

Wissen / Kenntniss

- ◆ Storyboards schnell und sicher skizzieren.

Verstehen

- ◆ Figuren im räumlichen Kontext zeichnen und dabei gestalterische Mittel wie Perspektive, Bildkomposition und Bildeinstellung bewusst einsetzen.

Anwenden

- ◆ Vorgegebene Drehbuchvorlagen in Storyboards umsetzen.

Analyse

- ◆ ein Gefühl für die Atmosphäre von Drehbuchtexten entwickeln und daraus eine angemessene zeichnerische Umsetzung entwickeln.

Synthesis

- ◆ angewandte Zeichnungen aus der Vorstellung erstellen.

► Inhalt

a) Zeichnen 2, Figürliches Zeichnen und Storyboard Design

- ◆ Figürliches Zeichnen:
 - Proportionen der männlichen und weiblichen Figur
 - Kinder verschiedener Altersstufen
 - Verkürzung, Verkrümmung und Bewegung
 - Zeichentechnik
- ◆ Storyboards Zeichnen:
 - Figur im räumlichen Kontext
 - Szenen skizzieren
 - Kamerabewegungen und Szenenwechsel
 - Bildkomposition und Bildwirkung
 - Bildeinstellungen
 - Stimmige Settings anlegen

► Lehrformen

a) Zeichnen 2, Figürliches Zeichnen und Storyboard Design

- ◆ Seminar

► Teilnahmevoraussetzungen

a) Zeichnen 2, Figürliches Zeichnen und Storyboard Design

- ◆ Keine

► Prüfungsformen

a) Zeichnen 2, Figürliches Zeichnen und Storyboard Design

- ◆ Praktische Arbeiten (A)

Prüfungsleistung

6 LP

► Verwendung des Moduls

Wahlpflichtmodul in:

- ◆ Medieninformatik B.Sc.
- ◆ OnlineMedien B.Sc.
- ◆ Medienkonzeption B.A.
- ◆ Musikdesign B.Mus.

► Modulbeauftragte*r und hauptamtliche Lehrende

Modulbeauftragte*r:

- ◆ Prof. Christian Fries

Hauptamtlich Lehrend:

a) Zeichnen 2, Figürliches Zeichnen und Storyboard Design

- ◆ Prof. Christian Fries
- ◆ Alexandra Junge

► Literatur

a) Zeichnen 2, Figürliches Zeichnen und Storyboard Design

- ◆ Bammes, Gottfried: Die Gestalt des Menschen: Lehr- und Handbuch der Künstleranatomie, Christophorus Verlag, 4. Auflage, 2009
- ◆ Christiano, Giuseppe: Storyboard Design. Grundlagen, Übungen, Techniken. Ein Kurs für Illustratoren, Regisseure, Produzenten und Drehbuchautoren, Stiebner, 1. Auflage, 2008