

Modulhandbuch des Studiengangs

Management und Medien
(Bachelor of Arts)

an der
Universität der Bundeswehr München

(Version 2016)

Inhaltsverzeichnis

Fachgeb. Pflichtmodule - MM 2016

1100 Wirtschaftsmathematik und Statistik.....	4
1103 Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik.....	6
1104 Operations Management und Logistik.....	8
1105 Human Resource Management.....	10
1106 Organisation und Projektmanagement.....	12
1111 Kommunikationswissenschaft.....	14
1112 Organisationskommunikation I.....	19
1113 Organisationskommunikation II.....	22
1114 Mediensoziologie und Medienmanagement.....	23
1358 Bilanzierung, Jahresabschlussanalyse und Kostenrechnung.....	28
1359 Wirtschafts- und Medieninformatik.....	30
1360 Marktorientierte Unternehmensführung.....	32
1361 Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus.....	34
1362 TV- und Radiojournalismus.....	39
1363 Recht.....	43

Praktika + Bachelor-Arbeit - MM 2016

1115 1. Praktikumsabschnitt.....	45
1175 2. Praktikumsabschnitt.....	47
2899 Bachelor-Arbeit.....	49

Wahlpflichtmodule - MM 2016

1117 Data Mining.....	51
1120 Aktuelle höchstrichterliche Rechtsprechung.....	53
1121 Europäisches Recht.....	55
1123 Change Management.....	57
1124 Qualitative Sozialforschung.....	59
1125 Investitionsrechnung.....	62
1166 Corporate Social Responsibility und Soziomarketing.....	64
1167 Unternehmenszusammenschlüsse.....	66
1169 Europäische Wirtschaftsintegration.....	69
1170 Geld, Kredit, Währung.....	71
1171 Medienkonzerne und Filmwirtschaft.....	74
1172 Publikationstraining und praktische Medienethik.....	76
1174 Internationales Wirtschaftsrecht.....	79
1178 Technologischer Wandel und betriebswirtschaftliche Konsequenzen.....	81
1179 Wirtschaftsenglisch.....	83

1180 Englisch für Medienberufe.....	85
1181 Wissenschaftskommunikation.....	87
1182 Betriebliche Finanzwirtschaft.....	89
1183 Medien und Gesellschaft.....	91
1184 Angewandtes Controlling.....	93
1186 Sozial- und Organisationspsychologie.....	96
1309 Internationale Marketingkommunikation.....	99
1312 Sportjournalismus.....	101
1316 Medienkonvergenz.....	103
1353 Webtechniken.....	105
1357 Unternehmensplanspiel TOPSIM General Management.....	106
1364 Strategisches Management I.....	108
1365 Wissenschaftliches Arbeiten in der BWL.....	110
1393 International Marketing.....	113
3427 Einführung in die PR.....	115
3443 Nachrichtenjournalismus.....	117

Nicht fachgeb. WPFL S+ - MM 2016

1000 MM anrechenbare Sprachausbildung FH.....	121
1002 studium plus 1 - Seminar.....	122
1005 studium plus 2 - Seminar und Training.....	124

Modulname	Modulnummer
Wirtschaftsmathematik und Statistik	1100

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. nat. Dominik Bayer	Pflicht	

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	108	192	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11000	VÜ	Wirtschaftsmathematik und Statistik	Pflicht	8
11003	UE	Tutorium Wirtschaftsmathematik	Zusatzfach	1
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				9

Qualifikationsziele

Mindestwissen über Mathematik und Statistik

Inhalt

Kenntnisse aus den Bereichen

Lineare Algebra

- Lineare Gleichungssysteme
- Determinante
- Cramersche Regel
- Eigenwerte

Analyse einer Veränderlicher

- Grenzwerte, Stetigkeit von Funktionen
- Differenzierbarkeit von Funktionen
- Extremwertbestimmung
- Taylor'sche Formel
- Regeln von de l'Hospital

Analyse mehrerer Veränderlicher

- Grenzwerte, Stetigkeit von Funktionen
- Differenzierbarkeit von Funktionen
- Extremwertbestimmung

Deskriptive Statistik

- Empirische Verteilungen
- Mittelwerte
- Standardabweichungen

Konzentrationskurven**Preisindizes****Anfangsgründe der Regressionsanalyse im Sinn des linearen Modells****Exponentielles Glätten****Leistungsnachweis**

sP-90, benotet

Verwendbarkeit

Voraussetzung für eine Vielzahl nachfolgender Module.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester.
Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik	1103

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Thomas Wüstrich	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11030	VÜ	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik	Pflicht	8
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Empfohlene Voraussetzungen

Modul 1100 "Wirtschaftsmathematik und Statistik"

Qualifikationsziele

- Kenntnis grundlegender Zusammenhänge und Funktionsweisen moderner, arbeitsteilig organisierter und weltwirtschaftlich interdependenter Volkswirtschaften
- Fähigkeit zur Analyse aktueller wirtschaftspolitischer Grundprobleme und deren Einordnung in den polit-ökonomischen Kontext der Bundesrepublik Deutschland
- Fähigkeit zum Transfer theoretischer Lösungsansätze auf aktuelle wirtschaftspolitische Fragestellungen

Inhalt

- Grundtatbestände des Wirtschaftens: Das Problem der Knappheit (Güter, Bedarf, Bedürfnis, Nachfrage)
- Grundlagen der Produktion, Produktionsmöglichkeiten, Produktionsfaktoren und Arbeitsteilung
- Wirtschaftssysteme, Wirtschaftsordnung, Wirtschaftsverfassung
- Mikroökonomie: Märkte, Marktformen, Preisbildung und Marktgleichgewicht, Marktversagen
- Volkswirtschaftliches Rechnungswesen und volkswirtschaftliche Gesamtrechnung
- Rahmenbedingungen der Wirtschaftspolitik und volkswirtschaftliche Paradigmen
- Ziele und Träger der Wirtschaftspolitik
- Einführung in die ökonomische Theorie der Politik und Phasen des wirtschaftspolitischen Entscheidungsprozesses
- Grundzüge der Ordnungspolitik
- Instrumente der Konjunktur-, Stabilitäts-, Sozial-, Aussenwirtschafts-, Wachstums- und Strukturpolitik

Literatur
<ul style="list-style-type: none">• Baßeler, U., Heinrich, J., Utecht, B., (2010), Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. Auflage, Stuttgart, Verlag Schäffer-Poeschel.• Baßeler, U, Heinrich, J. / Utecht, B. (2012), Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, Übungsbuch, 6., überarbeitete Auflage, Stuttgart, Verlag Schäffer-Poeschel.• Herrmann, M, (2012), Arbeitsbuch Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 4., überarbeitete und erweiterte Auflage, Stuttgart, Verlag Schäffer-Poeschel.• Krugman, P., Wells, R., (2010), Volkswirtschaftslehre, 7. Auflage, Stuttgart, Verlag Schäffer-Poeschel.• Mankiw, N. G., Taylor, M. P., (2016), Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 6. überarbeitete Auflage, Stuttgart, Verlag Schäffer-Poeschel.• Mussel, G., Pätzold, J., (2012), Grundfragen der Wirtschaftspolitik, 8. Überarbeitete Auflage, München, Verlag Franz Vahlen.
Weitere Literaturhinweise werden im Verlauf der Lehrveranstaltungen gegeben.
Leistungsnachweis
sP-90, benotet
Verwendbarkeit
Voraussetzung für eine Vielzahl volkswirtschaftlicher Wahlpflichtmodule in Bachelor- und Masterstudiengängen.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Operations Management und Logistik	1104

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Gerhard Hessenberger	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	144	156	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11041	VL	Operations Management	Pflicht	4
11042	UE	Übung zu Operations Management	Pflicht	4
11043	VÜ	Planspiel TOPSIM Logistics	Pflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				12

Empfohlene Voraussetzungen

Module

- 1100 "Wirtschaftsmathematik und Statistik"
- 1358 "Bilanzierung, Jahresabschlussanalyse und Kostenrechnung"
- 1363 "Recht"

Qualifikationsziele

- Kenntnis wissenschaftlicher Grundlagen und methodischer Werkzeuge in 'Operations Management' und 'Logistik'.
- Fähigkeit zur Adaption wissenschaftlichen und praktischen Methodenwissens auch auf nicht logistische Aufgabenstellungen.
- Fähigkeit zur Analyse und Optimierung logistischer Prozesse und Strukturen in unterschiedlichen Tätigkeitsfeldern.
- Ausbildung material - und informationsflussorientierter Denkstrukturen in wissenschaftlich fundierter Theorie und praktischer Umsetzung.

Inhalt

- Grundlagen der Wissenschafts- und Entscheidungstheorie
- Standort- und Ablaufplanung
- Prozessdesign
- Nachfrageprognose und Bestandsmanagement
- PPS-Systeme
- Supply Chain Management
- Global Logistics
- Quantitative Werkzeuge der Logistik
- Prozessorientierte Logistikkonzeptionen

<ul style="list-style-type: none">• Logistik - Controlling• Revenue Management• Lineare Programmierung• Dynamische Programmierung• Strategische Logistikkonzeptionen
Leistungsnachweis
sP-90, benotet
Verwendbarkeit
Module die quantitative Verfahren verwenden und komplex vernetzte Strukturen beinhalten.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Human Resource Management	1105

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Rafaela Kraus	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11051	VL	Human Resource Management	Pflicht	2
11052	VL	Organizational Behavior	Pflicht	2
11053	SE	Case Studies Human Resource Management	Pflicht	2
11054	SE	Case Studies Organizational Behavior	Pflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Qualifikationsziele

Ausgehend von wissenschaftlichen Erkenntnissen erschließen sich die Studierenden das organisationale Handlungsfeld des HRM bzw. des Personalmanagements und vermögen deren strategischen Beitrag zum Erfolg von Organisationen zu erkennen und zu erklären. Sie verstehen die Bedeutung und Systematik des Personalmanagements, seiner Funktionen, Strukturen und Instrumente und werden in die Lage versetzt, bestehende HR-Konzepte zu beurteilen und neue selbst zu entwickeln sowie Techniken und Instrumente zur Wahrnehmung und Gestaltung der Personalfunktion und ihrer strategischen Ausrichtung adäquat auf eigene Problemstellungen zu übertragen und einzusetzen.

Ergänzend werden theoretische Ansätze des Verhaltens in und von Organisationen sowie die Grundlagen individuellen Verhaltens und deren Beeinflussbarkeit behandelt. Außerdem werden Grundlagen des Verhaltens von Gruppen, Gruppenprozesse und deren Gestaltung, die Bedeutung von Strukturen und Systemen sowie von institutionellen und strategischen Rahmenbedingungen für das Handeln und Gestalten in Organisationen vermittelt. Die Studierenden sollen Kenntnisse wichtiger verhaltenswissenschaftlicher Grundlagen und theoretischer Ansätze des Organizational Behavior erlangen. Darüber hinaus soll ein Verständnis für eine verhaltenswissenschaftlich orientierte Steuerung von Individuen und Gruppen in Organisationen, zur Entwicklung und zum Wandel von Organisationen geweckt werden. Didaktisches Ziel ist außerdem der Ausbau der sozialen Kompetenzen.

Inhalt

Human Resource Management

- Vom Personalwesen zum HRM - Ziele, Aufgaben und Entwicklungslinien
- Systematik, Strukturen, Funktionen und Strategieorientierung des HRM
- Theoretische Grundlagen des HRM
- Ausgewählte Funktionen und Instrumente des HRM, z.B.:
 - Personalbedarfsermittlung, Personalbestandsanalyse und Personalcontrolling
 - Personalbeschaffung - Personalmarketing und Mitarbeiterauswahl
 - Personaleinsatz
 - Anreizsysteme und Compensation
 - Mitarbeiterentwicklung und Training

Organizational Behavior

- Verhalten in und von Organisationen, z.B.:
 - Grundlagen des Verhaltens von Individuen und Gruppen
 - Organisation und Mitarbeiterverhalten
 - Organisationaler Wandel
 - Steuerung des Verhaltens von Individuen und Gruppen
 - Ausgewählte Führungsinstrumente, z.B.: Motivation, Führungsstil, Konfliktmanagement

Leistungsnachweis

sP-90, benotet

Verwendbarkeit

Voraussetzung für:

- Modul 1112 "Organisationskommunikation I": Interne Kommunikation (HR Relations)
- Modul 1106 "Organisation und Projektmanagement"

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester.
Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Organisation und Projektmanagement	1106

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Peter Weinert	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11060	VÜ	Organisation und Projektmanagement	Pflicht	8
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Empfohlene Voraussetzungen

- Modul 1100 "Wirtschaftsmathematik und Statistik"
- Modul 1104 "Operations Management und Logistik"
- Modul 1105 "Human Resource Management"
- Modul 1358 "Bilanzierung, Jahresabschlussanalyse und Kostenrechnung"
- Modul 1359 "Wirtschafts- und Medieninformatik"
- Modul 1360 "Marktorientierte Unternehmensführung"

Qualifikationsziele

- Kenntnis theoretischer Grundlagen, organisatorischer Gestaltungsmöglichkeiten und organisatorischer Methoden und Techniken
- Fähigkeit zur Anwendung organisatorischen Gestaltungs- und Methodenwissens in organisatorischen Aufgabenfeldern
- Fähigkeit zur Anwendung organisatorischen Methodenwissens in nicht-organisatorischen Aufgabenfeldern
- Fähigkeit zur Organisation und zum Management von Projekten in organisatorischen und nicht-organisatorischen Aufgabenfeldern
- Lösung komplexer Aufgabenstellungen

Inhalt

- Organisationsbegriff
- Organisationstheorien (Überblick)
- Modell der organisatorischen Gestaltung, organisatorische Ziele, Situationsvariablen, Organisationsvariablen
- Funktionale Organisation, Produktmanagement, Sparten- und Matrixorganisation; Konfigurationen nach Mintzberg
- Konzernorganisation und Einheitsunternehmen
- Organisation internationaler Unternehmen
- Organisation betrieblicher Funktionen
- Markt, Kooperation oder Hierarchie
- Organisation von Kooperationen (incl. Netzwerkorganisation)

<ul style="list-style-type: none"> • Spezielle Formen organisatorischer Gestaltung (z.B. fraktale Organisation, virtuelle Organisation, teilautonome Arbeitsgruppen) • Prozessorganisation • Vorgehensmodelle • Organisationstechniken (Zielbildung, Erhebung, Analyse, Alternativengenerierung, Alternativenbewertung, Implementierung) • Integrierte Organisationstechniken (z.B. Business Reengineering) • Projektorganisation • Projektmanagement (Projektauftrag, Kick-Off-Meeting, Projektstrukturplan, Termin-, Kosten- und Kapazitätsplanung, Projektcontrolling, Projektmarketing)
Literatur
<ul style="list-style-type: none"> • Kieser/Ebers (Hrsg.): Organisationstheorien, 6. Aufl., Stuttgart 2006 • Schreyögg/Werder v. (Hrsg.): Handwörterbuch Unternehmensführung und Organisation. 4. Aufl., Stuttgart 2004 • Weinert: Organisation. Organisationsgestaltung, Organisationsmethodik, Fallklausuren. München 2002
Leistungsnachweis
sP - 90, benotet
Verwendbarkeit
Inner- und zwischenbetriebliche Gestaltung von Strukturen und Prozessen unter Berücksichtigung zeitgemäßer Informationstechnologie, Projektorganisation und Projektmanagement.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Kommunikationswissenschaft	1111

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Sonja Kretzschmar	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11111	VL	Einführung in die Kommunikationswissenschaft	Pflicht	2
11112	SU	Mediensysteme und Journalismuskulturen	Pflicht	2
11113	SU	Quantitative und qualitative Methoden	Pflicht	2
11114	VL	Medienwirkungsforschung und Medienpsychologie	Pflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Qualifikationsziele

Einführung in die Kommunikationswissenschaft:

Die Studierenden beherrschen die Grundlagen der Massenkommunikation und kennen die wichtigsten Hauptforschungsfelder der Kommunikationswissenschaft im Grundlagen- wie im angewandten Forschungsbereich.

Mediensysteme und Journalismuskulturen:

Die Studierenden sind mit der Methode des Vergleichs vertraut. Sie verstehen die globalen Informationsflüsse und können das deutsche Mediensystem und seine Entwicklungen international einordnen.

Quantitative und qualitative Methoden:

Die Studierenden beherrschen die Grundlagen der quantitativen und qualitativen Methodenlehre der empirischen Sozialforschung. Sie können die wichtigsten quantitativen und qualitativen Methoden und Instrumente einsetzen und selbstständig Forschungsdesigns entwickeln. Ferner sind sie in der Lage, empirische Studien kritisch zu reflektieren und zu evaluieren.

Medienwirkungsforschung und Medienpsychologie:

Die Studierenden kennen die Grundlagen der Medienwirkungs- und -nutzungsforschung sowie Ansätze der Medienpsychologie. Ferner sind sie mit Auswahl- und Wahrnehmungsprozessen bei der Nutzung diverser Medien vertraut.

Inhalt

Das Modul Kommunikationswissenschaft befasst sich mit der Einführung in die Kommunikationswissenschaft, Mediensystemen und Journalismuskulturen, quantitativen und qualitativen Methoden der empirischen Sozialforschung sowie mit Medienwirkungsforschung und Medienpsychologie.

Einführung in die Kommunikationswissenschaft:

Die Grundlagen, Theorieansätze und Paradigmenwechsel der empirisch-sozialwissenschaftlichen Kommunikationswissenschaft werden vermittelt. Das Spektrum umfasst dabei im Schwerpunkt drei von fünf

Hauptforschungsfeldern der Kommunikationswissenschaft: Kommunikator-, Aussagen- und Publikumsforschung. Zunächst wird der Gegenstandsbereich des Fachs, Grundbegriffe des Fachs, Fachgeschichte und das Zusammenspiel von Theorie und Empirie erklärt. Danach werden die Zusammenhänge

zwischen Gesellschaft und Medien sowie die Funktion des Journalismus als Profession (in Abgrenzung zu PR) dargestellt. Im Anschluss werden Ansätze und Erkenntnisse der Medieninhaltsforschung und der Medienökonomie vorgestellt. Abschließend wird die angewandte und die akademische Medienforschung behandelt.

Mediensysteme und Journalismuskulturen:

Das Teilmodul bereitet die Studierenden auf die Herausforderungen der Globalisierung der Medienkommunikation vor. Im Mittelpunkt der Lehrveranstaltung stehen die Rahmenbedingungen von Mediensystemen weltweit und deren Auswirkungen auf die jeweilige journalistische Kultur.

Zunächst geht das Teilmodul den grundsätzlichen Fragen nach, was Mediensysteme und Journalismuskulturen sind und wie man sie analysieren und vergleichen kann. So wird der Grundstein für den anschließenden internationalen Vergleich von Mediensystemen und Journalismuskulturen gelegt.

Ausgangspunkt für den Vergleich sind jeweils die Akteure und Strukturen des deutschen Mediensystems: Was verbindet sie bzw. trennt sie von denen anderer demokratischer Länder? Betrachtet werden u.a. Rundfunksysteme, Mediengesetzgebung und -regulierung, Mediennutzung, journalistische Professionalität.

Einen weiteren Schwerpunkt legt die Veranstaltung auf Mediensysteme und Journalismuskulturen in autoritären Regimen und Konfliktregionen. Die dort herrschenden Bedingungen unterscheiden sich oft fundamental von denen in Deutschland und erfordern deshalb eine gesonderte Betrachtung.

Quantitative und qualitative Methoden:

Die Grundlagen der quantitativen und qualitativen Methodenlehre der empirischen Sozialforschung werden vermittelt. Zunächst werden Grundlagen und Prozesse der empirischen Forschung vorgestellt. Die Studierenden lernen dann unterschiedliche Datenniveaus kennen, bevor die verschiedenen Erhebungsmethoden (Befragung/ Interview inkl. Fragebogendesign/ Sekundärdaten/ Experimente) diskutiert werden. Im Anschluss erfolgt eine Darstellung grundlegender deskriptiver Statistiken sowie ausgewählter Tests.

Medienwirkungsforschung und Medienpsychologie:

In Ergänzung zur Vorlesung „Einführung in die Kommunikationswissenschaft“ beschäftigt sich diese Vorlesung mit weiteren Hauptforschungsfeldern der Kommunikationswissenschaft: Rezipienten- und Wirkungsforschung. Die Veranstaltung gliedert sich in die drei Hauptteile: Mediennutzung (prä-kommunikative Phase), Medienrezeption (kommunikative Phase) und Medieneffekte (post-kommunikative Phase). Letztere untergliedert sich weiter nach Effekten auf individueller, thematischer, interpersoneller und gesellschaftlicher Ebene. Folgende Theorieansätze werden vermittelt: Uses-Gratification, Agenda-Setting, Framing, Two-Step-Flow, Third-Person, Hostile-Media, Schweigespirale, Wissensklufthypothese, Media-Malaise

Literatur

Einführung in die Kommunikationswissenschaft:

Bonfadelli, H., Jarren, O & Siegert, G. (2010). Einführung in die Publizistikwissenschaft. Bern: Haupt.

Brosius, H.-B., Haas, A. & Koschel, F. (2016), Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung (7. Aufl.). Wiesbaden: VS.

Burkart, R. (2002). Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder (4. Aufl.). Wien: UTB.

Kunczik, M. & Zipfel, A. (2005): Publizistik (3. Aufl.). Stuttgart: UTB.

Meier, K. (2013). Journalistik (3. Aufl.) . Konstanz: UVK.

Pürer, H. (2014). Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch (2. Aufl). Konstanz: UVK.

Weischenberg, S., Kleinstauber, H. J. & Pörksen, B. (2005). Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz: UVK.

Mediensysteme und Journalismuskulturen:

Blum, R. (2014). Lautsprecher und Widersprecher. Ein Ansatz zum Vergleich der Mediensysteme. Köln: Herbert von Halem.

Esser, F. & Hanitzsch, T. (Hrsg.) (2012). The Handbook of Comparative Communication Research. London: Routledge.

Hallin, D. C. & Mancini, P. (2004). Comparing media systems: Three models of media and politics. Cambridge: University Press.

Hans-Bredow-Institut (Hrsg.) (2009). Internationales Handbuch Medien (28. Aufl.). Baden-Baden: Nomos.

Kelly, M., Mazzoleni, G. & McQuail, D. (Hrsg.) (2008). The Media in Europe. The Euromedia Handbook. London: Sage.

Richter, C., El-Difraoui, A. (Hrsg.) (2015). Arabische Medien. Konstanz: UVK.

Thomaß, B. (Hrsg.) (2013). Mediensysteme im internationalen Vergleich (2. Aufl.). Konstanz: UTB.

Quantitative und qualitative Methoden:

Atteslander, P. (2010). Methoden der empirischen Sozialforschung (13. Aufl.). Berlin: Erich Schmidt Verlag.

Bamberg, G., Bauer, F. & Wrapp, M. (2009). Statistik (15. Aufl.). München: Oldenbourg

Brosius, H.-B., Haas, A. & Koschel, F. (2016), Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung (7. Aufl.). Wiesbaden: VS.

Flick, U., von Kardorff, E. & Steinke, I. (Hrsg.) (2009). Qualitative Forschung. Ein Handbuch. Reinbek: Rowohlt.

Medienwirkungsforschung und Medienpsychologie:

Bonfadelli, H. & Friemel, T. (2011). Medienwirkungsforschung (4. Aufl.). Stuttgart: UTB.

Jäckel, M. (2008). Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung (4. Aufl.). Wiesbaden: VS. Mangold, P., Vorderer, P. & Bente, G. (Hrsg.) (2004). Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen: Hogrefe.

Schweiger, W. & Fahr, A. (Hrsg.) (2013). Handbuch Medienwirkungsforschung. Wiesbaden: VS Springer.

Leistungsnachweis

sP - 120, benotet

Verwendbarkeit

Voraussetzung für:

- Module 1361 "Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus" und 1362 "TV- und Radiojournalismus"
- Module 1112 "Organisationskommunikation I" und 1113 "Organisationskommunikation II"
- Modul 1114 "Mediensoziologie und Medienmanagement"
- Modul 1100 "Wirtschaftsmathematik und Statistik"
- Kommunikations- und medienwissenschaftliche Wahlpflichtmodule

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester.
Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Sonstige Bemerkungen

Präsenzpflcht bei den Units: "Einführung in die Kommunikationswissenschaft", "Mediensysteme und Journalismuskulturen", "Quantitative und qualitative Methoden" und "Medienwirkungsforschung und Medienpsychologie"

Modulname	Modulnummer
Organisationskommunikation I	1112

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Natascha Zowislo-Grünewald	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11120	VÜ	Organisationskommunikation I		8
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Empfohlene Voraussetzungen

- Modul 1111 "Kommunikationswissenschaft"
- Modul 1105 "Human Resource Management"
- Modul 1361 "Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus"
- Modul 1362 "TV- und Radiojournalismus"

Qualifikationsziele

- Kenntnis der Grundzüge und Ziele der Organisationskommunikation und entsprechender Kommunikationsmodelle, des CI und des CD
- Kenntnis und Anwendung der Theorie der Anspruchsgruppen (Stakeholder Mapping and Stakeholder Management)
- Detaillierte Kenntnis der Kommunikationsbedarfe verschiedener Anspruchsgruppen und Management der Anspruchsgruppenkommunikation mittels zielgruppenorientierten Einsatzes von Medien und Methoden

Inhalt

- 1. Was ist Unternehmenskommunikation?**
 - a. Begriff - 1+2
 - b. Spektrum und Funktionen - 3+4
 - c. Kommunikationsmodelle und UK - 5
 - d. Konzepte und Begriffe der UK - 6+7

- 2. Anspruchsgruppen**
 - a. Theoretischer Ansatz - 8
 - b. Stakeholder in Unternehmen und anderen Organisationen - 9+10

- 3. Anspruchsgruppenmanagement**
 - a. Interne Kommunikation (HR Relations) - 11+12

- b. Investor Relations / Capital Market Relations - 13
- c. Media Relations - 14+15
- d. Public Affairs (Government & NGO Relations) - 16
- e. Client & Customer Relations - 17+18
- f. Community Relations - 19

4. PR-Texte - 20

Literatur

- Bluhm, Manfred 2005: Kommunikationspolitik. 3. Aufl., München: Vahlen.
- Bruhn, Manfred 2009: Integrierte Unternehmens- und Markenkommunikation. Strategische Planung und operative Umsetzung, Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Buchholz, Ulrike/Knorre, Susanne 2010: Grundlagen der internen Unternehmenskommunikation, Helios Media.
- Fetting, Maryana 2009: Theorien und Konzepte der Public Relations: Öffentlichkeitsarbeit und interne Unternehmenskommunikation als Erfolgsfaktoren im Betrieb. Books on Demand GmbH.
- Friedrichsen, Mike/Hennecke, Martha J. (Hrsg.) 2011: Wertschöpfung durch Unternehmenskommunikation: Integrierte Kommunikation im Umfeld medialer und gesellschaftlicher Veränderungen. Baden-Baden: Nomos.
- Herbst, Dieter 2003: Praxishandbuch Unternehmenskommunikation. Berlin: Cornelsen.
- Kirchner, Karin 2001: Integrierte Unternehmenskommunikation. Theoretische und empirische Bestandsaufnahme und eine Analyse amerikanischer Großunternehmen. Stuttgart: Westdeutscher Verlag.
- Mast, Claudia 2006: Unternehmenskommunikation. Ein Leitfaden. Stuttgart: Lucius und Lucius.
- Piwinger, Manfred/Zerfaß, Ansgar (Hrsg.) 2007: Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Rosenberger, Nicole/Niederhäuser, Markus 2010: Identitätsorientierte Unternehmenskommunikation: Konzept--Funktion—Fallbeispiele. Gabler. (ebooks online)
- Schick, Siegfried 2010: Interne Unternehmenskommunikation: Strategien entwickeln, Strukturen schaffen, Prozesse steuern, 4. überarb. u. akt. Aufl., Schäffer-Poeschel.
- Schmid, Beat F./Lyczek, Boris (Hrsg.) 2006: Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung. Wiesbaden: Gabler Verlag. (ebooks online)
- Weder, Francisca 2009: Organisationskommunikation und Publik Relations. Stuttgart: UTB.
- Zerfaß, Ansgar 2004: Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations. 2. Aufl., Wiesbaden: VS Verlag. (ebooks online)
- Baines, P.; Egan, J.; Jefkins, F. 2004: Public Relations: Contemporary Issues and Techniques, Butterworth-Heinemann.
- Harris, P., Fleisher, C. S. 2005: The Handbook of Public Affairs, Sage.
- Heath, R. L. (ed.) 2001: Handbook of Public Relations, Sage.

<ul style="list-style-type: none">• Moss, D.; DeSanto, B. 2002: Public Relations Cases. International Perspectives, Routledge.• Sriramesh, K., Vercic, D. 2003: The Global Public Relations Handbook, Lawrence Erlbaum.
Leistungsnachweis
sP-120, benotet
Verwendbarkeit
<ul style="list-style-type: none">• 1113 "Organisationskommunikation II"• 1166 "Corporate Social Responsibility und Soziomarketing"
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Organisationskommunikation II	1113

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Natascha Zowislo-Grünewald	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11130	VÜ	Organisationskommunikation II	Pflicht	8
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Empfohlene Voraussetzungen
Organisationskommunikation I; Teilnahme an Case Studies / Referat sind Voraussetzung
Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis über und Fähigkeit zum Management komplexer Situationen der Organisationskommunikation • Fähigkeit zur Problemanalyse in der Organisationskommunikation • Fähigkeit zur Entwicklung von Kommunikationsstrategien unter Berücksichtigung aller Anspruchsgruppen der Organisation
Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> • Strategie und Planung • Integrierte Kommunikation • Issue- & Trend Management • Change- und Krisenkommunikation
Leistungsnachweis
sP-120, benotet
Verwendbarkeit
<ul style="list-style-type: none"> • 1166 "Corporate Social Responsibility und Soziomarketing"
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Mediensoziologie und Medienmanagement	1114

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Judith Pies	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11141	SU	Mediengeschichte	Pflicht	2
11142	SU	Medienpolitik und Medienorganisation	Pflicht	2
11143	SU	Medienmarketing	Pflicht	2
11144	SU	Medien- und Kommunikationsethik	Pflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Empfohlene Voraussetzungen
Modul 1111 "Kommunikationswissenschaft"
Modul 1112 "Organisationskommunikation I"
Modul 1361 "Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus"
Modul 1362 "TV- und Radiojournalismus"

Qualifikationsziele
<p>Mediengeschichte:</p> <p>Kenntnis und kompetenter Umgang mit der Geschichte der Medien von den frühen Anfängen bis in die Jetztzeit. Wichtig ist die Vermittlung von Grundlagen der historischen Entwicklung der Medien in ihrer Einbettung in die sozialen, politischen, ökonomischen</p>

Auswirkungen. Die Studierenden sollen erkennen, welche Möglichkeiten sich den Menschen mit den traditionellen und den neuen Medien eröffnen als Grundlage ausgeprägter Medienkompetenz.

Medienpolitik und Medienorganisation:

In dieser Lehrveranstaltung werden die grundlegenden Probleme der Medien- und damit Kommunikationspolitik sowie deren Lösungsmöglichkeiten erläutert. Es geht um die politische Gestaltung des Mediensystems in Deutschland. Im Mittelpunkt stehen medien-politische Bereiche der Politiker selbst, aber auch der Akteure der freiwilligen Selbstkontrollen, Gesetze und Verordnungen, deren Interdependenzen und deren Gestaltungsrahmen. Analysiert werden entsprechende Prozesse. Einblick in die Organisation und die Struktur von Massenmedien in den Bereichen Print, Online, Radio und Fernsehen sowie Film, aber auch die Teilgebiete Design und PR sowie Technik.

Medienmarketing:

Die Studierenden verstehen die Herausforderung des digitalen Wandels in den Mediengebieten und sind in der Lage entsprechende Medienmarketingstrategien zu entwickeln und zu bewerten. Sie haben ein umfassendes Verständnis für die operative Vermarktung von Medienprodukten.

Medien- und Kommunikationsethik:

Die Studierenden lernen ihre Arbeit als Medienschaffende zu reflektieren und zu begründen. Sie sind vertraut mit den professionellen Ethikkodizes und sind in der Lage, konkrete Fälle der Berichterstattung ethisch zu bewerten. Sie kennen die Institutionen der professionellen Selbstkontrolle sowie verschiedene Formen der zivilgesellschaftlichen Medienbeobachtung.

Inhalt

Mediengeschichte

Die Entwicklung der Medien in ihrer Historie in den verschiedenen Epochen, die verschiedenen Akteure und ihre "Erfindungen" werden in der Mediengeschichte ebenso beleuchtet wie die Entwicklung der Medienethik, der Medientechnik-Geschichte und die Beobachtung des komparativistischen Ansatzes des eigenen Landes gegenüber der übrigen Welt. Die Frage nach der Entwicklung von der Mündlichkeit zur Schriftlichkeit wird historisch beleuchtet, behandelt werden aber nicht nur Texte in Buch, Zeitung

oder Zeitschrift in ihrer historischen Dimension, sondern auch Bild, Fotografie und Film, die Entwicklung von Radio und Fernsehen hin zu digitalen Medien. Diskutiert wird die Wechselwirkung von Medienevolution und gesellschaftlicher Relevanz. Besonderes Augenmerk wird auf die Mediengeschichte vom Kaiserreich über die Weimarer Republik, das Dritte Reich, die Bundesrepublik Deutschland und die DDR sowie die Mediengeschichte nach der Deutschen Einheit gelegt.

Medienpolitik und Medienorganisation

Wer prägt in welchem Ausmaß und mit welchen Methoden die Medienpolitik - diese Frage ist von zentraler Bedeutung, um zu verstehen, in welchem Ausmaß das Mediensystem von Entscheidungen der Politik geformt ist. Im Mittelpunkt stehen medienpolitische Felder, die die Printmedien, den Rundfunk, das Internet tangieren; Fragen der möglichen Medienförderung werden ebenso behandelt wie Fragen der globalen Dimension medienpolitischer Entscheidungsfindungs- und Entscheidungsprozesse. An Fallbeispielen, wie dem Jugendmedienschutz, wird die Begrenztheit politischer nationaler Lösungen dargelegt. Wie sehr sich das Verhältnis von Politik und Medien gewandelt hat, wie sehr Medialisierung, aber auch Trivialisierung die politische Gesellschaft prägen, wird aufgezeigt. Dargelegt werden die Abläufe politischer Prozesse im Rahmen der Verfassungs-, Sozial- und Wirtschaftsordnung der Bundesrepublik Deutschland, Grundfragen der Gesellschaft innerhalb der Sozialstrukturen, Medienstaatsverträge ebenso wie diverse Selbstkontrollen der Medien, Vermittlung der diversen Strukturen der Massenmedien, ihre Ausprägung in Deutschland, Europa, weltweit, ihre Interdependenz

und ihre entsprechenden Auswirkungen auf die Entwicklung von Content, Personalrekrutierung und Medienkonvergenz. Was prägt, wie funktioniert der Printmarkt - Zeitungen, Zeitschriften, Buch-, wie der Rundfunk - öffentlich-rechtlich wie privat -, wie die Filmbranche, was bedeuten Mobile-TV und IP-TV für die Zukunft, wie arbeiten die Internetindustrie und der Internet-Journalismus, wie die zuarbeitenden Medienkompetenzfelder etc. Die Studierenden erfahren die Zusammenhänge von Medienbranche zu Ökonomie und Marketing.

Medienmarketing

Mediamarketing muss die Dualität der Medienmärkte beachten. Die meisten Menschen sehen sich two-sided markets gegenüber: dem Publikumsmarkt als Nutzer des Contents und dem Werbemarkt als Nutzer der vom Medium angebotenen Kontaktmöglichkeiten zu den Lesern/ Hörern/ Usern. Daneben treten seit einiger Zeit weitere Märkte, z.B. der Markt der Weiterverwertung von Content (Weiterverkauf bestimmter Artikel/ Beiträge an dritte Medien), der Rechte- und Lizenzmarkt (Weiterverkauf kompletter

Zeitschriftenkonzepte oder Bücher zur Übersetzung in anderen Ländern), der Markt von Handelswaren (z.B. Tickets, Buchreihen, etc.) oder der Markt der "Nachverwertung" von Abonnentenadressen.

Diskutiert werden insbesondere Buchmarketing, Pressemarketing, Internet-Marketing bzw. Online-Marketing, Radiomarketing, Fernsehmarketing, Filmmarketing, Musikmarketing und Gamesmarketing.

Medien- und Kommunikationsethik

Die Veranstaltung befasst sich mit der Frage danach, was Medienethik ist und warum wir sie in einer demokratischen Gesellschaft brauchen. Bei der Diskussion von Fallbeispielen aus ausgewählten Spannungsfeldern der Medienpraxis lernen die Studierenden, ihr Handeln als Medienschaffende zu reflektieren und zu begründen. Außerdem erfahren sie etwas über die verschiedenen Akteure, die auf professioneller (z.B. Presserat), unternehmerischer (z.B. Ombudsleute) und zivilgesellschaftlicher (z.B. Medienblogs) Ebene medienethisches Handeln einfordern.& #62;

Literatur

Literatur zu Mediengeschichte, Medienpolitik und Medienorganisation:

Donges, P., Jarren, O. & Schatz, H. (1999). Globalisierung der Medien? Medienpolitik in der Informationsgesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Hachmeister, L. & Rager, G. (2005). Wer beherrscht die Medien. Jahrbuch. Die 50 größten Medienkonzerne der Welt. München: C.H. Beck Verlag.

Holtz-Bacha, C. (2006). Medienpolitik für Europa, Wiesbaden: VS.

Pürer, H. (2003). Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz: UTB.

Pürer, H., Raabe, J. (1996). Medien in Deutschland. Konstanz: UTB.

Puppis, M. (2007). Einführung in die Medienpolitik. Stuttgart: UVK.

Schrag, W. (2007). Medienlandschaft Deutschland, Konstanz: UVK.

Stöber, R. (2005). Deutsche Pressegeschichte. Von den Anfängen bis zur Gegenwart. Stuttgart: UVK.

Wilke, J. (1999). Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Köln: Böhlau.

Literatur zu Medienmarketing:

Breyer-Mayländer, T. & Seeger, C. (2006). Medienmarketing. Vahlen: München.

Literatur zu Medien- und Kommunikationsethik:

Baum, A., Langenbacher, W. R., Pöttker, H. & Schicha, C. (Hrsg.) (2005). Handbuch Medienselbstkontrolle. Wiesbaden: VS.

Heikkilä, H., Glowacki, M., Kus, M. & Pies, J. (2014). Innovations in Media Accountability and Transparency. In: Fengler, S., Eberwein, T., Mazzoleni, G. & Porlezza, C. (Hrsg.): Journalists and Media Accountability. An International Study of News People in the Digital Age, S. 51-64. New York: Peter Lang.

Meier, K. (2014). Die Redaktion als Institution der Medienethik. Wiesbaden: VS.

Pies, J. (2014). Eye on the Media: Holding the Media Accountable from Outside the Newsroom. In: Reifova, I. & Pavlickova, T. (Hrsg.): Media, Power and Empowerment, S. 165-170. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.

Schicha, C. & Brosda, C. (Hrsg.) (2010). Handbuch Medienethik. Wiesbaden: VS.

Leistungsnachweis

sP-90 oder **sP-120** oder **Referat** oder **Projektarbeit** - jeweils benotet

Verwendbarkeit

Voraussetzung für:

- kommunikations- und medienwiss. Wahlpflichtmodule

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.
Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Bilanzierung, Jahresabschlussanalyse und Kostenrechnung	1358

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Manfred Sargl	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13581	VL	Bilanzierung, Jahresabschlussanalyse und Kostenrechnung	Pflicht	4
13582	VÜ	Fallstudie Jahresabschlussanalyse	Pflicht	2
13583	VÜ	Fallstudie Kostenrechnung	Pflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Empfohlene Voraussetzungen

Modul 1100 "Wirtschaftsmathematik und Statistik"

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die rechtlichen Grundlagen der Buchführung.

Sie können einzelne Bilanzposten bilanzieren und bewerten.

Sie können eine Jahresabschlussanalyse durchführen und deren Ergebniss interpretieren.

Die Studierenden kennen die Aufgaben und Arten der Kosten- und Leistungsrechnung.

Sie sind in der Lage Voll- und Teilkostenrechnung im Gesamten und in Teilbereichen durchzuführen.

Die Studierenden werden befähigt, die Kostenrechnung als Informationsinstrumentarium für die betriebliche Entscheidungserstellung zu nutzen und können deren Möglichkeiten und Grenzen einschätzen.

Inhalt
Bilanzierung <ul style="list-style-type: none">• Rechtsgrundlagen• Gliederung der Bilanz und GuV• Grundlegende Bilanzansätze und Bewertungsprinzipien• Bilanzierung des Anlage- und Umlaufvermögens• Bilanzierung des Eigenkapitals• Bilanzierung der Rückstellungen• Bilanzierung der Verbindlichkeiten• Bilanzierung der Rechnungsabgrenzungsposten• Aufbau und Inhalt der GuV
Jahresabschlussanalyse <ul style="list-style-type: none">• Analyseziele• Investitionsanalyse• Finanzierungsanalyse• Ergebnisanalyse• Grenzen der Jahresabschlussanalyse
Kosten- und Leistungsrechnung <ul style="list-style-type: none">• Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung• Die Vollkostenrechnung und ihre Einsatzmöglichkeiten• Die Teilkostenrechnung und ihre Einsatzmöglichkeiten
Leistungsnachweis
sP-90, benotet
Verwendbarkeit
Voraussetzung für eine Vielzahl nachfolgender Module
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Wirtschafts- und Medieninformatik	1359

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. nat. Bo Hu	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13590	VÜ	Wirtschafts- und Medieninformatik	Pflicht	8
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Empfohlene Voraussetzungen

- Modul 1100 "Wirtschaftsmathematik und Statistik"
- Modul 1101 "Bilanzierung und Budgetierung" bzw. Modul 1358 "Bilanzierung, Budgetierung und Jahresabschluss": Grundkenntnisse über betriebswirtschaftliche Schlüsselkennzahlen und quantitative Verfahren
- Modul 1104 "Operations Management und Logistik": Grundkenntnisse über unternehmensübergreifende Leistungserstellungsprozesse
- Modul 1105 "Human Resource Management"
- Modul 1106 "Organisation und Projektmanagement": Grundkenntnisse über betriebsinterne Prozesse
- Modul 1108 "Marketing" bzw. 1360 "Marktorientierte Unternehmensführung": Grundkenntnisse über Marktprozesse

Qualifikationsziele

- Fähigkeit zur Anwendung informationstechnologischer Grundkenntnisse in betriebswirtschaftlichem Umfeld
- Kenntnis über betriebswirtschaftliche informationstechnologische Systeme
- Fähigkeit zur Mitwirkung in betriebswirtschaftlichen IT-Projekten
- Fähigkeit zur informationstechnologisch unterstützten Zusammenarbeit
- Verständnis über die Zusammenhänge zwischen ökonomischer und gesellschaftlicher Fragestellung einerseits und informationstechnologischer Entwicklung andererseits

Inhalt

- Objekte und Klassen
- Datenmodellierung
- Betriebswirtschaftliche Anwendungssysteme
- Entstehungsprozesse betriebswirtschaftlicher Anwendungssysteme
- Informationstechnologisch unterstützte Zusammenarbeit

Leistungsnachweis
sP-90, benotet
Verwendbarkeit
Voraussetzung für eine Vielzahl weiterer Module, die informationstechnologisch unterstützte Verfahren verwenden.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Marktorientierte Unternehmensführung	1360

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Carsten Rennhak	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13601	VL	Principles of Marketing	Pflicht	4
13602	VL	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre	Pflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen nach erfolgreicher Teilnahme die relevanten Grundlagen in Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik. Die Studierenden sind zudem in der Lage, erste Transferleistungen zu erbringen; d. h. die vermittelten Inhalte zur Lösung praxisnaher Problemstellungen anzuwenden, z. B. bei der Erstellung eines Marketingplan oder der Lösung von Fallstudien.

Die Studierenden verfügen über einen rudimentären Überblick über den Gegenstandsbereich der BWL und kennen die verschiedenen konstitutiven Entscheidungen auf Unternehmensebene. Sie können die Funktionen im Leistungs- und Finanzprozess der Unternehmung beschreiben und kennen deren Abbildung im internen und externen Rechnungswesen.

Inhalt

Das Modul 1360 „Marktorientierte Unternehmensführung“ umfasst die beiden Lehrveranstaltungen „Principles of Marketing“ (in englischer Sprache) und „Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“.

„Principles of Marketing“ führt Grundlagen des Marketings ein. Dazu gehören nach der Schaffung eines basalen Begriffsverständnisses Produktpolitik (Brand Management, Product Management, Produktinnovation), Preispolitik (dynamische Preissetzung, Preisdifferenzierung, Preisstrategie), Kommunikationspolitik und Distributionspolitik.

„Einführung in die Betriebswirtschaftslehre“ führt in den Gegenstandsbereich der BWL ein und diskutiert die konstitutiven Entscheidungen auf Unternehmensebene. Anschließend werden die Funktionen im Leistungs- und Finanzprozess der Unternehmung vorgestellt und deren Abbildung im internen und externen Rechnungswesen gezeigt.

Literatur

Principles of Marketing

- Jobber/Ellis-Chadwick: Principles and Practices of Marketing, 7th ed., McGrawHill, 2010

Einführung in die Betriebswirtschaftslehre

- Opresnik, Marc Oliver/Rennhak, Carsten: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre – Grundlagen unternehmerischer Funktionen, 2. vollständig aktualisierte und überarbeitete Auflage, Gabler, 2015

Leistungsnachweis

sP -120, benotet

Teile der Prüfung können in englischer Sprache durchgeführt werden.

Verwendbarkeit

Vermittlung grundlegender Kenntnisse für die Module der Organisationskommunikation sowie die verschiedenen Pflicht- und Wahlpflichtmodule mit Marketing- bzw. Kommunikationsbezug, sowie mit betriebswirtschaftlichem Bezug

Dauer und Häufigkeit

Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus	1361

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Sonja Kretzschmar	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13611	VL	Journalistische Darstellungsformen: Print/Online	Pflicht	2
13612	UE	Sprache und Stil: Print/Online	Pflicht	2
13613	SE	Recherche- und Interviewtechnik: Print/Online	Pflicht	2
13614	UE	Die journalistische Redaktion	Pflicht	2
13615	UE	Wissenschaftliches Arbeiten	Pflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				10

Qualifikationsziele

Die Studierenden benennen und definieren die wichtigsten journalistischen Darstellungsformen in Print und Online und unterscheiden sie voneinander. Sie geben Regeln zur Sprache und zum Stil der verschiedenen Darstellungsformen wieder und bewerten die Sprache und den Stil journalistischer Texte. Die Studierenden verfassen eigenständig journalistische Texte für Print und Online und wenden redaktionelle Arbeitsweisen wie Recherche, Redigieren und Kritisieren selbst an. Sie arbeiten mit einem Redaktionssystem, insbesondere dem CMS des Lehrportals X-media campus, indem Sie Texte und Bilder dort einstellen. Die Studierenden benennen darüber hinaus Grundlagen der Bild- und Layoutgestaltung und wenden wesentliche Arbeitsschritte in digitalen Bildbearbeitungs- und Layoutprogrammen, insbesondere Adobe Photoshop und Adobe InDesign, an. Schließlich benennen und unterscheiden die Studierenden Redaktionskonzepte sowie Rollen und Tätigkeiten in journalistischen Redaktionen. Die Studierenden verstehen die Wichtigkeit des wissenschaftlichen Arbeitens, recherchieren wissenschaftliche Literatur und beurteilen ihre Güte. Abschließend konzipieren sie ihre eigenen wissenschaftlichen Präsentationen und schriftlichen Arbeiten.

Inhalt

Das Modul befasst sich mit den wichtigsten journalistischen Darstellungsformen in Print und Online, der Sprache und dem Stil journalistischer Texte in Print und Online, redaktionellen Arbeitsweisen und der Kommunikation in journalistischen Redaktionen (Recherche, Redigieren, Kritisieren), Redaktionskonzepten sowie Rollen und Tätigkeiten im Journalismus sowie dem Wissenschaftlichen Publizieren.

Journalistische Darstellungsformen (Print/Online):

In dieser Lehrveranstaltung erarbeiten sich die Studierenden das kleine Einmaleins des Print- und Onlinejournalismus. Im Mittelpunkt stehen die wichtigsten journalistischen Darstellungsformen: Meldung und Bericht, Feature und Reportage sowie Kommentar und Glosse. Sie werden ebenso wie die Grundlagen von Recherche und Themenfindung theoretisch besprochen und angewendet.

Sprache und Stil (Print/Online):

In dieser Übung geht es ganz praktisch darum, wie Journalisten mit Sprache umgehen. Wie schreibt man nachrichtlich, erzählerisch oder meinungsstark? Welcher Stil passt bei welcher Darstellungsform? Zudem werden Übungen zur Recherche, Themenfindung und zum Schreiben durchgeführt.

Recherche- und Interviewtechnik (Print/Online):

Die Recherche als eine grundlegende journalistische Arbeitstechnik dient der Sammlung und Überprüfung von Informationen und markiert üblicherweise den Beginn des journalistischen Arbeitsprozesses. Dabei ist es eine der wichtigsten Aufgaben eines Journalisten, Fragen zu stellen. Interviews dienen einerseits der Recherche, fungieren aber andererseits auch als eigenständige journalistische Darstellungsform. In dieser Übung befassen sich die Studierenden theoretisch und praktisch mit Recherche und Interviews. Im theoretischen Teil werden Fragen wie diese behandelt: Wie recherchiert man methodisch? Was sind Rechercheplan und Rechercheprotokoll? Wie funktioniert Vor-Ort- und wie Onlinerecherche? Welche rechtlichen Vorgaben und ethischen Grundsätze sind bei der Recherche zu beachten? Welche Typen von Interviews gibt es? Wie sollte ein Interview vorbereitet werden? Welche Arten von Fragen gibt es und wann setzt man sie am besten ein? Wie werden Wortlaut-Interviews für eine Print- oder eine Online-Veröffentlichung vorbereitet? Wie sollte man mit der Frage der Autorisation umgehen? Praktisch führen die Studierenden jeweils ein Recherchegespräch und mindestens ein Wortlaut-Interview.

Die journalistische Redaktion:

In dieser Lehrveranstaltung geht es um die journalistische Redaktion. Diskutiert werden dabei klassische und neue Redaktionskonzepte. Behandelt werden ebenso Arbeitsrollen (u.a. CvD, Reporter, Redakteur) und Tätigkeiten (z.B. Nachrichtenauswahl, Layoutgestaltung, Bildgestaltung und -bearbeitung, Arbeiten mit CMS) sowie die Kommunikation in journalistischen Redaktionen (etwa Text- und Blattkritik, Redaktionskonferenz). Neben theoretischen Erörterungen gibt es auch praktische Übungen.

Wissenschaftliches Publizieren:

In theoretischen wie praktischen Übungen wird die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens tief und praktisch erlernt. Ziel dieser Veranstaltung ist, dass die Studierenden Arbeitstechniken erlernen, die sie im Prozess der Erstellung von wissenschaftlichen Vorträgen und Arbeiten unterstützen. Hierzu zählen das Erstellen von ansprechenden und fundierten Präsentationen, die Recherche von wissenschaftlicher Literatur, die Verwendung korrekter Zitationen sowie der Umgang mit Literaturmanagementprogrammen. Insgesamt soll die Bedeutung und Wichtigkeit des wissenschaftlichen Arbeitens erkannt und die Struktur(en) wissenschaftlicher Arbeit(en) verstanden werden.

Literatur

Bauernschmitt, L. & Ebert, M. (2015). Handbuch des Fotojournalismus. Geschichte, Ausdrucksformen, Einsatzgebiete und Praxis. Heidelberg: dpunkt.verlag.

Bleher, C. & Linden, P. (2015). Reportage und Feature. Konstanz: UVK.

Boeglin, M. (2012). Wissenschaftlich arbeiten Schritt für Schritt: Gelassen und effektiv studieren. Stuttgart: UTB.

Brielmaier, P. & Wolf, E. (2000). Zeitungs- und Zeitschriftenlayout (2. Aufl.). Konstanz: UVK.

Brunner, S. (2001). Redigieren. Konstanz: UVK.

Fasel, C. (2013). Textsorten (2. Aufl.). Konstanz: UVK.

Haller, M. (2013). Das Interview. Ein Handbuch für Journalisten (5. Aufl.). Konstanz: UVK.

Haller, M. (2008). Recherchieren (7. Aufl.). Konstanz: UVK.

- Heijnk, S. (2011). Texten fürs Web. Planen, schreiben, multimedial erzählen. Das Handbuch für Online-Journalisten (2. Aufl). Heidelberg: dpunkt.verlag.
- Korthaus, C. (2013). Grundkurs Grafik und Gestaltung (2. Aufl). Bonn: Galileo Press.
- Lilienthal, V. (2014). Recherchieren. Konstanz/München: UVK.
- Neuberger, C. & Kapern, P. (2013). Grundlagen des Journalismus. Wiesbaden: Springer VS.
- Matzen, Nea (2014). Onlinejournalismus (3. Aufl.). Konstanz/München. UVK.
- Meier, K. (2007). Journalistik. Konstanz: UVK.
- Reiter, M. (2009). Überschrift, Vorspann, Bildunterschrift (2. Aufl). Konstanz: UVK.
- Schalkowski, E. (2011). Kommentar, Glosse, Kritik. Konstanz: UVK.
- Scheiter, B. (2009). Themen finden. Konstanz: UVK.
- Schulten-Jaspers, Y. (2013). Zukunft der Nachrichtenagenturen. Situation, Entwicklungen, Prognose. Baden-Baden: Nomos.
- Schwiesau, D. & Ohler, J. (2016). Nachrichten – klassisch und multimedial. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. Wiesbaden: Springer VS.
- Theisen, M. R. (2011). Wissenschaftliches Arbeiten: Technik – Methodik – Form (15. Aufl.) München: Vahlen.
- Theisen, M. R. (2013). Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit (16. Aufl). München: Vahlen.
- von LaRoche, W. (2013). Einführung in den praktischen Journalismus (19. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.

Leistungsnachweis

sP-120, benotet

Verwendbarkeit

Voraussetzung für das Modul 1362 "TV- und Radiojournalismus" und diverse Wahlpflichtmodule.

Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Sonstige Bemerkungen
Präsenzplicht bei den Modulbestandteilen: "Journalistische Darstellungsformen: Print/Online", "Sprache und Stil: Print/Online", "Recherche- und Interviewtechnik: Print/Online", „Die journalistische Redaktion“ und „Wissenschaftliches Arbeiten“

Modulname	Modulnummer
TV- und Radiojournalismus	1362

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Sonja Kretzschmar	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13620	SU	TV- und Radiojournalismus	Pflicht	8
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Qualifikationsziele

Die Studierenden beherrschen die wichtigsten journalistische Darstellungsformen in Hörfunk und Fernsehen. Sie sind in der Lage, Texte fürs Hören/ Zuschauen in Radio/ TV zu schreiben und Bilder bzw. O-Töne passend einzusetzen. Theoriebasiert und anwendungsbezogen kennen die Studierenden die Recherche- und Interviewtechniken in Radio/TV einschließlich der akustischen und visuellen Umsetzung. Sie sind mit aktuellen redaktionellen Abläufen vertraut, insbesondere der Themenfindung und ihrer multimedialen Umsetzung, Sie können mit einem Redaktionssystem, insbesondere dem CMS des Lehrportals X-media campus, umgehen.

Inhalt

Das Modul Radio- und TV-Journalismus befasst sich mit den journalistischen Darstellungsformen im TV-Journalismus und Radio-Journalismus und deren praktischer Umsetzung. Ausgangspunkt ist Journalismus in seiner crossmedialen Form. Im Zeitalter der Medienkonvergenz werden journalistische Inhalte mit gemeinsamer Markenidentität über eine Vielzahl von Kanälen ausgespielt, unter anderem über Hörfunk und Fernsehen sowie auf den dazugehörigen Websites. Dabei gilt es, bei der Realisation journalistischer Themen die Potenziale der jeweiligen Ausspielkanäle zu erkennen und zu erschließen.

Grundlagen Radio und TV (Frühjahstrimester):

Im ersten von drei Trimestern werden die theoretischen und praktischen Grundlagen für Radio- und Fernsehjournalismus behandelt. Die Studierenden werden mit unterschiedlichen Formaten und Darstellungsformen im Radio und TV vertraut gemacht; außerdem wird das Thema Audio und Video im Web behandelt. Sie beschäftigen sich mit Schreiben fürs Hören und Texten fürs Fernsehen und erlernen die Vertonung Ihrer Texte.

Recherchetechniken werden besprochen und eingeübt. Theoretische Inhalte wechseln sich mit praktischen Übungen ab. Im Bereich Audio umfasst die praktische Einführung Aufnahmetechniken, Interviewführung und Audioschnitt. Im Bereich Video geht es um Bildgestaltung, Dramaturgie, Erzählweisen, Kameraführung, Tontechnik und Videoschnitt. Eine Einführung in die Fotografie und in das CMS des Lehrportals X-media campus ergänzen die Grundlagen für journalistisches Arbeiten im Radio und TV sowie im Netz.

Radio und TV für X-media campus (Herbst- und Wintersemester):

Nachdem die Grundlagen in Theorie und Praxis gelegt sind, sammeln die Studierenden nun praktische Erfahrung: Im Mittelpunkt steht die selbstständige Recherche und Umsetzung von Radio- und Fernsehbeiträgen für das Portal X-media campus, inklusive der notwendigen Online-Ergänzungen. Außerdem werden allgemeine Redaktionsdienste übernommen, um das Lehrportal aktuell zu füllen. Pro Semester arbeiten die Studierenden jeweils für ein festes Themenressort. Es finden wöchentliche Redaktionskonferenzen statt, die Studierenden schlüpfen in redaktionelle Rollen, übernehmen beispielsweise Tätigkeiten als Autoren, Ressortleiter oder CVD.

Vertiefungsseminare (Herbst- und Wintersemester):

Parallel zum praktischen Redaktionsalltag belegen die Studierenden im Laufe der zwei Semester mindestens ein vertiefendes und weiterführendes Kompaktseminar. Die Studierenden können hier aus einer Vielzahl von verschiedenen Angeboten auswählen, um so einen eigenen Schwerpunkt zu setzen. Die Angebote sind in jedem Studienjahr verschieden. Beispielsweise werden angeboten:

- Vertonung eines Audiomärchens
- Licht richtig einsetzen
- Effekte im Video: After Effects
- Moderieren und Sprechen
- Die Sprache der Bilder – Erzählen ohne Worte
- Mobile Reporting – mit dem Smartphone produzieren

Literatur

Buchholz, A. & Schult, G. (2016). Fernseh-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis (9. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.

- Deutscher Fachjournalisten-Verband (2016). Journalistische Genres. Konstanz: UVK.
- Friedrichs, J. & Schwinges, U. (2016). Das journalistische Interview. Wiesbaden: Springer VS.
- Haarkötter, H. (2015). Die Kunst der Recherche. Konstanz: UVK.
- Jacobs, O. & Großpietsch, T. (2014). Journalismus fürs Fernsehen. Dramaturgie – Gestaltung – Genres. Wiesbaden: Springer VS.
- Kaiser, M. (2015). Recherchieren – Klassisch. Online. Crossmedial. Wiesbaden: Springer VS.
- Lampert, M. & Wespe, R. (2013). Storytelling für Journalisten. Konstanz: UVK.
- La Roche, W. & Buchholz, A. (2016). Radio- Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk (11. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS
- Ludwig, J. (2014). Investigatives Recherchieren. Konstanz: UVK.
- Moj, D. & Ordolff, M. (2014). Fernsehjournalismus. Konstanz: UVK.
- Müller, S. (2014). Radio machen. Konstanz: UVK.
- Ordolff, M. & Wachtel, S. (2014). Texten für TV. Konstanz: UVK.
- Rossié, M. (2016). Frei sprechen in Radio, Fernsehen und vor Publikum. Ein Training für Moderatoren und Redner (6. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS.
- Schomers, M. (2012). Der kurze TV-Beitrag. Konstanz: UVK.
- Sturm, S. (2013). Digitales Storytelling. Eine Einführung in neue Formen des Qualitätsjournalismus. Wiesbaden: Springer VS.
- Thiele, C. (2013). Interviews führen. Konstanz: UVK.
- Wachtel, S. (2013). Schreiben fürs Hören. Trainingstexte, Regeln und Methoden. Konstanz: UVK.
- Witte, B. & Ulrich, M. (2014). Multimediales Erzählen. Konstanz: UVK.

Leistungsnachweis

Der Leistungsnachweis erfolgt am Ende der drei Trimester (Ende des Wintertrimesters) anhand einer praktischen Arbeitsmappe/ Portfolio.

Verwendbarkeit

Verwendbar für:

- Module 1112 "Organisationskommunikation I" und 1113 "Organisationskommunikation II"
- Modul 1114 "Mediensoziologie und Medienmanagement"
- Kommunikations- und Medienwissenschaftliche Wahlpflichtmodule

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 3 Trimester.

Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Sonstige Bemerkungen

Präsenzplicht

Modulname	Modulnummer
Recht	1363

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Studiendekan	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
180	72	108	6

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13631	VL	Wirtschaftsprivatrecht	Pflicht	2
13632	VL	Arbeitsrecht	Pflicht	2
13633	VL	Medienrecht	Pflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				6

Qualifikationsziele

- Kenntnis der wesentlichen Grundlagen und Methoden des Wirtschaftsprivatrechts.
- Kenntnis der rechtlichen Grundlagen und Methoden des Individualarbeitsrechts unter Berücksichtigung der Bezüge zum kollektiven Arbeitsrecht.
- Kenntnis zentraler Problemstellungen des Medienrechts.
- Fähigkeit, juristische Probleme in diesen Bereichen zu erkennen und zu analysieren.
- Einordnung und Bewertung juristischer Fragestellungen in wirtschaftliche und gesellschaftliche Zusammenhänge.

Inhalt

- Grundzüge des Wirtschaftsprivatrechts, insbesondere
 - Einführung in die Funktion von Recht und den Zusammenhang der verschiedenen Rechtsgebiete
 - Vertragsrecht
 - Verbraucherschutzrecht
 - Deliktsrecht
- Grundzüge des Individualarbeitsrechts, insbesondere:
 - Arbeitnehmerbegriff und Arbeitsvertrag
 - Rechte und Pflichten von Arbeitgeber und Arbeitnehmer
 - Beendigung des Arbeitsverhältnisses
 - Haftung des Arbeitgebers
- Grundzüge des Medienrechts, insbesondere:
 - Verfassungsrechtliche Grundlagen des Medienrechts

<ul style="list-style-type: none">• Schadensersatz bei Verletzung des 'Allgemeinen Persönlichkeitsrechts'• Datenschutz im Mediensektor• Urheberrecht
Leistungsnachweis
sP-90, benotet
Verwendbarkeit
Vermittlung unverzichtbarer Rechtskenntnisse für alle wirtschaftsbezogenen Tätigkeitsfelder im Journalismus.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
1. Praktikumsabschnitt	1115

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Peter Weinert Prof. Dr. Natascha Zowislo-Grünwald	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
			11

Qualifikationsziele
<p>Praktikum im Bereich Publizistik/Kommunikationsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick über grundlegende Arbeitsweisen in journalistischen Arbeitsfeldern und/oder der Organisationskommunikation • Kenntnis zeitgemäßer Verfahren zur Lösung medien- und kommunikationsrelevanter Aufgaben • Hinführung zu Handlungskompetenzen im Journalismus, der Organisationskommunikation und dem Medienmanagement
Inhalt
<p>Der 1. Praktikumsabschnitt kann ausschließlich im Bereich Publizistik / Kommunikationsmanagement absolviert werden.</p> <p>Zeitlicher Umfang: 10 Wochen in der Lehrveranstaltungsfreien Zeit nach dem dritten Trimester</p>

Leistungsnachweis

Der Nachweis über die Ableistung der praktischen Tätigkeit muss in Form eines Berichtsheftes, entsprechend den Formvorgaben des Praktikantenamtes, geführt und zusammen mit dem Praktikantenzugnis fristgerecht zur Anerkennung im Praktikantenamt vorgelegt werden. Zu einem vollständigen Berichtsheft gehören insbesondere Arbeits- und Wochenberichte, die vom Ausbildungsleiter zu unterzeichnen sind.

Modulname	Modulnummer
2. Praktikumsabschnitt	1175

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Peter Weinert Prof. Dr. Natascha Zowislo-Grünwald	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
			11

Qualifikationsziele
<p>Praktikum im Bereich Publizistik/ Kommunikationsmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> • vertiefender Einblick in spezifische journalistische Arbeitsfelder oder spezifische Bereiche der Organisationskommunikation • selbständige Bearbeitung von medien- und kommunikationsrelevanten Aufgabenstellungen und Erwerb von Problemlösungskompetenz • praktische Handlungskompetenz im Journalismus, der Organisationskommunikation und dem Medienmanagement <p>Praktikum im kaufmännischen Bereich</p> <ul style="list-style-type: none"> • selbständige Bearbeitung von betriebsgestaltenden und prozessregelnden konkreten Aufgabenstellungen (konzeptionelle Arbeiten, organisatorische Tätigkeiten, Projektarbeiten, planende, überwachende, steuernde Tätigkeiten) in betriebswirtschaftlichen Handlungsfeldern • Hinführung an betriebswirtschaftliche Tätigkeiten, die dem Ausbildungsstand und dem späteren Berufsfeld angemessen sind • Erwerb betriebswirtschaftlicher Problemlösungskompetenz

Inhalt
<p>Der 2. Praktikumsabschnitt kann wahlweise im Bereich Publizistik / Kommunikationsmanagement oder in einem kaufmännischen Bereich absolviert werden.</p> <p>Zeitlicher Umfang: 10 Wochen in der Lehrveranstaltungsfreien Zeit nach dem sechsten Trimester</p>
Leistungsnachweis
<p>Der Nachweis über die Ableistung der praktischen Tätigkeit muss in Form eines Berichtsheftes, entsprechend den Formvorgaben des Praktikantenamtes, geführt und zusammen mit dem Praktikantenzugnis fristgerecht zur Anerkennung im Praktikantenamt vorgelegt werden. Zu einem vollständigen Berichtsheft gehören insbesondere Arbeits- und Wochenberichte, die vom Ausbildungsleiter zu unterzeichnen sind.</p>

Modulname	Modulnummer
Bachelor-Arbeit	2899

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Thomas Wüstrich	Pflicht	8

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
360	0	360	11

Empfohlene Voraussetzungen

- Die im Rahmen des Bachelor-Studiums Wirtschaft und Journalismus erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen.
- Die Befähigung zur Anfertigung einer schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit, wie sie im Fach Wissenschaftliches Publizieren (Modul 1109 "Journalismus I") sowie im Rahmen mindestens eines Wahlpflichtmoduls in der Lehrveranstaltungsform Seminar über 2 TWS erworben wurden.

Qualifikationsziele

In der Bachelor-Arbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus dem jeweiligen Fach selbständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Im Rahmen des auf einen ersten wissenschaftlichen und insbesondere berufsqualifizierenden Abschluss ausgerichteten Bachelor-Studiums besitzt die Bachelor-Arbeit folgende Qualifikationsziele:

- die systematische Anwendung wissenschaftlicher Methoden auf eine praxisrelevante Problemstellung
- eine Literaturrecherche im betreffenden Forschungsgebiet
- die Darstellung des aktuellen Stands der Forschung und dessen Relevanz für das praktische Problem
- ggf. auch die Durchführung einer empirischen Untersuchung, z.B. in Form einer Befragung
- die reflektierte Bewertung der eigenen Ergebnisse und ggf. das Aufzeigen identifizierter Forschungsfragen.

Inhalt
Die spezifischen Inhalte sind abhängig vom Thema der Bachelorarbeit und ergeben sich nach Möglichkeit aus dem jeweiligen anwendungsbezogenen Forschungszusammenhang der Professur. Sie beziehen sich je nach Thema auf die Bereiche Wirtschaft und Journalismus. Besonderer Wert wird bei der Wahl der Bachelor-Arbeitsthemen auf den Praxisbezug der Problemstellung gelegt.
Literatur
<ul style="list-style-type: none">• z.B. Esselborn-Krumbiegel, H. (2008). Von der Idee zum Text. Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben. Stuttgart: UTB.• Richtlinien der Universität der Bundeswehr/ Fakultät für Betriebswirtschaft zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten.
Leistungsnachweis
Die Bachelor-Abschlussarbeit sollte etwa 30 Seiten umfassen. Die Bachelor-Arbeit kann in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden. Prüfungsrechtliche Bestimmungen ergeben sich aus der SPOWJ/Ba.
Verwendbarkeit
Voraussetzung für die Anfertigung einer Master-Arbeit in einem konsekutiven oder nicht-konsekutiven Master-Studiengang.
Dauer und Häufigkeit
<ul style="list-style-type: none">• Die Vergabe eines Themas erfolgt im 8. Trimester zwischen dem 15.02. und dem 31.03.• Die Regelbearbeitungszeit beträgt drei Monate.

Modulname	Modulnummer
Data Mining	1117

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. nat. Andreas Rudolph	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11170	VL	Data Mining-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen

Modul 1100 "Wirtschaftsmathematik und Betriebsstatistik"

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen ein gewisses Verständnis für die mathematischen Verfahren und deren Möglichkeiten und Grenzen erlangen.

Inhalt

- Es werden diverse Clusteranalysealgorithmen besprochen wie z. B. das K-means-Verfahren, das Minimaldistanzverfahren, aber auch sequentielle Verfahren, Nearest Neighbor Verfahren usw., welche einen gegebenen Datensatz in Gruppen zergliedern derart, dass die Gruppen möglichst verschieden, die Mitglieder der jeweiligen Gruppe aber möglichst ähnlich sind (Anwendung: Aufspaltung von Kunden einer Versicherung, Bank etc. in Kundensegmente).
- Weiterhin werden Klassifikationsverfahren besprochen wie z. B. die parametrische Diskriminanzanalysen. Hiermit werden Regeln aufgestellt, um unbekannte Datensätze auf Gruppen zu verteilen (Anwendung: Gruppierung von Neukunden in kreditwürdig/nicht kreditwürdig).
- Ferner sollen Assoziationsregeln besprochen werden. Derartige Regeln sind von der Art: Wenn jemand Butter kauft, dann kauft er auch Brot. Die Verfahren sind so aufgebaut, dass derartige Regeln automatisch erzeugt werden (Anwendung: Optimierung von Supermärkten, Warenlagern usw.).

Literatur

Bock: Automatische Klassifikation, Vandenhoeck& Ruprecht

Steinhausen/Langer: Clusteranalyse, Walter de Gruyter

Ahrens/Läuter: Mehrdimensionale Varianzanalyse, Akademie-Verlag

Seber: Multivariate Observations, Wiley

Zypkin: Grundlagen der Theorie lernender Systeme, VEB Verlag

Breiman/Friedman/Olshen/Stone: Classification and Regression Trees, Wadsworth International Group

Leistungsnachweis

sP - 90, benotet

Verwendbarkeit

Verschiedene Verfahren tauchen überall und immer wieder im Umfeld der BWL auf.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Aktuelle höchstrichterliche Rechtsprechung	1120

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11200	VL	Aktuelle höchstrichterliche Rechtsprechung-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele

- Sensibilisierung für die Bedeutung der Auslegungsbedürftigkeit von Rechtsnormen
- Verdeutlichung der Unterschiede zwischen den verschiedenen Gerichtsbarkeiten
- Fähigkeit, mit einem Urteil der höchstrichterlichen Rechtsprechung umzugehen und es zu bewerten

Inhalt**1. Einführung in den Gerichtsaufbau:**

- die fünf Gerichtsbarkeiten in Deutschland
- das Bundesverfassungsgericht
- der Europäische Gerichtshof
- der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte

2. Aktuelle Urteile zu zentralen wirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Fragestellungen, insbesondere von folgenden Gerichten:

- Bundesgerichtshof (Zivilsachen und Verfahren mit medienrechtlichem Bezug)
- Bundesarbeitsgericht
- Bundesverfassungsgericht
- Europäischer Gerichtshof
- Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte

Literatur

Wird aktuell vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

Leistungsnachweis
Referat mit Handout oder Seminararbeit, benotet
Verwendbarkeit
Vertiefung der Analysefähigkeit von Urteilstexten.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Europäisches Recht	1121

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11210	VL	Europäisches Recht-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele
Vermittlung grundlegender Kenntnisse von Struktur, Inhalt und Anwendungsbereich des Rechts der Europäischen Union. Den Studierenden soll nicht nur deutlich werden, dass wachsende Teile des nationalen Rechts von europäischem Unionsrecht geprägt sind, sondern auch, dass und wie dieser Umstand für die praktische Rechtsanwendung eine große Rolle spielt.
Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> • Die Rolle des europäischen Rechts für das nationale Recht • Verhältnis des Rechts der Europäischen Union zum Völkerrecht • Institutionelles System der EU • Rechtsetzung in der EU • Vorrang des Gemeinschaftsrechts vor dem nationalen Recht • Rechtsdurchsetzung in der EU: Der Europäische Gerichtshof • Die Bedeutung des Vorabentscheidungsverfahrens • Die Marktfreiheiten: Warenverkehrsfreiheit, Arbeitnehmerfreizügigkeit, Niederlassungsfreiheit, Dienstleistungsfreiheit
Literatur
Wird aktuell vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
Leistungsnachweis
Referat mit Handout oder Seminararbeit, benotet
Verwendbarkeit
Schärfung des Problembewusstseins für die zentrale Bedeutung des europäischen Rechts in der nationalen Rechtspraxis.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Change Management	1123

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Rafaela Kraus	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11231	VÜ	Theoretische Grundlagen des Change Management	Wahlpflicht	
11232	VÜ	Fallstudien zum Change Management	Wahlpflicht	
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben Wissen zu Konzepten, Theorien, Modellen und Methoden, die sich mit Wandel und dessen Management beschäftigen. Sie lernen neuere Entwicklungen im Change Management kennen und können diese beurteilen. Im Rahmen der Fallstudienübung werden sie dazu befähigt, Fallstudien zu Change Management in internationalen Organisationen zu analysieren und für den Unterricht aufzuarbeiten bzw. Change Management Fallstudien selbst zu recherchieren und zu erstellen.

Inhalt

- Theoretische Fundierung von Wandel
- Der Prozess des Wandels: Determinanten und Konsequenzen
- Das Management organisatorischen Wandels, z.B. Gestaltung von Change Prozessen im Profit- und Non-Profit Bereich
- Leadership bei Veränderungen
- Macht und Widerstand gegen Wandel
- Wandel kommunizieren
- Kulturwandel
- Wandel messen und bewerten

Literatur

Doppler, K., Lauterburg, Ch. (2008): Change Management - Den Unternehmenswandel gestalten, 12. Auflage, Campus Verlag, Frankfurt am Main.

Black, J.S., Gregersen, H.B. (2008): It Starts with ONE. Changing Individuals Changes Organizations. 2nd edition, Pearson Education, Upper Saddle River.

Graetz, F., Rimmer, M., Lawrence, A., Smith, A. (2002): Managing Organisational Change. John Wiley & Sons, Melbourne.

Harvard Business School (ed) (2004): When Change Comes Undone. What Will You Do? Harvard Business School Press, Boston.

Burke, W.W. (2007): Organizational Change. Theory and Practice. 2nd edition, Sage Publications, Thousand Oaks.

Harvard Business Review (ed) (2002): Culture and Change, Harvard Business School Press, Boston.

Leistungsnachweis

Seminararbeit einschließlich Vortrag, benotet

Verwendbarkeit

Das Modul stellt eine Ergänzung zu den Pflichtmodulen 1112 „Organisationskommunikation I“, 1113 „Organisationskommunikation II“, 1105 „Human Resource Management“ und 1106 "Organisation und Projektmanagement" dar.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Qualitative Sozialforschung	1124

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Rafaela Kraus	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11241	VÜ	Theorie der Qualitativen Sozialforschung	Wahlpflicht	
11242	UE	Praxis der Qualitativen Sozialforschung	Wahlpflicht	
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die theoretischen Grundlagen und die gängigsten Forschungsmethoden der Qualitativen Sozialforschung. Die Studierenden können eine qualitative empirische Studie durchführen, d.h. sie sind in der Lage, ein Untersuchungsdesign zu entwerfen, einen Projektplan zu erstellen und qualitative Forschungsinstrumente, z.B. Interviewleitfäden, zu entwickeln. Theoriebasiert und anwendungsbezogen können sie qualitative Daten erheben, auswerten und die gewonnenen Forschungsergebnisse darstellen.

Inhalt

- Historische Entwicklung, Denkschulen und Theorietraditionen der Qualitativen Sozialforschung
- Einsatzfelder und klassische Studien der Qualitativen Sozialforschung
- Der qualitative Forschungsprozess
- Die Grounded Theory
- Methoden der qualitativen Sozialforschung:
 - Das qualitative Interview und seine verschiedenen Ausprägungen
 - Die Gruppendiskussion und ihre verschiedenen Ausprägungen

<ul style="list-style-type: none"> • Feldforschung / Beobachtung und ihre verschiedenen Ausprägungen • Biographieforschung • Inhaltsanalyse <p>- Datenanalyse- und Auswertungsverfahren</p>
Literatur
<p>Flick, Uwe/von Kardorff, Ernst/Steinke, Ines (Hg.)(2005): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. 8. Auflage. Reinbek: Rowohlt.</p> <p>Froschauer, Ulrike/Lueger, Manfred (2008): Das qualitative Interview. Stuttgart: UTB.</p> <p>Glaser, Barney G./Strauss, Anselm L. (1967): The Discovery of the Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research. Chicago et al.: Aldine.</p> <p>Gläser, Jochen/Laudel, Grit (2004): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Lamnek, Siegfried (2010): Qualitative Sozialforschung. Weinheim: Beltz.</p> <p>Mayring, Philipp (2008): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 10. Auflage. Weinheim: Beltz.</p>
Leistungsnachweis
Seminararbeit einschließlich Vortrag, benotet
Verwendbarkeit
Verwendbar u.a. im Rahmen der Pflichtmodule 1108 „Marketing“ bzw. 1360 "Marktorientierte Unternehmensführung", 1110 „Journalismus II“ bzw. 1362 "TV- und Radiojournalismus" sowie 1105 „Human Resource Management“; das Modul stellt außerdem eine Ergänzung zu den Pflichtmodulen 1111 „Kommunikationswissenschaft“ und 1109 „Journalismus I“ bzw. 1361 "Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus" dar.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Investitionsrechnung	1125

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Manfred Sargl	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11250	VL	Investitionsrechnung-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele

- **Fachkompetenz:** Investitionsrechnung
- **Methodenkompetenz:** Zielorientierter Umgang mit Instrumenten der Investitionsrechnung
- **Soziale Kompetenz:** Entwicklung und Förderung unternehmerischen Denkens im Kontext von Führungsaufgaben und Teamarbeit

Inhalt**Investitionsrechnung**

- Statische Investitionsrechnung
- Dynamische Investitionsrechnung
- Investition unter Unsicherheit

Leistungsnachweis

regelmäßige aktive Teilnahme

schriftliche Prüfung (sP - 90)

benotet

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

--

Modulname	Modulnummer
Corporate Social Responsibility und Soziomarketing	1166

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Natascha Zowislo-Grünewald	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11660	VL	Corporate Social Responsibility und Soziomarketing-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen

- 1112 "Organisationskommunikation I", möglichst auch 1113 "Organisationskommunikation II"
- 1361 "Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus" und 1362 "TV- und Radiojournalismus"

Qualifikationsziele

- Kenntnis über Kommunikationsstrategien im Non-Profit- vs. Profit-Sektor
- Fähigkeit zur Darstellung komplexer CSR- und Sponsoring- sowie Soziomarketingstrategien
- Fähigkeit zur Darstellung komplexer Anspruchsgruppenschemata
- Fähigkeit zum Anspruchsgruppenmanagement mittels CSR / Sponsoring und Soziomarketing
- Fähigkeit zu Kampagnenmanagement / PR bezüglich CSR / Sponsoring und Soziomarketing: Strategie und Implementierung

Inhalt

- Überblick über Theorien und Geschichte der CSR
- Praxis CSR und Sponsoring: ausgewählte Bereiche
- Anspruchsgruppenmanagement in der Unternehmenskommunikation mittels CSR und Sponsoring
- Grundlagen des Soziomarketing und Strategisches Soziomarketing als Methode der Unternehmens-, politischen und NGO-Kommunikation
- Anspruchsgruppenmanagement Soziomarketing
- Kampagnenmanagement

Leistungsnachweis
Hausarbeit einschließlich Präsentation, benotet
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Unternehmenszusammenschlüsse	1167

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Peter Weinert	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11670	SE	Unternehmenszusammenschlüsse	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen
<p>Modul 1358 "Bilanzierung, Jahresabschlussanalyse und Kostenrechnung"</p> <p>Modul 1360 "Marktorientierte Unternehmensführung"</p> <p>Das Modul richtet sich vorrangig an Studierende des 6. Trimesters.</p>

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> - Kenntnis von Unternehmenszusammenschlüssen im Hinblick auf <ul style="list-style-type: none"> • ökonomische Begründungen • Formen • intra- und interorganisatorische Gestaltungsmöglichkeiten • Prozessdurchführung • Erfolgchancen - Fähigkeit zur kritischen Analyse und Beurteilung konkreter Unternehmenszusammenschlüsse - Fähigkeit zur Mitwirkung bei Akquisitions- und Kooperationsvorhaben - Fähigkeit zur Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten

Inhalt

Die Studierenden erhalten eine ausführliche Einführung in das Gebiet der Unternehmenszusammenschlüsse und erarbeiten auf dieser Grundlage eigenständig Hausarbeiten.

Inhalte im Einzelnen**Unternehmensakquisition (Mergers & Acquisitions):**

- Begriff, Vorkommen, Bedeutung
- Akquisitionstheorien
- Synergieeffekte
- Akquisitionsprozess
- Wesentliche Teilprozesse des Akquisitionsprozesses: Unternehmensbewertung, Due Diligence, Integration
- Erfolgsfaktoren von Akquisitionen
- Modelle des Akquisitionserfolges
- Akquisitionserfolg und Verfahren der Erfolgsmessung
- Analyse und Erfolgsbeurteilung durchgeführter und potentieller Akquisitionen

Unternehmenskooperationen:

- Begriff, Vorkommen, Bedeutung
- Ökonomische Erklärungsansätze
- Interorganisatorische Gestaltungsansätze
- Formen von Unternehmenskooperationen: vertikal, horizontal, lateral
- Kooperationsprozess
- Analyse von Kooperationsursachen, -gegenstand, -form, interorganisatorischer Gestaltung und Kooperationserfolg durchgeführter Kooperationen

Literatur**Grundlegende Literatur:**

- Bausch: Unternehmenszusammenschlüsse. Strategien und Strukturen für kooperatives Wachstum in Industrieunternehmen. Wiesbaden 2003
- Picot (Hrsg.): Handbuch Mergers & Acquisitions. Planung, Durchführung, Integration. 3. Aufl., Stuttgart 2005
- Sydow: Strategische Netzwerke, Wiesbaden 1992
- Schreyögg/Werder v. (Hrsg.): Handwörterbuch Unternehmensführung und Organisation. 4. Aufl., Stuttgart 2004

Weiterführende Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

Leistungsnachweis
Hausarbeit einschließlich Vortrag, unbenotet
Verwendbarkeit
Ergänzung zum Modul 1106 "Organisation und Projektmanagement"
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Europäische Wirtschaftsintegration	1169

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Thomas Wüstrich	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11690	SE	Europäische Wirtschaftsintegration-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen

Modul 1103 "Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik"

Qualifikationsziele

Das Seminar soll den Studierenden die politische, historische und ökonomische Dimension der europäischen Integration vermitteln. Ferner sollen die Studierenden ein fundiertes Verständnis für die Bedeutung der europäischen Wirtschaftsintegration in einer global vernetzten und interdependenten Weltwirtschaft erwerben. Nach dem Besuch der Veranstaltung sollen die Studierenden in der Lage sein, eine informierte und theoretisch fundierte Position in Bezug auf aktuelle Problemstellungen der europäischen Wirtschaftsintegration einzunehmen.

Inhalt

Das Seminar behandelt aktuelle Themen aus dem Bereich der europäischen Wirtschaftsintegration.

- Motivation, Entstehung und Entwicklung der Europäischen Union (EU)
- Ziele, Methoden und Akteure der europäischen Einigung
- Organe und Institutionen der EU
- Rechtsetzung innerhalb der EU - Quellen des Gemeinschaftsrechts
- Entscheidungsstrukturen und Entscheidungsprozesse
- Ökonomische Dimensionen der Gemeinschaftspolitik
- Der einheitliche europäische Binnenmarkt als Kern der ökonomischen Integration
- Wirtschafts- und Finanzpolitik in einer Währungsunion
- Die EU auf dem Weg zur Transferunion
- Stand der Integration und Perspektiven für die Zukunft - Erweiterung und Vertiefung

Literatur
<p>Deutsche Bundesbank (2004), Die Europäische Wirtschafts- und Währungsunion, Frankfurt/M.</p> <p>Deutsche Bundesbank (2005), Die Europäische Union: Grundlagen und Politikbereiche ausserhalb der Wirtschafts- und Währungsunion, Frankfurt/M.</p> <p>Europäische Union, versch. Veröffentlichungen, Brüssel, verschiedene Jahrgänge.</p> <p>Wagener, H.-J., Eger, T., (2014), Europäische Integration, Wirtschaft und Recht, Geschichte und Politik, 3. vollständig überarbeitete Auflage, München.</p> <p>Fischer, K., H. (2010), Der Vertrag von Lissabon, Text und Kommentar zum Europäischen Reformvertrag, 2. Auflage, Baden-Baden.</p> <p>Haratsch, A., Koenig, Ch., Pechstein, M., (2016): Europarecht, 10. überarbeitete und aktualisierte Auflage, Tübingen.</p>
Leistungsnachweis
Seminararbeit einschließlich Vortrag, benotet
Verwendbarkeit
Wahlpflichtmodule im Bachelorstudiengang Wirtschaft und Journalismus
Dauer und Häufigkeit
<p>Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.</p> <p>Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.</p>

Modulname	Modulnummer
Geld, Kredit, Währung	1170

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Thomas Wurtrich	Wahlpflicht	6

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11700	SU	Geld, Kredit, Währung	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen

Das Seminar setzt die erfolgreiche Teilnahme am Modul 1103 "Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik" voraus.

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen die Komplexität der Geld- und Kreditversorgung sowie die besondere Bedeutung funktionierender Geld-, Finanz- und Kapitalmärkte für die Funktionsweise moderner, arbeitsteiliger Volkswirtschaften kennen und verstehen lernen. Sie sollen diese in den Kontext global vernetzter Wirtschafts- und Finanzmärkte einordnen können. Nach dem Besuch der Veranstaltung sollen die Studierenden in der Lage sein, eine informierte und theoretisch fundierte Position in Bezug auf aktuelle Problemstellungen der internationalen Geld- und Währungspolitik einzunehmen.

Inhalt

Das Seminar behandelt aktuelle Themen aus dem Bereich der Geld- und Wahrungstheorie sowie der Geld- und Währungspolitik.

- Geld, Geldarten und Geldfunktionen
- Geldmengenaggregate und die Bedeutung der Geldmenge für die Preisniveaustabilität
- Grundzüge einer potentialorientierten Geldpolitik
- Institutioneller Rahmen des Europäischen Systems der Zentralbanken
- Geldpolitische Strategie der Europäischen Zentralbank
- Transmissionsmechanismen der Geldpolitik
- Volkswirtschaftliche Funktionen des Geschaftsbankensystems
- Bestimmungsgründe der Geldnachfrage und des Geldangebots
- Preisniveaustabilität als wirtschaftspolitisches Ziel
- Inflationstypen und Ursachen von Inflation

- Währung, Währungskurssysteme und internationale Währungsbeziehungen
- Zahlungsbilanz - Abgrenzung, Inhalt und wirtschaftspolitische Bedeutung

Literatur

Deutsche Bundesbank (2003), Weltweite Organisationen und Gremien im Bereich von Währung und Wirtschaft, Frankfurt/ M.

Deutsche Bundesbank (2005), Die Europäische Union: Grundlagen und Politikbereiche außerhalb der Wirtschafts- und Währungsunion, Frankfurt/M.

Deutsche Bundesbank (2006), Die Deutsche Bundesbank, Aufgabenfelder, Rechtlicher Rahmen, Geschichte, Frankfurt/M.

Deutsche Bundesbank (2007), Geld und Geldpolitik, Frankfurt/M.

Deutsche Bundesbank (2008), Die Europäische Wirtschafts- und Währungsunion, Frankfurt/M.

Europäische Zentralbank (2011), Die Geldpolitik der EZB, 3. Auflage, Frankfurt/M.

Issing, O. (2011), Einführung in die Geldtheorie, 15. überarbeitete Auflage, München, Verlag Franz Vahlen.

Hinweis: Die Veröffentlichungen der Deutschen Bundesbank bzw. der Europäischen Zentralbank können und sollten **vor** Beginn des Seminars von dort kostenlos bezogen werden.

Leistungsnachweis
Seminararbeit einschließlich Vortrag, benotet
Verwendbarkeit
Wahlpflichtmodule im Bachelorstudiengang Wirtschaft und Journalismus bzw. Management und Medien
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Medienkonzerne und Filmwirtschaft	1171

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Kristina Wied	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11711	VÜ	Nationale und internationale Medienkonzerne	Wahlpflicht	2
11712	VÜ	Filmwirtschaft	Wahlpflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele

Es werden große Medienunternehmen aus dem Bereich Film, Fernsehen, Radio, Print, Musik und Multimedia analysiert, ihre Entstehung und Entwicklung, Höhepunkte und etwaige Probleme erläutert, Medienkonvergenz-Aspekte und Digitalisierungs-Konsequenzen behandelt. Besonderes Augenmerk wird auf die Filmwirtschaft in all ihren Facetten gelegt: Anfänge der Filmindustrie, Finanzierung, Filmförderung, Verbände, Rolle des Staates, Konzerne.

Inhalt

Nationale und internationale Medienkonzerne: Nationale und internationale Medienkonzerne, ihre Strukturen und Verflechtungen zu verstehen, bedarf einer Analyse des Medienmarktes auf den verschiedenen Kontinenten. Neben Europa und Nordamerika werden auch Australien, Südamerika beleuchtet, Protagonisten wie John Malone, Rupert Murdoch oder Silvio Berlusconi in ihrer Wirkungsweise auf Medienunternehmen weltweit diskutiert, dabei die Medienkonvergenz an einigen Beispielen wie Schibsted (Skandinavien) oder Vivendi (Frankreich) analysiert. Wichtig ist die Einordnung der Medienunternehmen in ihrem Stellenwert und Selbstverständnis gegenüber der Medienpolitik, ihren Konzentrations- und Diversifikationsbestrebungen auch im Hinblick auf die neuen Märkte durch die Digitalisierung.

Filmwirtschaft: Von den Anfängen 1895 bis heute, der erste Film, die Entwicklung der Filmindustrie im Kaiserreich, Weimarer Republik, NS-Zeit und Bundesrepublik Deutschland sowie DDR; Bedeutung des Films für die Medienpolitik und die Medienwirtschaft in unterschiedlichen Epochen; UFA als Wirtschaftsmacht im Dritten Reich; DEFA, Filmstadt Babelsberg; Bavaria Film, Filmstadt Geiselgasteig; Medienfonds; Verflechtung von Film und Fernsehen im Produktionsbereich; Technische „Riesen“ wie ARRI, Kodak, Sony; Filmwirtschaft in Deutschland: Produktionsfirmen;

Verleiher, Vertrieb, Kopierwerke, Kinotechnikbranche, Filmvermarktung; Lobbyismus im Film; Interessengemeinschaften; staatliche Filmförderung national und in den Bundesländern; Probleme der Filmwirtschaft durch Urhebermissbrauch; Raubkopierer-Diskussion; Festivals und Filmpreise; Medienerlass; Film und Jugendschutz; Vergleiche zu USA und anderen europäischen Ländern.

Literatur

Hachmeister, Lutz, und Rager, Günther: Wer beherrscht die Medien? Die 50 größten Medienkonzerne der Welt, Jahrbuch. 2005 ff.

Weischenberg, Siegfried, Kleinsteuber, Hans J., Pörksen, Bernhard (Hg.): Handbuch Journalismus und Medien, Konstanz 2005.

Faulstich, Werner: Filmgeschichte, Stuttgart 2005.

Keil, Klaus; Milke, Felicitas; Hoffmann, Dagmar; von Schuegraf, Martina: Demografie und Filmwirtschaft. Studie zum demografischen Wandel und seinen Auswirkungen auf Kinopublikum und Filminhalte in Deutschland, 2006.

Schröder, Nicolaus: 50 Klassiker Film. Die wichtigsten Werke der Filmgeschichte, 2007.

Leistungsnachweis

Seminararbeit einschließlich Referate und Thesenpapiere, benotet

Verwendbarkeit

Verwendbar u.a. im Rahmen des Pflichtmoduls 1110 „Journalismus II“ bzw. 1362 "TV- und Radiojournalismus"; das Modul stellt außerdem eine Ergänzung zu den Pflichtmodulen 1111 „Kommunikationswissenschaft“ und 1109 „Journalismus I“ bzw. 1361 "Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus" dar.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Publikationstraining und praktische Medienethik	1172

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Kristina Wied	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11721	VÜ	Publikationstraining	Wahlpflicht	2
11722	VÜ	Praktische Medienethik	Wahlpflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele

In dem Modul geht es einerseits um den Erwerb von Kenntnissen des Publizierens in der praktischen Anwendung, andererseits geht es um ein Grundverständnis zur praktischen Medienethik im allgemeinen und zur journalistischen Ethik im Speziellen, um anhand von Beispielen erkennen zu können, "was geht" und was nicht.

Inhalt

Publikationstraining:

In diesem Seminar werden Publikationsübungen nach der Art einer Schreibwerkstatt durchgeführt. Wie schreibt man für Zeitung, Zeitschrift, Online, für Radio, für Agenturen oder für Pressestellen/ PR? Aktuelle Beispiele werden analysiert, eigene Textproben erstellt.

Praktische Medienethik:

Journalisten müssen sich mit dem Thema Ethik in seiner Vielfalt auseinandersetzen. Neben den Grundlagen der Wirtschaftsethik werden medienethische Aspekte beleuchtet, im Detail geht es u.a. um die Frage nach der Amerikanisierung der Medienwelt am Beispiel der Fernsehduelle bei Wahlen; weitere Themenfelder sind: Scheckbuchjournalismus; Kriegsdarstellungen im Internet; Schleichwerbung; die Rolle von Paparazzi; historische Fälle wie die Barschel-Affäre, die Spiegel-Affäre, die Hitler-Tagebuch-Affäre des Stern werden ebenso behandelt wie Trash TV und die Rolle der sog. Medienwächter; der Fall Sebnitz; die Ermordung Theo van Goghs; "Fakes" in den Medien.

Literatur

Bockstette, Carsten; Quandt, Siegfried; Jertz, Walter (Hg.): Strategisches Informations- und Kommunikationsmanagement. Handbuch der sicherheitspolitischen Kommunikation und Medienarbeit, 2006.

Goderbauer-Marchner, Gabriele: Journalist werden, Konstanz 2009.

Goderbauer-Marchner, Gabriele et al. (Hg.): Karriereziel Journalismus, Nürnberg 2004.

Quandt, Thorsten: Vom Redakteur zum Content-Manager? Wandel des Journalismus im Zeichen des Netzes, in: Löffelholz, Martin, Quandt, Thorsten (Hg.): Die neue Kommunikationswissenschaft, Opladen 2003, S. 257 - 279.

Schmidt, Thomas: Kommunikationstrainings erfolgreich leiten. Der Seminarfahrplan, 2007.

Schwab, Heike; Zowislo, Natascha: Praxishandbuch Kommunikationsmanagement, 2002.

Weischenberg, Siegfried, Kleinsteuber, Hans J., Pörksen, Bernhard (Hg.): Handbuch Journalismus und Medien, Konstanz 2005.

Filipovic, Alexander: Öffentliche Kommunikation in der Wissensgesellschaft. Sozialethische Analysen, 2007.

Funiok, Rüdiger SJ: Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft, 2007.

Karmasin, Matthias: Medien und Ethik, Reclam, 2002.

Giessen, Hans W.: Medienadäquates Publizieren, 2003.

Schneider, Wolf: (- hier: Diverse seiner Publikationen)
Leistungsnachweis
Hausarbeit einschließlich Textproduktionen, benotet
Verwendbarkeit
Verwendbar u.a. im Rahmen des Pflichtmoduls 1110 "Journalismus II" bzw. 1362 "TV- und Radiojournalismus"; das Modul stellt außerdem eine Ergänzung zu den Pflichtmodulen 1111 "Kommunikationswissenschaft" und 1109 "Journalismus I" bzw. 1362 "Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus" dar.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Internationales Wirtschaftsrecht	1174

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11740	VL	Internationales Wirtschaftsrecht-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen

Die Veranstaltung baut auf dem Modul 1102 "Recht" auf.

Englischkenntnisse

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen lernen, Probleme des Internationalen Rechts - insbesondere im Rahmen von Wirtschaftsprozessen - zu erkennen, zu analysieren und in der Entscheidungsfindung zu berücksichtigen. Darüber hinaus soll der Zusammenhang zwischen rechtlichen und ökonomischen Fragestellungen aufgezeigt werden. Dadurch sollen die Studierenden für die Vielschichtigkeit und Ambivalenz gerade des Internationalen Wirtschaftsrechts sensibilisiert werden.

Inhalt

Vermittlung ausgewählter Aspekte des Internationalen Wirtschaftsrechts

- Globalisierung und Recht
- Verhältnis zwischen nationalem und internationalem Recht
- Nationales Wirtschaftsrecht und Kollisionsrecht: Einführung ins Internationale Privatrecht
- Grundbegriffe des (Wirtschafts-)Völkerrechts
- Die Welthandelsorganisation (WTO) :Grundstrukturen und –prinzipien, Rechtliche Handlungsmöglichkeiten, Rechtliche Handlungsmöglichkeiten, Sanktionen
- Einführung ins UN-Kaufrecht

Literatur
Wird aktuell vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
Leistungsnachweis
Seminararbeit incl. Referat, benotet
Verwendbarkeit
Erwerb spezifischer Rechtskenntnisse für internationale Problemstellungen.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Technologischer Wandel und betriebswirtschaftliche Konsequenzen	1178

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. nat. Bo Hu	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11780	SE	Technologischer Wandel und betriebswirtschaftliche Konsequenzen-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele
Kenntnis und Bewertung des technologischen, insbesondere des informationstechnologischen Wandels und dessen Auswirkung auf die Unternehmen
Inhalt
<p>Grundlegende Fragen bzgl. der Reorganisation der wirtschaftlichen Akteure</p> <p>Strategische Entscheidungen vor dem Hintergrund des technologischen Wandels</p> <p>Neue Anforderungen an die Organisation und an die IT-Plattform</p> <p>Wissenschaftliche Texterstellung</p> <p>Einsatz elektronischer kollaborativer Arbeitsplattform</p> <p>Präsentation wissenschaftlicher Arbeit</p>

Leistungsnachweis
Seminararbeit einschließlich Präsentation, benotet
Verwendbarkeit
Vorbereitung und Einübung wissenschaftlicher Texterstellung, insb. korrektes Umgangs mit der Literatur
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Wirtschaftsenglisch	1179

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Sprachenzentrum	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Empfohlene Voraussetzungen
<p>gute Englischkenntnisse (SLP 3332)</p> <p>Um vom Wahlpflichtmodul "Wirtschaftsenglisch" zu profitieren, sollten im Einstufungstest mindestens 130 Punkte erreicht worden sein.</p> <p>Teilnehmeranzahl:</p> <p>mindestens - 5</p> <p>höchstens - 10</p>
Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit zur Beteiligung an Fachgesprächen zu wirtschaftlichen Themen • Führung von Verhandlungen und Beteiligung an Geschäftsbesprechungen • Erstellung berufsspezifischer Schriftstück
Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> • Aneignung, Verwendung und Vertiefung von wirtschaftsspezifischem Fachwortschatz • Diskussion aktueller wirtschaftlicher Entwicklungen • Verhandlungsführung • Präsentation von Ergebnissen, eines Produkts o.ä. • Erläuterung von Diagrammen • Erstellung von Protokollen, Geschäftsbriefen, Berichten • Rollenspiele
Leistungsnachweis
sP - 90, benotet

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Englisch für Medienberufe	1180

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Sprachenzentrum	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Empfohlene Voraussetzungen
<p>gute Englischkenntnisse (SLP 3332)</p> <p>Teilnehmeranzahl:</p> <p>mindestens - 5</p> <p>höchstens - 15</p>

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit zur Erstellung von kurzen Medientexten auf Englisch (z.B. Pressemitteilungen) • Führung von journalistischen Interviews auf Englisch • Führung von Fachgesprächen zum Thema Medien auf Englisch

Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> • Aneignung, Verwendung und Vertiefung von medienbezogenem Wortschatz • Analyse der Print-, Radio- und Fernsehlandschaft sowie der neuen Medien • Diskussion von medienrelevanten Themen • Führung von journalistischen Interviews • Erstellung von Print-, Radio- oder Fernseh-Beiträgen

Leistungsnachweis
regelmäßige aktive Teilnahme, Portfolio, benotet
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Wissenschaftskommunikation	1181

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Dipl.-Staatsw. Michael Brauns	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11810	VL	Wissenschaftskommunikation-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele

Kenntnis theoretischer Grundlagen und strategisches Vorgehen

Fähigkeit zur Darstellung medialer Möglichkeiten für einzelne Mediengattungen

Fähigkeit zur mediengerechten Darstellung wissenschaftlicher Themen

Inhalt

Einführung in die Wissenschaftskommunikation

Überblick über Wissenschaftsmedien

Instrumente der Wissenschaftskommunikation

Erstellen eines PR-Konzeptes

Anforderungen an eine Wissenschafts-Pressemitteilung

Leistungsnachweis
sP - 90 oder Präsentation, benotet
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Betriebliche Finanzwirtschaft	1182

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Manfred Sargl	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11820	VL	Betriebliche Finanzwirtschaft-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz: Finanzplanung, Finanz- und Investitionsrechnung • Methodenkompetenz: Zielorientierter Umgang mit Instrumenten der Finanzwirtschaft • Soziale Kompetenz: Entwicklung und Förderung unternehmerischen Denkens im Kontext von Führungsaufgaben und Teamarbeit
Inhalt
<p>Finanzierung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Finanzierung • Kapitalbedarfsplanung • Finanzmärkte • Innenfinanzierung • Eigenfinanzierung • Kreditfinanzierung • Kreditfähigkeit und Rating • Sonderformen der Finanzierung <p>Investition</p> <ul style="list-style-type: none"> • Statische Investitionsrechnung • Dynamische Investitionsrechnung • Investition unter Unsicherheit
Leistungsnachweis
regelmäßige aktive Teilnahme

schriftliche Prüfung (sP - 90), benotet

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Medien und Gesellschaft	1183

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Natascha Zowislo-Grünewald	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11830	SE	Medien und Gesellschaft-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen
Modul 1111 "Kommunikationswissenschaft"

Qualifikationsziele
Kenntnis wesentlicher Theorien und Autoren zum Thema Medien/ Kommunikation und Gesellschaft
Kritische Hinterfragung vergangener und aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen im Zusammenhang mit Medien/ Kommunikation

Inhalt
Vertiefung von medien- und kommunikationstheoretischen Ansätzen
Beschäftigung mit dem Begriff der Öffentlichkeit im Zusammenhang mit Politik und Demokratie
Entwicklungen im Bereich Medien/ Kommunikation und gesellschaftliche Konsequenzen
Theoretischer Zugang zu gesellschaftlichen Herausforderungen, die aufgrund der Medialisierung der Gesellschaft entstehen bzw. durch diese behoben werden können
Theoriegeleitete Analyse eines aktuellen Problems

Leistungsnachweis
sP - 90, benotet
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Angewandtes Controlling	1184

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Manfred Sargl	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11840	SE	Angewandtes Controlling-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen

Modul 1101 "Bilanzierung und Budgetierung" bzw.

Modul 1358 "Bilanzierung, Jahresabschlussanalyse und Kostenrechnung"

Qualifikationsziele

- **Fachkompetenz:** Bilanzierung und Jahresabschlusserstellung, Jahresabschlussanalyse, Finanzplanung und Investitionsrechnung
- **Methodenkompetenz:** Zielorientierter Umgang mit Instrumenten des Controlling
- **Soziale Kompetenz:** Entwicklung und Förderung unternehmerischen Denkens im Kontext von Führungsaufgaben und Teamarbeit

Inhalt**Produktion**

- Produktionsplanung und Lagerhaltung

Kosten- und Leistungsrechnung

- Break-Even und Engpassrechnung
- Plan- und Istkostenrechnung

Buchführung/ Bilanzierung

- Buchführung der laufenden Geschäftsvorfälle
- Erstellen und Analyse von Bilanz und GuV
- Erstellen und Analyse der Cash-Flow Rechnung
- Erstellen und Analyse von Unternehmenskennzahlensystem

Marketing

- Absatzplanung und Preisbildung

Investition und Finanzierung

- Finanzmanagement

Investitionsrechnung

Leistungsnachweis

regelmäßige Teilnahme

Seminararbeit bestehend aus Erstellen eines Geschäftsberichts und einer Selbstreflektion

benotet
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Sozial- und Organisationspsychologie	1186

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. soc. habil. Sigrid Roterding-Steinberg	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11861	VÜ	Theoretische Grundlagen der Sozial- und Organisations-psychologie	Wahlpflicht	2
11862	VÜ	Fallstudien aus Praxisbereichen von Profit- und Non-Profit-Organisationen	Wahlpflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben Wissen zu Theorie, Konzepten, Modellen und Methoden, die sich mit dem sozialen und organisationalen Verhalten von Menschen in Gruppen und Organisationen beschäftigen. Historische und innovative Entwicklungen werden miteinander verglichen. Die Fallstudienübung soll dazu befähigen, individuelles Verhalten und Teamentwicklungen in Organisationen zu analysieren und zu präsentieren.

Inhalt

Theoretische Grundlagen der Sozialpsychologie, z.B.:

- Soziale Wahrnehmung
- Soziale Urteile
- Soziale Kognitionen
- Soziale Eindrucksbildung

darauf basierend: Strategien der Werbe- und Marktpsychologie, Kooperatives Verhalten, Teambildung und Teamentwicklung, Beratungs- und Förderungsinstrumente, z.B.: Mentoring, Coaching, ...

Grundbegriffe und Grundlagen der Organisationspsychologie, z.B.:

- Leistungsmotivation
- Lebenslanges Lernen

- Wissensmanagement

Spezielle Aspekte in Organisationen, z.B.:

- Gesundheitsmanagement
- Interkulturelle Kommunikation
- Innovative Kooperationsmethoden

Literatur

Bierhoff, H.-W. & Frey, D. (2011): Sozialpsychologie - Individuum und soziale Welt. Hogrefe

Bierhoff, H.-W. & Frey, D. (2006): Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie. Hogrefe

Bortz, J. & Döring, N. (2009): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. Springer

Felser, G. (2007): Werbe- und Konsumentenpsychologie. Spektrum Akademischer Verlag
Henninger, M. & Mandl, H. (Hrsg.) (2009): Handbuch Medien- und Bildungsmanagement. BELTZ

Kanning, U.-P. (2007): Förderung sozialer Kompetenzen in der Personalentwicklung. Hogrefe

Klemenz, B. (2009): Ressourcenorientierte Psychologie. dgvt Verlag

Kühl, S.; Strodtholz, P. & Taffertshofer, A. (2009): Handbuch Methoden der Organisationsforschung. VS Verlag

Rosenstiel, L. v. & Nerdinger, F. W. (2011): Grundlagen der Organisationspsychologie. Schäffer Poeschel

Schneider, W. & Hasselhorn, M. (2008): Handbuch der Pädagogischen Psychologie. Hogrefe
Schuler, H. & Sonntag, K.(2007): Handbuch der Arbeits- und Organisationspsychologie. Hogrefe
Leistungsnachweis
Fallstudie, benotet
Verwendbarkeit
Das Modul ist eine Ergänzung zu den Pflichtmodulen 1113 „Organisationskommunikation II“ und 1106 „Organisation und Projektmanagement“.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Internationale Marketingkommunikation	1309

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Carsten Rennhak	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13090	VL	Internationale Marketingkommunikation-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele

Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse aus dem Grundlagenmodul 1360 "Marktorientierte Unternehmensführung". Nach erfolgreicher Teilnahme kennen sie die relevanten Grundlagen der Internationalen Marketingkommunikation. Nach einer umfassenden Darstellung der kommunikationspolitischen Grundlagen werden die Herausforderungen der Kommunikationspolitik im internationalen Umfeld dargestellt. Die können die verschiedenen Handlungsoptionen in der internationalen Marketingkommunikation aus einer Anwenderperspektive situativ bewerten. Der erste Teil der Veranstaltung wird in Form seminaristischen Unterrichts abgehalten. Im zweiten Teil erarbeiten die Studierenden selbständig internationale Marketingkommunikationskonzepte für ausgewählte Konsumgütermärkte, die sie in der Lehrveranstaltung präsentieren.

Inhalt

- 1 Grundlagen
 - 1.1 Marketing-Kommunikation und Marke
 - 1.3 Herausforderungen für die Marketing-Kommunikation
- 2 Erscheinungsformen der Marketing-Kommunikation
 - 2.1 Werbung
 - 2.2 Öffentlichkeitsarbeit/Corporate Identity
 - 2.3 Sponsoring
 - 2.4 Product Placement
- 3 Werbepolitische Entscheidungen
 - 3.1 Ziele der Marketing-Kommunikation
 - 3.2 Werbeplanung
 - 3.3 Werbegestaltung
 - 3.4 Werbeerfolgskontrolle
- 4 Rahmenbedingungen der intern. Marketing-Kommunikation

Literatur
<ul style="list-style-type: none">• Backhaus/Büschken/Voeth: Internationales Marketing, 5. Auflage, Schäffer-Poeschel, 2003• Berndt/Fantapie Altobelli/Sander: Internationale Marketing-Politik, Springer, 1997• Berndt/Fantapie Altobelli/Sander: Internationales Marketing-Management, 2. Auflage, Springer, 2002• Kroeber-Riel/Weinberg/Gröppel-Klein: Konsumentenverhalten, 9. Auflage, Vahlen, 2008.• Rennhak: Die Wirkung vergleichender Werbung, Gabler, 2001.• Rennhak: Unternehmenskommunikation 2.0 - Neue Wege im Marketing, Ibidem, 2006.• Rennhak: Kommunikationspolitik im 21. Jahrhundert, Ibidem, 2010.• Rennhak: Aktuelle Instrumente der Marketingpraxis, Ibidem, 2012.
Leistungsnachweis
Präsentation, benotet
Verwendbarkeit
Vermittlung grundlegender Kenntnisse für alle Module mit Marketing- bzw. Kommunikationsbezug
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Sportjournalismus	1312

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Sonja Kretzschmar	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13121	SU	Gesellschaftspolitische und theoretische Grundlagen zur Sportberichterstattung	Wahlpflicht	2
13122	UE	Praktische Sportberichterstattung	Wahlpflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen

Voraussetzung ist die Absolvierung der Module 1361 "Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus" und 1362 "TV- und Radiojournalismus", d.h. insbesondere der praktischen Ausbildung in TV- und Radio-Journalismus. Interesse an Sportthemen ist von Vorteil, aber keine zwingende Voraussetzung.

Qualifikationsziele

Das Seminar bietet einen Überblick über die Sportberichterstattung in deutschen Medien und hinterfragt kritisch die derzeit üblichen Handlungsweisen. Außerdem bietet das Seminar die Möglichkeit, journalistisches Arbeiten praktisch zu vertiefen.

Inhalt

Sportberichterstattung erregt seit Jahren großes Publikumsinteresse und sorgt für hohe Einschaltquoten bzw. Auflagen und damit für entsprechende Einnahmen durch Werbung. Der große Anteil an Liveberichterstattung erfordert ein hohes Maß an Professionalität aller Beteiligten - der Journalisten, der Sportler, der Produzenten. Sportberichterstattung kostet viel Geld, bringt aber auch viel Geld ein.

Gleichzeitig gibt es massive Kritik an der gängigen Berichterstattung: die thematische Begrenzung auf sportliche Großereignisse sowie auf Fußball, die meist euphorische und wenig kritische Berichterstattung, das lukrative Werbegeschäft, das meist im Fokus aller Akteure steht. Die Hintergrundberichterstattung fehlt oft, kritische Themen wie Doping oder Rassismus werden kaum behandelt.

Neben diesen grundlegenden Aspekten werden Einblicke in die Praxis gegeben, u.a. durch Gastreferenten aus dem Sportjournalismus. Die Studierenden analysieren in Referaten die Sportberichterstattung in ausgewählten Medien und werden nicht zuletzt selbst zu Sportjournalisten: Sie bereiten multimedial Sportereignisse an der Universität der Bundeswehr oder außerhalb auf und erstellen eigenständig Beiträge für das Studentenportal X-media campus (Text, Foto, Slideshow, Audio, Video).

Literatur

Bertling, C. (2009). Sportainment. Konzeption, Produktion und Verwertung von Sport als Unterhaltungsangebot in den Medien. Köln: Herbert von Halem Verlag.

Horky, T., Schauerte, T. & Schwier, J. (2009). Sportjournalismus. Konstanz: UVK.

Schierl, T. (Hrsg.) (2007). Handbuch Medien, Kommunikation und Sport. Beiträge zu Lehre und Forschung im Sport. Schorndorf: Hofmann.

Schmalenbach, H., Hackforth, J., Stiehler, H.-J. & Schaffrath, M. (2012). Qualität im Sportjournalismus. Entwicklung eines Konzepts zur Beurteilung des Sportressorts im Print. München: TU München.

Leistungsnachweis

Referat und Produktion eines Beitrags (Video/Audio/Multimedia) aus dem Bereich Sportjournalismus; alternativ Seminararbeit und Produktion eines Beitrags - jeweils benotet.

Verwendbarkeit

Dieses Wahlpflichtmodul vertieft die Grundlagen aus den Modulen 1109 "Journalismus I" und 1110 "Journalismus II" bzw. 1361 "Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus" und 1362 "TV- und Radiojournalismus".

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Sonstige Bemerkungen

Mindestteilnehmerzahl: 10

Modulname	Modulnummer
Medienkonvergenz	1316

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Sonja Kretzschmar	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13161	VÜ	Medienkonvergenz und Politikvermittlung	Pflicht	2
13162	UE	Politikjournalistische Praxis	Pflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen

Voraussetzung ist die Teilnahme an dem Modul 1110 "Journalismus II" bzw. 1362 "TV- und Radiojournalismus" - d.h. insbesondere der praktischen Ausbildung in Radio- und TV-Journalismus. Interesse an politischen Themen ist von Vorteil.

Qualifikationsziele

Das Seminar bietet einen Überblick über Medienkonvergenz sowie Formen und Strukturen der innenpolitischen Berichterstattung in Deutschland. Außerdem werden praktische Grundlagen vermittelt, um eigenständig Beiträge für die politische Berichterstattung zu erstellen.

Inhalt

Medienkonvergenz, das Zusammenwachsen bisher getrennter journalistischer Bereiche auf der inhaltlichen, technischen und wirtschaftlichen Ebene, bildet die Voraussetzung für neue Formen der Politikvermittlung. Im Zentrum der Lehrveranstaltung im FT 2013 steht die innenpolitische Berichterstattung in Hörfunk und Fernsehen. Nach einer Einführung in die Bereiche Medienkonvergenz und politische Kommunikation wird politisches Fachwissen auf kommunaler, Landes- und Bundesebene vermittelt. Aktuelle politische Formate werden ebenso analysiert wie Hintergrundberichterstattung, politische Diskussionen oder neue crossmediale politische Berichterstattungsformen. Parallel zur Analyse bestehender Formate erarbeiten die Studierenden zu einem aktuellen politischen Thema eigene Radio- und Fernsehbeiträge. Gastreferenten aus dem

Bereich der politischen Berichterstattung geben Einblicke aus der politikjournalistischen Innenperspektive im Umfeld der Medienkonvergenz.

Literatur

- Fengler, Susanne/Vestring, Bettina (2008): Politikjournalismus. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Füssel, Stephan (2012): Medienkonvergenz - Transdisziplinär. Berlin: de Gruyter.
- Jarren, Otfried/Donges, Patrick (2011): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. Wiesbaden: VS.
- Kretzschmar, Sonja: (2010) Crossmediale Ausbildung. Verlierer und Gewinner. In: Hohlfeld, Ralf/Müller, Philipp/Richter, Annekathrin/Zacher, Franziska (Hrsg.): Crossmedia. Wer bleibt auf der Strecke? Berlin: Lit-Verlag, S. 37-53.
- Wilkinson, Jeffrey S. /Grant, August E./Fisher Douglas J. (2012): Principles of Convergent Journalism. Oxford: Oxford University Press.

Leistungsnachweis

Referat und Produktion eines Beitrags (Video/Audio/Multimedia) aus dem Bereich Politikjournalismus; alternativ Referat und Seminararbeit zu einem politischen Thema

jeweils benotet

Verwendbarkeit

Dieses Wahlpflichtmodul vertieft die Grundlagen aus Journalismus I und II; die erworbene Fach- und Sachkompetenz sind in der Medienarbeit innerhalb und außerhalb der Bundeswehr nutzbar.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Webtechniken	1353

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. nat. Bo Hu	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13530	SE	Webtechniken-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen
Modul 1107 "Wirtschaftsinformatik", Modul 1359 "Wirtschafts- und Medieninformatik" oder vergleichbare Vorkenntnisse
Qualifikationsziele
In dieser Lehrveranstaltung lernen die Studierenden unterschiedliche Aspekte der praktischen Informatik sowie den Umgang mit einer integrierten Software-Entwicklungsumgebung kennen. Insbesondere wird die vorgestellte Vorgehensweise im webtechnischen Umfeld umgesetzt.
Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> - Datenpräsentation, Datenverarbeitung und Datenspeicherung in einer Webarchitektur - Betriebswirtschaftliche und webtechnische Datenverarbeitung
Literatur
Die relevanten Quellen werden jeweils zu Beginn der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.
Leistungsnachweis
Hausarbeit, unbenotet
Dauer und Häufigkeit
<p>Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.</p> <p>Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.</p>

Modulname	Modulnummer
Unternehmensplanspiel TOPSIM General Management	1357

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Gerhard Hessenberger	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13570	SE	Unternehmensplanspiel TOPSIM General Management-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen

Modul 1101 "Bilanzierung und Budgetierung" bzw.

Modul 1358 "Bilanzierung, Jahresabschlussanalyse und Kostenrechnung"

Das Modul wird für Studierende des 2. oder 3. Studienjahres empfohlen. Eine erfolgreiche Teilnahme ist aber auch für Studierende des 1. Studienjahres möglich.

Qualifikationsziele

- Die Studierenden erleben die vernetzten Zusammenhänge in Unternehmen.
- Die Studierenden erleben die Zielkonflikte, die sich in der Führung eines Unternehmens systembedingt ergeben.
- Das Modul vermittelt und vertieft nicht nur betriebswirtschaftliches Wissen, sondern fördert auch die Teamarbeit in einer Teilnehmergruppe, da diese als Vorstand des jeweiligen Unternehmens für ihre Entscheidungen und die Ergebnisse in Verantwortung steht.
- Das Modul trainiert den Umgang mit Informationen und die Entscheidungsfindung, auch unter Zeitdruck.
- Das Modul bietet die Möglichkeit, den eigenen betriebswirtschaftlichen Kenntnisstand kritisch zu überprüfen.

Inhalt

- 'learning business by doing business'
- Unternehmensziele und -strategien
- Absatz: Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Produkt-Relaunch, Produkt-Neueinführung, Markteintritt in einen neuen Markt, Kalkulation

<p>von Sondergeschäften, Deckungsbeitragsrechnung und Marktforschungsberichte als Informationsgrundlage für Marketingentscheidungen</p> <ul style="list-style-type: none">• F & E: Technologie, Ökologie, Wertanalyse• Beschaffung/Lagerhaltung, Optimale Bestellmenge• Fertigung: Investition, Desinvestition, Eigenfertigung oder Fremdbezug, Auslastungsplanung, ökologische Produktion, Rationalisierung, Lernkurve• Personal: Personalplanung, Qualifikation, Produktivität, Fehlzeiten, Fluktuation• Finanz- und Rechnungswesen: Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung, stufenweise Deckungsbeitragsrechnung, Finanzplanung, Bilanz- und Erfolgsrechnung, Cash Flow• Aktienkurs und Unternehmenswert• Portfolioanalyse• Kapitalanlagestrategien
Literatur
<ul style="list-style-type: none">• Wöhe, Günter/ Döring, Ulrich, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Vahlens Handbücher, 24. Auflage, München 2010• Aktuelle Teilnehmerhandbücher werden zu Veranstaltungsbeginn gestellt
Leistungsnachweis
Hausarbeit einschließlich Vortrag, unbenotet
Verwendbarkeit
Verwendbar für (nachfolgende) betriebswirtschaftliche Module.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Strategisches Management I	1364

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Peter Weinert	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13640	SE	Strategisches Management I-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen

Das Modul richtet sich vorrangig an Studierende des 9. Trimesters.

Qualifikationsziele

- Kenntnis der theoretischen und empirischen Grundlagen sowie der Methoden und Techniken des strategischen Managements
- Fähigkeit zur Anwendung des methodischen Instrumentariums des strategischen Managements
- Fähigkeit zur Analyse und Beurteilung von Unternehmensstrategien

Inhalt

Die Studierenden erhalten eine Einführung in das strategische Management und führen auf dieser Grundlage eine Analyse der Markt- und Wettbewerbssituation einer geeigneten Branche und der Strategien ausgewählter Großunternehmen dieser Branche durch.

Inhalte im Einzelnen:

Überblick zum strategischen Management: Gegenstand und Begriff des strategischen Managements, Erfolgsfaktoren/ Erfolgspotentiale/ Erfolg, Prozessmodelle, empirische Grundlagen, Umwelt- und Unternehmensanalyse, Corporate Strategy, generische und hybride Markt- und Wettbewerbsstrategien, Wertschöpfungs- und Ressourcenstrategien.

Empirische Untersuchung: Umweltanalyse und -prognose für den Gesamtmarkt und ausgewählte Marktsegmente, Branchenstrukturanalyse, Strategische Gruppen, Wettbewerbsanalyse aus Branchensicht (Themen werden jeweils unter Berücksichtigung der aktuellen Branchensituation festgelegt).

Literatur
<ul style="list-style-type: none">• Müller-Stewens/ Lechner: Strategisches Management. 4. Aufl., Stuttgart 2011• Porter: Wettbewerbsstrategie. 11. Aufl., Frankfurt/ New York 2008• Welge/ Al-Laham: Strategisches Management. 12. Aufl., Wiesbaden 2012
Leistungsnachweis
Hausarbeit einschließlich Vortrag, benotet
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Wissenschaftliches Arbeiten in der BWL	1365

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13650	SE	Wissenschaftliches Arbeiten in der BWL-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele

- Kenntnis ausgewählter Aspekte der Wissenschaftstheorie
- Kenntnis relevanter theoretischer Ansätze in Betriebswirtschaftslehre und Organisation
- Erkennen der Diversität wissenschaftlicher Theorien und der sich daraus ergebenden Konsequenzen für die betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis
- Fähigkeit zur Anwendung betriebswirtschaftlicher Theorien in Forschung und Praxis

Inhalt

Die Studierenden erhalten neben einer Einführung in die Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten eine ausführliche Einführung in die Wissenschaftstheorie. Sie erlernen anhand eines konkreten Forschungsprojektes die Arbeitsschritte Literaturrecherche, Entwicklung eines theoretischen Modells und dessen empirische Überprüfung. Zusätzlich erstellen die Studierenden eine Hausarbeit zu grundlegenden

betriebswirtschaftlichen Theorien oder Organisationstheorien.

Inhalte im Einzelnen**Wissenschaftstheorie**

- Grundbegriffe der Wissenschaftstheorie
- Ausgewählte wissenschaftstheoretische Ansätze

- o Kritischer Rationalismus
- o Radikaler Konstruktivismus
- o Erlanger Konstruktivismus
- o Methodologischer Anarchismus
- Übersicht über grundlegende Methoden und Techniken wissenschaftlichen Arbeitens

Grundlegende Theorien für die betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis, z.B.:

- Industrieökonomik
- Ressourcentheorie und verwandte Ansätze
- Transaktionskostentheorie
- Principal-Agent-Theorie
- Property-Rights-Theorie
- Entscheidungstheorie
- Spieltheorie
- Motivationstheorien

Organisationstheorien, z.B.:

- Scientific Management
- Human-Relations-Ansatz
- Situativer Ansatz
- Entscheidungsorientierte Organisationstheorien
- Systemtheoretische Ansätze
- Evolutionstheoretische Organisationstheorien
- Neoinstitutionalistische Ansätze in der Organisationstheorie

Literatur
Grundlegende Literatur: <ul style="list-style-type: none">• Kieser/Ebers (Hrsg.): Organisationstheorien, 6. Aufl., Stuttgart 2006• Schwaiger/Meyer (Hrsg.): Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. 1. Aufl., München 2009• Schreyögg/Werder v. (Hrsg.): Handwörterbuch Unternehmensführung und Organisation. 4. Aufl., Stuttgart 2004
Weiterführende Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Leistungsnachweis
Hausarbeit einschließlich Vortrag, unbenotet
Verwendbarkeit
Wesentliche Grundlage für das Verständnis betriebswirtschaftlicher Theorien und Methoden und das wissenschaftliche Arbeiten im Bereich der Betriebswirtschaftslehre. Die Veranstaltung richtet sich vorrangig an Studierende des dritten Trimesters.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
International Marketing	1393

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Carsten Rennhak	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13930	VL	International Marketing-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen nach erfolgreicher Teilnahme die relevanten Grundlagen des International Marketing. Nach einer kurzen Wiederholung basalen Marketingwissens werden die Studierenden an die Entscheidungssituation von Unternehmen herangeführt, die sich fragen, ob sie sich international engagieren sollen. Die Studierenden lernen die unterschiedlichen Internationalisierungsmotive kennen und können diese aus einer Anwenderperspektive situativ bewerten. Im nächsten Schritt lernen die Studierenden - basierend auf den Techniken der internationalen Marktforschung - die Methoden der Marktauswahl im internationalen Umfeld kennen. Darauf aufbauend werden die Studierenden dann mit der Wahl der geeigneten Markteintritts- und -bearbeitungsstrategie vertraut gemacht. Der erste Teil der Veranstaltung wird in Form seminaristischen Unterrichts abgehalten. Im zweiten Teil erarbeiten die Studierenden selbständig Marktbearbeitungsstrategien für ausgewählte Konsumgütermärkte in Form eines Marketingplans, den sie in der Lehrveranstaltung präsentieren.

Inhalt

1 Marketing Fundamentals

1.1 Marketing Concepts

1.2 Products & Brands

2 The decision whether to internationalize

2.1 Initiation of internationalization

2.2 Internationalization theories

2.3 Development of the firm's international competitiveness

3 Deciding which markets to enter

- 3.1 Global Marketing Research
- 3.2 The political and economic environment
- 3.3 The socio-cultural environment
- 3.4 The International Market Selection process

4 Market entry strategies

- 4.1 Approaches to the choice of entry mode
- 4.2 Export modes
- 4.3 Intermediate modes
- 4.4 Hierarchical modes

5 The Global Marketing program

- 5.1 Product decisions
- 5.2. Pricing decisions
- 5.3 Distribution decisions
- 5.4 Communication decisions

Literatur

- Hollensen, Svend: Global Marketing. A Decision- Oriented Approach, Prentice Hall, neueste Auflage

Leistungsnachweis

Präsentation, benotet

Verwendbarkeit

Vermittlung grundlegender Kenntnisse für alle Module mit Marketingbzw. Kommunikationsbezug

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Einführung in die PR	3427

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Carsten Rennhak	Wahlpflicht	3

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	0	150	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
34270	OV	Einführung in die PR	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele
Die Lehrveranstaltung zielt darauf ab, dass die Studierenden grundlegende Aufgaben, Instrumente und Methoden der PR kennen, diese auf spezifische organisationale Rahmenbedingungen übertragen und situationsbedingt auf eigene Kommunikationsprojekte anwenden können. Im Ergebnis sind die Studierenden in der Lage souverän mit grundlegenden Begrifflichkeiten im Bereich PR zu operieren. Sie können zudem mit Instrumenten und Methoden der PR sicher umgehen. Sie kennen zudem die ethischen Grenzen der PR-Arbeit. Sie verfügen über grundlegende Kenntnisse darin, selbstständig Projekte im Bereich der PR zu planen und umzusetzen. Die Studierenden können ihr professionelles Handeln vor dem Hintergrund verschiedener Handlungsfelder der PR einordnen.
Inhalt
<ol style="list-style-type: none"> 1. Einbettung der PR in die Corporate Communications 2. Ziele und Aufgaben der PR 3. Instrumente der PR 4. Ethik der PR 5. PR als Berufsfeld
Literatur
Leistungsnachweis
Hausarbeit, benotet

Verwendbarkeit
Die Online-Vorlesung soll den Studierenden nach der Schaffung eines umfassenden Begriffsverständnisses einen Überblick über die verschiedenen Bereiche der Public Relations (PR) bieten. Diese dienen als Grundlage für den souveränen Umgang mit Public Relations in Theorie und Praxis.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Es kann in FT 3, 6 und 9 belegt werden.

Modulname	Modulnummer
Nachrichtenjournalismus	3443

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Sonja Kretzschmar	Wahlpflicht	

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
34431	SU	Nachrichtenforschung	Wahlpflicht	2
34432	UE	Nachrichtenproduktion	Wahlpflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen

Voraussetzung ist die Absolvierung des Moduls 1361 "Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus". Interesse am aktuellen Nachrichtengeschehen und Rezeption aktueller, nachrichtenjournalistischer Medien ist von Vorteil.

Qualifikationsziele

Das Seminar bietet einen Überblick über Begriffe und Ansätze der Nachrichtenforschung, die die Studierenden wiedergeben, miteinander vergleichen und voneinander unterscheiden sowie auf aktuelle Themen und Ereignisse anwenden. In der Übung analysieren die Studierenden Nachrichtentexte in Bezug auf nachrichtlichen Aufbau und Sprache sowie Regelungen zu Überschriften und Teasern. Sie verfassen selbst Nachrichten und produzieren im Team zwei Zeitungsausgaben. Dabei wenden sie die gelernte Theorie in Bezug auf Nachrichten sowie redaktionelle Arbeitsweisen wie Nachrichtenauswahl, Redigieren und Kritisieren selbst an. Sie arbeiten dazu mit dem digitalen Layoutprogramm Adobe InDesign.

Inhalt

Nachrichtenforschung

Wieso passiert immer genau so viel, wie in eine Zeitung oder eine Nachrichtensendung im Fernsehen oder Radio passt? Hinter dieser laienhaft formulierten Frage verbirgt sich eine der Kernfragen kommunikationswissenschaftlicher Forschung. Redaktionen wählen gezwungenermaßen aus der Masse an Themen und Ereignissen diejenigen aus, über die sie berichten. Welche Faktoren führen dazu, dass Journalisten ein Thema oder ein Ereignis als berichtenswert einstufen und andere nicht? In dieser Lehrveranstaltung

beschäftigen sich die Studierenden in Referaten mit anschließender Diskussion mit den wichtigsten Begriffen und Ansätzen der Nachrichtenforschung: Nachrichtenwert-Theorie, Gatekeeper-Modell und News-Bias-Forschung. Auch neuere Studien, die beispielsweise die Nachrichtenwerttheorie mit Blick auf Rezipienten, neue Medien oder Fotoberichterstattung empirisch analysieren, werden thematisiert.

Nachrichtenproduktion

Diese Übung bietet Studierenden eine theoretische und praktische Einführung in die Nachrichtenproduktion insbesondere für Print-, aber auch für Onlinemedien. Zunächst werden Fragen wie diese beantwortet: Welche Merkmale kennzeichnen Nachrichten-Darstellungsformen? Warum gibt es eine Trennung von Nachrichten und MeinungsDarstellungsformen? Wie sind Nachrichten aufgebaut? Woher kommt dieser Aufbau? Welche Regelungen gibt es in Bezug auf die Sprache? Wie sollten Überschriften für Nachrichten in Print und Online formuliert sein? Wie schreibt man Vorspanne und Teaser? Dazu werden Beispiele analysiert, kleinere Übungen zur Nachrichtenauswahl und zum Schreiben von Nachrichten durchgeführt, um schließlich auf Basis von dpa-Tickermeldungen zwei Print-Nachrichtenproduktionen durchzuführen. Hierzu erhalten die Studierenden auch eine Einführung in das digitale Layoutprogramm InDesign, so dass sie direkt in ein weitgehend vorgegebenes Layout hinein arbeiten können. Praktisch wird auf diese Weise auch das Arbeiten unter Zeitdruck in einer Redaktion geübt. Denn im Nachrichtenjournalismus zählen Schnelligkeit und Präzision. Wer länger als eine Viertelstunde an einer Meldung schreibt oder unpräzise formuliert, ist fehl am Platz. Ziel ist es, an zwei Sitzungsterminen in einer Gruppe von 3 bis 4 Studierenden je ein bis zwei Zeitungsseiten zu einem Ressort zu produzieren, so dass eine Zeitung mit mehreren Büchern verschiedener Ressorts entsteht. Dabei redigieren und kritisieren sich die Studierenden gegenseitig. Der Fokus liegt auf der Textgestaltung

Literatur

Nachrichtenforschung

Clayman, S. E. & Reisner, A. (1998). Gatekeeping in Action. Editorial Conferences and Assessment of Newsworthiness. In: American Sociological Review, Heft 63, S. 178-199.

Eilders, C. & Wirth, W. (1999). Die Nachrichtenwertforschung auf dem Weg zum Publikum. Eine experimentelle Überprüfung des Einflusses von Nachrichtenfaktoren bei der Rezeption. In: Publizistik, Nr. 1, Jg. 44, S. 35-57.

Engelmann, I. & Wendelin, M. (2015). Relevanzzuschreibung und Nachrichtenauswahl des Publikums im Internet. Ein faktorieller Survey zum Einfluss von Kommentarhäufigkeiten und Nachrichtenfaktoren. In: Publizistik, Nr. 2, Jg. 60: S. 165-185.

Galtung, J. & Ruge, M. H. (1965). The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in four Norwegian Newspapers. In: Journal of Peace Research, Nr. 2, S. 64-90.

- Hagen, L. M. (1992). Die opportunen Zeugen. In: Publizistik, Nr. 4 Jg. 37, S. 444-460.
- Joch Robinson, G. (1973). 25 Jahre "Gatekeeper"-Forschung. Eine kritische Rückschau und Bewertung. In: Aufermann, J. (Hrsg.): Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Band 1, S. 344-355. Frankfurt/Main: Athenäum-Fischer.
- Jost, P. B., Süßflow, M. & Mauer, M. (2015). „Das können Sie morgen in der Zeitung lesen“. Wie die Massenmedien über die Generaldebatten im Bundestag berichten und wie die Politik darauf reagiert. In: Publizistik, Nr. 1, Jg. 60: S. 5-20.
- Kepplinger, H. M. (1989). Instrumentelle Aktualisierung. Grundlagen einer Theorie publizistischer Konflikte. In: Kaase, M. & Schulz, W. (Hrsg.): Massenkommunikation: Theorien, Methoden, Befunde, S. 199-220. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Lippmann, W. (1964). Öffentliche Meinung. München: Rütten & Loening.
- Östgaard, E. (1965). Factors Influencing the Flow of News. In: Journal of Peace Research, Nr. 2, S. 39-63.
- Maier, M., Stengel, K. & Marschall, J. (2010). Nachrichtenwerttheorie. Baden-Baden: Nomos.
- Ruhrmann, G. (Hrsg.) (2003). Der Wert von Nachrichten im deutschen Fernsehen. Opladen: Leske + Budrich.
- Patterson, T. & Donsbach, W. (1996). News Decisions: Journalists as Partisan Actors. In: Political Communication, 13, S. 455-468.
- Scherer, H., Tiele, A., Haase, A., Hergenröder, S. & Schmid, H. (2006). So nah und doch so fern? Zur Rolle des Nachrichtenfaktors »Nähe« in der internationalen Tagespresse. In: Publizistik, Nr. 2, Jg. 51., S. 201-224.
- Schulz, W. (1976). Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. München: Alber.
- Shoemaker, P. J., Vos, T. P. & Reese, S. D. (2009). Journalists as Gatekeepers. In: Wahl-Jørgensen, K. & Hanitzsch, T. (Hrsg.): The Handbook of Journalism Studies, S. 73-87. New York: Routledge.
- Sommer, D., Fretwurst, B., Sommer, K. & Gehrau, V. (2012). Nachrichtenwert und Gespräche über Medienthemen. In: Publizistik, Nr. 4, Jg. 57, S. 381-401.
- Staab, J. F. (1990). Entwicklungen der Nachrichtenwert-Theorie. Theoretische Konzepte und empirische Überprüfungen. In: Wilke, J. (Hrsg.): Fortschritte der Kommunikationswissenschaft S. 161-172. München: Alber.
- Staab, J. F. (1990). Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt. München: Alber.

Wendelin, M., Engelmann, I. & Neubarth, J. (2014). Nachrichtenfaktoren und Themen in Nutzerrankings. In: Medien & Kommunikationswissenschaft, Nr. 3, Jg. 64, S. 439-458.

White, D. M. (1950). The Gatekeeper. A Case Study in the Selection of News. In: Journalism Quarterly, 27, S. 383-390.

Nachrichtenproduktion

Schwiesau, D. & Ohler, J. (2016). Nachrichten – klassisch und multimedial. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. Wiesbaden: Springer VS.

Weischenberg, S. (2001). Nachrichten-Journalismus: Anleitungen und Qualitäts-Standards für die Medienpraxis. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Weitere Literatur wird zu Beginn des Trimesters vorgelegt.

Leistungsnachweis

Referat im Seminar; und in der Übung Teilnahme an 2 Print-Nachrichtenproduktionen, wovon die zweite bewertet wird.

Referat und 2. Nachrichtenproduktion jeweils benotet.

Verwendbarkeit

Dieses Wahlpflichtmodul vertieft die Grundlagen aus dem Modul 1361 "Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus"; die erworbene Vermittlungs-, Fach- und Sachkompetenz sind in der Medienarbeit innerhalb und außerhalb der Bundeswehr nutzbar.

Modulname	Modulnummer
anrechenbare Sprachausbildung FH	1000 MM

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
	Pflicht	

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
10001 MM HT	Ku	Militärische Pflichtsprachausbildung Englisch	Pflicht	2
10002 MM WT	Ku	Militärische Pflichtsprachausbildung Englisch	Pflicht	2
10003 MM FT	Ku	Militärische Pflichtsprachausbildung Englisch	Pflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				

Modulname	Modulnummer
studium plus 1 - Seminar	1002

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
90 Stunden	36 Stunden	54 Stunden	

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
	S+-Sem	Studium plus Seminare Wintertrimester 2017	Wahlpflicht	3
	S+-Sem	Studium plus Seminare Herbsttrimester 2016	Wahlpflicht	3
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				0

Empfohlene Voraussetzungen

Students should be familiar with common theories of International Politics and in particular with general issues of International Security.

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben personale, soziale oder methodische Kompetenzen, um das Studium als starke, mündige Persönlichkeit zu verlassen. Die studium plus -Seminare bereiten die Studierenden dadurch auf ihre Berufs- und Lebenswelt vor und ergänzen die im Studium erworbenen Fachkenntnisse.

Durch die Vermittlung von Horizontwissen wird die eingeschränkte Perspektive des Fachstudiums erweitert. Dadurch lernen die Studierenden, das im Fachstudium erworbene Wissen in einem komplexen Zusammenhang einzuordnen und in Relation zu den anderen Wissenschaften zu sehen.

Durch die exemplarische Auseinandersetzung mit gesellschaftsrelevanten Fragen erwerben die Studierenden die Kompetenz, diese kritisch zu bewerten, sich eine eigene Meinung zu bilden und diese engagiert zu vertreten. Das dabei erworbene Wissen hilft, Antworten auch auf andere gesellschaftsrelevante Fragestellungen zu finden.

Durch die Steigerung der Partizipationsfähigkeit wird die mündige Teilhabe an sozialen, kulturellen und politischen Prozessen der modernen Gesellschaft gefördert.

Inhalt
<p>Die studium plus -Seminare bieten Lerninhalte, die Horizont- oder Orientierungswissen vermitteln bzw. die Partizipationsfähigkeit steigern. Sämtliche Inhalte sind auf den Erwerb personaler, sozialer oder methodischer Kompetenzen ausgerichtet. Sie bilden die Persönlichkeit und erhöhen die Beschäftigungsfähigkeit.</p> <p>Bei der Vermittlung von Horizontwissen werden die Studierenden beispielsweise mit den Grundlagen anderer, fachfremder Wissenschaften vertraut gemacht, sie lernen Denkweisen und "Kulturen" der fachfremden Disziplinen kennen. Bei der Vermittlung von Orientierungswissen steigern die Studierenden ihr Reflexionsniveau, indem sie sich exemplarisch mit gesellschaftsrelevanten Themen auseinandersetzen. Bei der Vermittlung von Partizipationswissen steht der Einblick in verschiedene soziale und politische Prozesse im Vordergrund.</p> <p>Einen detaillierten Überblick bietet das jeweils gültige Seminarangebot von studium plus, das von Trimester zu Trimester neu erstellt und den Erfordernissen der künftigen Berufswelt sowie der Interessenslage der Studierenden angepasst wird.</p>
Leistungsnachweis
keine
Verwendbarkeit
Das Modul ist für sämtliche Bachelorstudiengänge gleichermaßen geeignet.

Modulname	Modulnummer
studium plus 2 - Seminar und Training	1005

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150 Stunden	72 Stunden	78 Stunden	

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13781	VÜ	Analog & Digital Circuits	Pflicht	
	S+-Sem	Studium plus Seminare Herbsttrimester 2016	Wahlpflicht	3
	T	studium plus Training Herbsttrimester 2016	Wahlpflicht	3
	T	Studium plus Training Wintertrimester 2017	Wahlpflicht	3
	S+-Sem	Studium plus Seminare Wintertrimester 2017	Wahlpflicht	3
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				6

Qualifikationsziele

studium plus- Seminare:

Die Studierenden erwerben personale, soziale oder methodische Kompetenzen, um das Studium als starke, mündige Persönlichkeit zu verlassen. Die studium plus- Seminare bereiten die Studierenden dadurch auf ihre Berufs- und Lebenswelt vor und ergänzen die im Studium erworbenen Fachkenntnisse.

Durch die Vermittlung von Horizontwissen wird die eingeschränkte Perspektive des Fachstudiums erweitert. Dadurch lernen die Studierenden, das im Fachstudium erworbene Wissen in einem komplexen Zusammenhang einzuordnen und in Relation zu den anderen Wissenschaften zu sehen.

Durch die exemplarische Auseinandersetzung mit gesellschaftsrelevanten Fragen erwerben

Inhalt

Die studium plus -Seminare bieten Lerninhalte, die Horizont- oder Orientierungswissen vermitteln bzw. die Partizipationsfähigkeit an Diskussionen über wichtige aktuelle Themen steigern. Sämtliche Inhalte sind auf den Erwerb personaler, sozialer oder

methodischer Kompetenzen ausgerichtet. Sie bilden die Persönlichkeit und erhöhen die Beschäftigungsfähigkeit.

Bei der Vermittlung von Horizontwissen werden die Studierenden u.a. mit den Grundlagen anderer, fachfremder Wissenschaften vertraut gemacht, sie lernen Denkweisen und "Wissenskulturen" der fachfremden Disziplinen kennen. Bei der Vermittlung von Orientierungswissen steigern die Studierenden ihr Reflexionsniveau, indem sie sich exemplarisch mit gesellschaftsrelevanten Themen auseinandersetzen. Bei der Vermittlung von Partizipationswissen steht der Einblick in verschiedene soziale und politische Prozesse im Vordergrund.

Die studium plus- Trainings entsprechen den Trainings für Führungskräfte in modernen Unternehmen und bieten berufsrelevante und an den Themen der aktuellen Führungskräfteentwicklung von Organisationen und Unternehmen orientierte Lerninhalte.

Verwendbarkeit

Das Modul ist für sämtliche Bachelorstudiengänge gleichermaßen geeignet.

