

**Modulhandbuch des Studiengangs
Wirtschaft und Journalismus
(Bachelor of Arts)
an der
Universität der Bundeswehr München

(PO-Version: 2011)**

Inhaltsverzeichnis

Bachelor of Arts (FH) - WJ	
Fachgebundene Pflichtmodule	
1101	Bilanzierung und Budgetierung.....4
1103	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik.....6
1105	Human Resource Management.....8
1109	Journalismus I.....10
1110	Journalismus II.....13
1111	Kommunikationswissenschaft.....16
1108	Marketing.....20
1114	Mediensoziologie und Medienmanagement.....22
1104	Operations Management und Logistik.....27
1112	Organisationskommunikation I.....29
1113	Organisationskommunikation II.....32
1106	Organisation und Projektmanagement.....33
1102	Recht.....35
1107	Wirtschaftsinformatik.....37
1100	Wirtschaftsmathematik und Statistik.....39
Nicht fachgebundenen Pflichtmodule	
1115	1. Praktikumsabschnitt.....41
1175	2. Praktikumsabschnitt.....42
2899	Bachelor-Arbeit.....44
Wahlpflichtmodule	
1120	Aktuelle höchstrichterliche Rechtsprechung.....46
1184	Angewandtes Controlling.....48
1182	Betriebliche Finanzwirtschaft.....50
1123	Change Management.....51
1166	Corporate Social Responsibility und Soziomarketing.....53
1117	Data Mining.....54
1180	Englisch für Medienberufe.....56
1121	Europäisches Recht.....57
1169	Europäische Wirtschaftsintegration.....58
1170	Geld, Kredit, Währung.....60
1309	Internationale Marketingkommunikation.....62
1311	Internationales Marketing.....64
1174	Internationales Wirtschaftsrecht.....66
1316	Medienkonvergenz.....68
1171	Medienkonzerne und Filmwirtschaft.....70
1183	Medien und Gesellschaft.....72
1172	Publikationstraining und praktische Medienethik.....73

Universität der Bundeswehr München

1124	Qualitative Sozialforschung.....	75
1186	Sozial- und Organisationspsychologie.....	77
1312	Sportjournalismus.....	79
1364	Strategisches Management I.....	81
1173	System Dynamics.....	83
1178	Technologischer Wandel und betriebswirtschaftliche Konsequenzen.....	84
1126	Theorien in der Betriebswirtschaftslehre.....	85
1357	Unternehmensplanspiel TOPSIM General Management.....	87
1119	Unternehmensplanspiel TOPSIM GM II.....	89
1167	Unternehmenszusammenschlüsse.....	91
1353	Webtechniken.....	93
1179	Wirtschaftsenglisch.....	94
1365	Wissenschaftliches Arbeiten in der BWL.....	95
1181	Wissenschaftskommunikation.....	97
	Studium plus	
1000	anrechenbare Sprachausbildung.....	98
1002	Seminar Studium plus 1.....	100
1005	Seminar Studium plus 2 und Training.....	102
	Erläuterungen	105

Modul 1101 Bilanzierung und Budgetierung

zugeordnet zu: Fachgebundene Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	300 Stunden	ECTS-Punkte:	10
-> Präsenzzeit (h):	96 Stunden	TWS:	8 Stunden
-> Selbststudium (h):	204 Stunden		

Modulbestandteile	11011	Buchführung, Bilanzierung und Jahresabschluss (Vorlesung (PF) - 4 TWS)
	11012	Case Studies Kostenrechnung und Kostenmanagement (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)
	11013	Case Studies Investitions- und Finanzierungsentscheidungen (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Manfred Sargl

Inhalt

Buchführung, Bilanzierung und Jahresabschluss

- Rechtsgrundlagen des Jahresabschlusses
- 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

- Analyseziele
- Investitionsanalyse
- Finanzierungsanalyse
- Ergebnisanalyse
- Grenzen der Jahresabschlussanalyse
- Nationale und internationale Rechnungslegung

Kosten- und Leistungsrechnung

- Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung
- Die Vollkostenrechnung und ihre Einsatzmöglichkeiten
- Die Teilkostenrechnung und ihre Einsatzmöglichkeiten

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen die rechtlichen Grundlagen der Buchführung.

Sie können einzelne Bilanzposten bilanzieren und bewerten.

Sie können eine Jahresabschlussanalyse durchführen und deren Ergebnisse 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.

Voraussetzungen

Modul 1100 "Wirtschaftsmathematik und Statistik"

Verwendbarkeit

Voraussetzung für eine Vielzahl nachfolgender Module

Leistungsnachweis

sP-90, benotet

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester.

Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modul 1103 Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik

zugeordnet zu: Fachgebundene Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	300 Stunden	ECTS-Punkte:	10
-> Präsenzzeit (h):	96 Stunden	TWS:	8 Stunden
-> Selbststudium (h):	204 Stunden		

Modulbestandteile	11031	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre (Vorlesung (PF) - 3 TWS)
	11032	Übungen zu "Grundlagen der Volkswirtschaftslehre" (Übung (PF) - 1 TWS)
	11033	Wirtschaftspolitik (Vorlesung (PF) - 3 TWS)
	11034	Übungen zur "Wirtschaftspolitik" (Übung (PF) - 1 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Thomas Wüstrich

Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> 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
--------	---

Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> 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
---------------------	--

Voraussetzungen Modul 1100 "Wirtschaftsmathematik und Statistik"

Verwendbarkeit	Voraussetzung für eine Vielzahl volkswirtschaftlicher Wahlpflichtmodule in Bachelor- und Masterstudiengängen.
Leistungsnachweis	sP-90, benotet
Sonstige Bemerkungen	Weitere Informationen auf der Homepage der Professur.
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., (2012), Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 5., überarbeitete Auflage, Stuttgart, Verlag Schäffer-Poeschel.• Mussel, G., Pätzold, J., (2012), Grundfragen der Wirtschaftspolitik, 8. Überarbeitete Auflage, München, Verlag Franz Vahlen. <p>Weitere Literaturhinweise werden im Verlauf der Lehrveranstaltungen gegeben.</p>
Dauer und Häufigkeit	Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modul 1105 Human Resource Management

zugeordnet zu: Fachgebundene Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	300 Stunden	ECTS-Punkte:	10
-> Präsenzzeit (h):	96 Stunden	TWS:	8 Stunden
-> Selbststudium (h):	204 Stunden		

Modulbestandteile	11051	Human Resource Management (Vorlesung (PF) - 2 TWS)
	11052	Organizational Behavior (Vorlesung (PF) - 2 TWS)
	11053	Case Studies Human Resource Management (Seminar (PF) - 2 TWS)
	11054	Case Studies Organizational Behavior (Seminar (PF) - 2 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Rafaela Kraus

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

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.

Verwendbarkeit

Voraussetzung für:

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

Leistungsnachweis

sP-90, benotet

Dauer und Häufigkeit

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

Modul 1109 Journalismus I

zugeordnet zu: Fachgebundene Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	300 Stunden	ECTS-Punkte:	10
-> Präsenzzeit (h):	96 Stunden	TWS:	10 Stunden
-> Selbststudium (h):	204 Stunden		

Modulbestandteile	11091	Journalistische Darstellungsformen: Print/Online (Vorlesung (PF) - 2 TWS)
	11092	Sprache und Stil: Print/Online (Übung (PF) - 2 TWS)
	11093	Recherche- und Interviewtechnik: Print/Online (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)
	11094	Journalistische Organisations- und Managementsysteme (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)
	11095	Wissenschaftliches Publizieren (Übung (PF) - 2 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Gabriele Goderbauer-Marchner

Inhalt

Das Modul Journalismus I befasst sich mit den Journalistischen Darstellungsformen Print/ Online, der Sprache und Stil Print/ Online, der Recherche- und Interviewtechnik Print/ Online sowie Journalistischen Organisations- und Managementsystemen und dem Wissenschaftlichen Publizieren.

Journalistische Darstellungsformen (Print/Online):

Nach einem Überblick über die unterschiedlichsten Darstellungsformen (Nachricht, Bericht, Reportage, Feature, Kommentar, Glosse, Interview, Boulevard, Agenturjournalismus) in den Print- und Online-Medien wird auf das Berufsbild der Journalisten eingegangen; die Ethik der Medien und die Ethik der Medienschaffenden sind ein wichtiger Aspekt. Medienprodukte werden analysiert, Fallbeispiele kritisch-konstruktiv beleuchtet; Organisations- und Arbeitstechniken in Redaktionen stehen ebenso im Fokus wie Berufsbilder, Berufsorganisationen, Wächter und Hüterinstitutionen.

Sprache und Stil (Print/ Online):

In diesem Seminar werden Publikationsübungen durchgeführt. Wie geht man mit Sprache um? Welcher Stil passt wann? Es werden klassische journalistische Stilformen behandelt und komparativistisch bei Print-, Online- und elektronischen Medien diskutiert, außerdem Agenturpublizieren sowie Unternehmenskommunikations-Publikation. Die „Schreibtechnik“ des Publizierens in den Medien ist wesentlicher Bestandteil. Die Kompetenzen im Bereich textlicher wie bildlicher Publizität werden geschärft.

Recherche- und Interviewtechnik (Print/ Online):

Klassisches Handwerkszeug wird durch praktische Textarbeiten vermittelt. Journalistische Arbeitstechniken der journalistischen Recherche- und Interviewtechnik sind Bestandteil der Lehrveranstaltung. Die Generierung treffender Inhalte wird beleuchtet, wobei die Medienkonvergenz des 21. Jahrhunderts zentraler Aspekt sein wird. Behandelt werden Recherchemethoden, Recherchemöglichkeiten und Grenzprobleme, die im journalistischen Alltag auftauchen (können).

Journalistische Organisations- und Managementsysteme:

In dieser Veranstaltung werden Gestaltungsarten, Grundlagen der Textbearbeitung bzw. Tonbearbeitung, Grundlagen der Bildbearbeitung und technische Gegebenheiten dargestellt; Managementsysteme werden erläutert und auch praktisch angewandt. Eingegangen wird auf neue Formen wie Weblogs. Wie wird Text verarbeitet? Es werden die Arbeitstechniken und Organisationsstrukturen der Abläufe in Zeitungen und Zeitschriften, Online und in ihrem crossmedialen Umfeld beleuchtet.

Wissenschaftliches Publizieren:

In theoretischen wie praktischen Übungen wird die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens profund und an Exempeln erlernt.

Qualifikationsziele

- Der/ Die Studierende wird vertraut gemacht mit den diversen journalistischen Darstellungsformen; er erhält einen Einblick in den publizistischen Alltag und die Mechanismen.
- Erwerb von Kenntnissen des Publizierens in der praktischen Anwendung in Sprache und Stil.
- Erwerb von anwendungsbezogener und theoriekompetenter Recherche- und Interviewtechnik.
- Einführung in journalistische Arbeitstechniken, die in enger Korrelation zu den existierenden Managementsystemen stehen.
- Der Studierende soll am Ende ausgewählte Problemstellungen der journalistischen Arbeit von ihrer technischen und organisatorischen Seite in Abstimmung zu publizistischen Aspekten verstehen und lösen können.

Verwendbarkeit

Voraussetzung für das Modul 1110 "Journalismus II" und diverse Wahlpflichtmodule.

Leistungsnachweis

sP-120, benotet

Sonstige Bemerkungen

Präsenzpflicht bei den Units: "Journalistische Darstellungsformen: Print/Online", "Sprache und Stil: Print/Online", "Recherche- und Interviewtechnik: Print/Online" und "Journalistische Organisations- und Managementsysteme"

Literatur

- Goderbauer-Marchner, Gabriele: Journalist werden, Konstanz 2009.
- Goderbauer-Marchner, Gabriele et al.: Karriereziel Journalismus, Nürnberg 2004.

- Weischenberg, Siegfried, Kleinsteuber, Hans J., Pörksen, Bernhard (Hg.): Handbuch Journalismus und Medien, Konstanz 2005.
- 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.
- Giessen, Hans W.: Medienadäquates Publizieren, 2003.
- Frank, A.; Haacke, S. & Lahm, S. (2007): Schlüsselkompetenzen: Schreiben in Studium und Beruf. J.B. Metzler.
- Krämer, W. (1999): Wie schreibe ich eine Seminar- oder Examensarbeit? Campus concret.
- Kruse, O. (1997): Keine Angst vor dem leeren Blatt. Campus concret.
- Rost, F. (1997): Lern- und Arbeitstechniken für pädagogische Studiengänge. UTB für Wissenschaft.
- Schröder-Naef, R. (1994): Rationeller Lernen lernen. BELTZ.
- Theisen, M. R. (2006): ABC des wissenschaftlichen Arbeitens. Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Werder, L. v. (1992): Kreatives Schreiben in den Wissenschaften. Schibri-Verlag

Dauer und Häufigkeit

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

Modul 1110 Journalismus II

zugeordnet zu: Fachgebundene Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	300 Stunden	ECTS-Punkte:	10
-> Präsenzzeit (h):	96 Stunden	TWS:	8 Stunden
-> Selbststudium (h):	204 Stunden		

Modulbestandteile	11101	Journalistische Darstellungsformen: Radio/TV (Sem. Unterricht (PF) - 6 TWS)
	11102	Sprache und Stil: Radio/TV (Übung (PF) - 2 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Sonja Kretzschmar

Inhalt

Das Modul Journalismus II befasst sich mit den journalistischen Darstellungsformen im TV-Journalismus und Radio-Journalismus und mit Sprache und Stil im TV- und Radio-Journalismus. Ausgangspunkt ist der crossmediale Journalismus. Im Zeitalter der Medienkonvergenz werden journalistische Inhalte mit gemeinsamer Markenidentität über eine Vielzahl von Kanälen ausgespielt, unter anderem über Hörfunk und Fernsehen. Dabei gilt es, bei der Realisation journalistischer Themen die Potenziale der Ausspielkanäle, in diesem Fall Hörfunk und Fernsehen, zu erkennen und zu erschließen.

Darstellungsformen Radio:

Nach einer Einführung in die Audio-Technik werden journalistische Darstellungsformen im Radiobereich behandelt: Umfragen, Statements, gebaute Beiträge. Unterschiedliche Arten von Radiosendungen werden vorgestellt. Die Vermittlung von theoretischem Wissen und praktische Übungen wechselt sich jeweils ab. Die Studierenden erstellen in Teams eigenständig einen Radiobeitrag und produzieren in der Gruppe eine Radiosendung.

Darstellungsformen TV:

Nach einer Einführung in den Bereich Kamera und Schnitt werden journalistische Darstellungsformen im TV-Bereich behandelt: Nachrichten im Film (Nifs), Statements, Magazin-Beiträge. Unterschiedliche Arten von Fernsehsendungen werden vorgestellt. Die Vermittlung von theoretischem Wissen und praktische Übungen wechselt sich jeweils ab. Die Studierenden erstellen in Teams eigenständig eine Nachricht im Film und einen TV-Magazinbeitrag. Außerdem produzieren sie in der Gruppe eine Fernsehsendung.

Sprache und Stil:

Die Studierenden lernen, inwieweit sich das Schreiben für den Hörfunk und das Schreiben für das Fernsehen unterscheiden. Sie trainieren das Schreiben ihrer eigenen Praxis-Beiträge. Eine praktische Übung im Sprechtraining zeigt den Studierenden, wie sie ihre eigenen Beiträge sprechen und vertonen können.

Qualifikationsziele

Journalistische Darstellungsformen (Radio/ TV):

Die Studierenden beherrschen sämtliche journalistische Darstellungsformen in Hörfunk und Fernsehen. Sie sind zum kritisch-konstruktiven air check in der Lage und können Radio/TV-Produktionen medienökonomisch realistisch kalkulieren.

Sprache und Stil (Radio/ TV):

Die Studierenden können fürs Hören/ Zuschauen in Radio/TV schreiben. Sie beherrschen die unterschiedlichen Sprach- und Stilformen des hörfunk- und fernsehjournalistischen Handwerks.

Recherche- und Interviewtechnik (Radio/ TV):

Theoriebasiert und anwendungsbezogen kennen die Studierenden die Recherche- und Interviewtechniken in Radio/TV einschließlich der akustischen und optischen/visuellen.

Sprechtraining und Moderation (Radio/ TV):

Die Studierenden sind mikrofon- und kamerasicher. Sie sind stimmlich für professionelles Sprechen ausgebildet. Ferner haben sie moderative Kompetenzen erworben.

Verwendbarkeit

Voraussetzung für:

- Module 1120 "Organisationskommunikation I" und 1130 "Organisationskommunikation II"
- Modul 1114 "Mediensoziologie und Medienmanagement"
- Kommunikations- und medienwiss. Wahlpflichtmodule

Leistungsnachweis

sP-90, benotet

Literatur

Kleinsteuber, Hans J. (2012): Radio: Eine Einführung. Wiesbaden: VS.

La Roche, Walter/Buchholz, Axel (2009): Radio-Journalismus. Berlin: Econ.

Ordolff, Martin (2005): Fernseh-Journalismus. Konstanz: UVK.

Ordolff, Martin/Wachtel, Stefan (2009): Texten für TV. Konstanz: UVK.

Rossié, Michael (2009): Sprechertraining: Texte präsentieren in Radio, Fernsehen und vor Publikum. Berlin: Econ.

Schult, Gerhard/Buchholz, Axel (Hrsg.): Fernsehjournalismus. Berlin: Econ.

Wachtel, Stefan (2009): Schreiben fürs Hören: Trainingstexte, Regeln und Methoden. Konstanz: UVK.

Wachtel, Stefan (2009): Sprechen und Moderieren in Hörfunk und Fernsehen. Konstanz: UVK.

Werner, Horst (2009): Fernsehen machen. Konstanz: UVK.

Dauer und Häufigkeit

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

Modul 1111 Kommunikationswissenschaft

zugeordnet zu: Fachgebundene Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	300 Stunden	ECTS-Punkte:	10
-> Präsenzzeit (h):	96 Stunden	TWS:	8 Stunden
-> Selbststudium (h):	204 Stunden		

Modulbestandteile	11111	Einführung in die Kommunikationswissenschaft (Vorlesung (PF) - 2 TWS)
	11112	Mediensysteme und Journalismuskulturen (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)
	11113	Quantitative und qualitative Methoden (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)
	11114	Medienwirkungsforschung und Medienpsychologie (Vorlesung (PF) - 2 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Sonja Kretzschmar

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:

Im Mittelpunkt der Lehrveranstaltung stehen Grundlagen und Infrastrukturen des deutschen Mediensystems und internationale Journalismuskulturen. Im deutschen Mediensystem wird die periodische Presse behandelt, mit den Schwerpunkten Zeitung und Zeitschriften, es folgt der öffentlich-rechtliche und privat-kommerzielle Rundfunk sowie Onlinemedien. Die Dynamik des deutschen Mediensystems wird anhand der Beispiele der Digitalisierung, Kommerzialisierung und Medienkonzentration behandelt, es folgen Globalisierung und Europäisierung, Re-Regulierung und Media Governance. Internationale Journa-

lismuskulturen werden anhand von weltweiten Studien vorgestellt, Potenziale und Schwierigkeiten globaler Forschung werden erläutert. Abschließend werden Mediensysteme im internationalen Vergleich diskutiert.

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, Schweigespирale, Wissensklufthypothese, Media-Malaise**

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 kennen die Geschichte, Strukturen, Spezifika, Rahmenbedingungen und Entwicklungen des deutschen Mediensystems sowie der Journalismuskulturen. Ferner sind sie in der Lage, Vergleiche zu Mediensystemen und Journalismuskulturen anderer Länder anzustellen.

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.

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

Leistungsnachweis

sP - 120, benotet

Sonstige Bemerkungen

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

Literatur

Einführung in die Kommunikationswissenschaft:

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

Brosius, H.-B., Koschel, F. & Haas, A. (2008), Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung (4. 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. (2007). Journalistik. Konstanz: UVK.

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

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

Mediensysteme und Journalismuskulturen:

Beck, Klaus (Hg.) (2012): Das Mediensystem Deutschlands. Wiesbaden: Springer VS. Esser, Frank/ Hanitzsch, Thomas (Hg.) (2012): The Handbook of Comparative Communication Research. London: Routledge.

Hahn, Oliver /Schröder, Roland (Hg.) (2008). Journalistische Kulturen: Internationale und interdisziplinäre Theoriebausteine. Köln: Halem.

Hallin, Daniel C. /Mancini, Paolo (2004). Comparing media systems: Three models of media and politics. Cambridge: University Press.

Hans-Bredow-Institut (Hg.) (2009): Internationales Handbuch Medien. 28. Auflage, Baden-Baden: Nomos.

Meyn, Hermann (2004). Massenmedien in Deutschland (3. Aufl.). Konstanz: UVK.

Thomaß, Barbara (Hg.) (2007). Mediensysteme im internationalen Vergleich. Konstanz: UVK/UTB.

Weischenberg, Siegfried (2004): Journalistik: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Wiesbaden: Springer VS.

Quantitative und qualitative Methoden:

Atteslander, Peter (2010): Methoden der empirischen Sozialforschung (13. Auflage). Berlin: Erich Schmidt Verlag GmbH & Co

Bamberg, Günther/ Bauer, Franz/ Wrapp, Michael (2009): Statistik (15. Auflage). Oldenbourg.

Medienwirkungsforschung und Medienpsychologie:

Bonfadelli, Heinz & Friemel, Thomas (2011): Medienwirkungsforschung (4. Auflage). UTB.

Dauer und Häufigkeit

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

Modul 1108 Marketing

zugeordnet zu: Fachgebundene Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	180 Stunden	ECTS-Punkte:	6
-> Präsenzzeit (h):	60 Stunden	TWS:	5 Stunden
-> Selbststudium (h):	120 Stunden		

Modulbestandteile	11081	Marketing: Grundlagen des Marketing (Vorlesung (PF) - 4 TWS)
	11082	Marketing: Branding und Brandmanagement (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)
	11083	Marketing: Eventmanagement (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Carsten Rennhak

Inhalt

Grundlagen des Marketing

- Marketing als Aufgabe der Unternehmensführung
- Grundzüge der Markt- und Medienforschung
- Bestimmungsgründe des Nachfrager- und Mediennutzerverhaltens
- Entwicklung einer Marketingkonzeption im Medienbereich
- Analyse der Markt- und Wettbewerbssituation und des Marketingumfelds
- Marketingziele
- Marketingstrategien
- Marketinginstrumente (Product, Price, Promotion, Place, People, Processes, Physical Evidence)
- Marketingcontrolling
- Grundlagen des Dienstleistungsmarketing
- Grundlagen des Industriegütermarketing

Branding & Brand Management

- Markenpolitik, Markierung und Markenartikel im Medienbereich
- Bestimmung des Markenwerts
- Markenstrategien
- Händler- versus Herstellermarken
- Co-Branding und Ingredient Branding
- Corporate Branding, Mehrmarkenstrategien und Markentransfer
- Internationale Markenstrategien
- Markenführung und neue Medien, Bedeutung der Medien für die Markenwahrnehmung, Multichannel-Strategien, CRM
- Erfolgskriterien der Markenpolitik
- Markenschutz

Eventmanagement

- Eventmarketing als Bestandteil der Unternehmenskommunikation

- Abgrenzung des Eventmarketing von verwandten Kommunikationsinstrumenten (wie Sponsoring, Messen und Verkaufsförderung)
- Eventbasis, Eventkonzept, Eventorganisation und Erfolgskontrolle
- Eventmanagement und neue Medien

Qualifikationsziele

- In dieser Veranstaltung lernen die Studenten die grundlegenden Konzepte des Marketing, des Markenmanagements sowie des Eventmanagements vor dem Hintergrund medienpezifischer Herausforderungen kennen.
- Die Studenten sollen zum marktorientierten Denken befähigt werden.
- Sie sollen verstehen, welche Bedeutung das Marketing und die Markt- und Medienforschung für Medienunternehmen haben und welche Ziele und Aufgaben vom Marketing zu erfüllen sind.
- Sie sollen in der Lage sein, eine Marketingkonzeption zu erstellen.
- Die Studenten werden mit dem Einsatz neuer Medien im Marketing vertraut gemacht.

Voraussetzungen

- Mikroökonomische Grundkenntnisse
- Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse

Leistungsnachweis

sP-90, benotet

Sonstige Bemerkungen

Lehrsprache: Englisch

Literatur

- Homburg, C./ Krohmer, H. (2009): Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung. 3. Aufl. Wiesbaden.
- Meffert, H./ Burmann, C./ Kirchgeorg, M. (2007): Marketing, 10. Aufl. Wiesbaden.
- Kotler, P.; Armstrong, G. (2009): Principles of Marketing. 13. Aufl., Prentice Hall.
- Becker, J. (2009): Marketing-Konzeption: Grundlagen des ziel-strategischen und operativen Marketing-Managements. 9. Aufl. München.

Dauer und Häufigkeit

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

Modul 1114 Mediensoziologie und Medienmanagement

zugeordnet zu: Fachgebundene Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	300 Stunden	ECTS-Punkte:	10
-> Präsenzzeit (h):	96 Stunden	TWS:	8 Stunden
-> Selbststudium (h):	204 Stunden		

Modulbestandteile	11141	Mediengeschichte (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)
	11142	Medienpolitik und Medienorganisation (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)
	11143	Medienmarketing (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)
	11144	Medien- und Kommunikationsethik (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Gabriele Goderbauer-Marchner

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

Professionelles medien- und kommunikationsethisches Denken und Handeln ist von herausragender gesellschaftlicher Bedeutung Medien und Journalisten übernehmen in Demokratien eine wichtige öffentliche Aufgabe. Im öffentlichen Interesse und im Dienst der Wahrhaftigkeitsfindung selektieren und publizieren Journalisten Nachrichten und beziehen dazu - idealiter gekennzeichnet - kritisch Stellung, um zur Meinungsbildung beizutragen. Diese Lehrveranstaltung beschäftigt sich mit den Sonderrechten von Journalisten in Deutschland (z.B. Zeugnisverweigerungsrecht, Informantenschutz, Informationspflicht von Behörden, etc.) sowie mit ihren (wenigen) rechtlichen Einschränkungen (z.B. Persönlichkeitsschutz) und Pflichten (z.B. Sorgfaltspflicht). Ferner werden Ethikkodizes sowie die freiwillige Selbstkontrolle der Medienbranche und ihre Institutionen (Deutscher Presserat, FSK) samt ihrer (relativ schwachen) Sanktionierungsmöglichkeiten thematisiert. Im Detail geht es u.a. um journalistische Ethik und Recherchemethoden sowie den Unterschied zwischen Gesinnungs- und Verantwortungsethik. Anhand einiger Fallbeispiele werden das journalistische Entscheidungsdilemma und mögliche Berichterstattungskonsequenzen sowie journalistisches Fehlverhalten (z.B. gefälschte Hitler-Tagebücher im „Stern“, etc.) praxeologisch reflektiert und kritisch diskutiert. Im Bereich der Kommunikationsethik verschafft diese Lehrveranstaltung einen Überblick über Ethikkodizes sowie die freiwillige Selbstkontrolle bzw. Branchen-Governance der Organisations- und Unterneh-

menskommunikation bzw. der Public Relations (PR), die wegen des häufig geäußerten Vorwurfes der Schönfärberei (und Werbung) oftmals ein negatives Image hat. Ferner wird der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) als Institution und seine Spruchpraxis behandelt.

Qualifikationsziele

Ad Mediengeschichte:

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

Ad 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 medienpolitische 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.

Ad 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.

Ad Medien- und Kommunikationsethik:

Im Bereich der Medien- und journalistischen Ethik kennen die Studierenden die Rechte und Pflichten von Journalisten sowie Ethikkodizes und die freiwillige Selbstkontrolle samt ihrer Institutionen. Ferner sind sie in der Lage, konkrete Fälle der Berichterstattung ethisch zu bewerten. Im Bereich der Kommunikationsethik sind die Studierenden mit Ethikkodizes, der freiwilligen Selbstkontrolle bzw. Branchen-Governance der Organisations- und Unternehmenskommunikation bzw. der Public Relations (PR) sowie mit den Aufgaben der Institution Deutscher Rat für Public Relations (DRPR) vertraut.

Voraussetzungen

Modul 1111 "Kommunikationswissenschaft"

Modul 1112 "Organisationskommunikation I"

Modul 1361 "Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus"

Modul 1362 "TV- und Radiojournalismus"

Verwendbarkeit

Voraussetzung für:

- kommunikations- und medienwiss. Wahlpflichtmodule

Leistungsnachweis

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

Literatur

Literatur zu Mediengeschichte, Medienpolitik und Medienorganisation:

Donges, Patrick, Jarren, Otfried, Schatz, Heribert: Globalisierung der Medien? Medienpolitik in der Informationsgesellschaft, 2002.

Hachmeister, Lutz, Rager, Günter: Wer beherrscht die Medien. Jahrbuch. Die 50 größten Medienkonzerne der Welt, München 2005 ff.

Holtz-Bacha, Christina: Medienpolitik für Europa, 2006.
Pürer, Heinz: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch, Konstanz 2003

Pürer, Heinz, Raabe, Johannes: Medien in Deutschland, Konstanz 1996 ff.

Puppis, Manuel: Einführung in die Medienpolitik, Stuttgart 2007.

Schrag, Wolfram: Medienlandschaft Deutschland, Konstanz 2007

Stöber, Rudolf: Deutsche Pressegeschichte. Von den Anfängen bis zur Gegenwart, Stuttgart 2005.

Wilke, Jürgen: Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn 1999.

Literatur zu Medienmarketing:

Thomas Breyer-Mayländer/ Christof Seeger: Medienmarketing. Vahlen 2006.

Literatur zu Medien- und Kommunikationsethik:

Baum, Achim, Langenbucher, Wolfgang R., Pöttker, Horst & Schicha, Christian (Hg.) (2005): Handbuch Medienselbstkontrolle. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kunczik, Michael & Zipfel, Astrid (2005): Publizistik (3. Aufl.). Stuttgart: UTB.

Schicha, Christian & Brosda, Carsten (Hg.) (2010): Handbuch Medienethik. Wiesbaden: VS für Sozialwissenschaften.

Thomaß, Barbara (1998): Journalistische Ethik: Ein Vergleich der Diskurse in Frankreich, Großbritannien und Deutschland. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Avenarius, Horst & Bentele, Günter (Hg.) (2009): Selbstkontrolle im Berufsfeld Public Relations: Reflexionen und Dokumentation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Förg, Birgit (2004): Moral und Ethik der PR: Grundlagen - Theoretische und empirische Analysen - Perspektiven. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Parsons, Patricia (2008): Ethics in Public Relations: A Guide to Best Practice (2. Aufl.). Kogan Page.

Dauer und Häufigkeit

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

Modul 1104 Operations Management und Logistik

zugeordnet zu: Fachgebundene Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	300 Stunden	ECTS-Punkte:	10
-> Präsenzzeit (h):	144 Stunden	TWS:	12 Stunden
-> Selbststudium (h):	156 Stunden		

Modulbestandteile	11041	Operations Management (Vorlesung (PF) - 4 TWS)
	11042	Übung zu Operations Management (Übung (PF) - 4 TWS)
	11043	Planspiel TOPSIM Logistics (Sem. Unterricht (PF) - 4 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Gerhard Hessenberger

- 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
 - Logistik - Controlling
 - Revenue Management
 - Lineare Programmierung
 - Dynamische Programmierung
 - Strategische Logistikkonzeptionen

- 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.

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

Verwendbarkeit Module die quantitative Verfahren verwenden und komplex vernetzte Strukturen beinhalten.

Leistungsnachweis sP-90, benotet

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

Modul 1112 Organisationskommunikation I

zugeordnet zu: Fachgebundene Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	300 Stunden	ECTS-Punkte:	10
-> Präsenzzeit (h):	96 Stunden	TWS:	8 Stunden
-> Selbststudium (h):	204 Stunden		

Modulbestandteile	11121	Grundlagen der Organisationskommunikation (Vorlesung, Seminar (PF) - 4 TWS)
	11122	Theorie der Anspruchsgruppen und Anspruchsgruppenmanagement (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)
	11123	Anwendungsbeispiele (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Natascha Zowislo-Grünwald

Inhalt

1. Was ist Unternehmenskommunikation?

- Begriff - 1+2
- Spektrum und Funktionen - 3+4
- Kommunikationsmodelle und UK - 5
- Konzepte und Begriffe der UK - 6+7

2. Anspruchsgruppen

- Theoretischer Ansatz - 8
- Stakeholder in Unternehmen und anderen Organisationen - 9+10

3. Anspruchsgruppenmanagement

- Interne Kommunikation (HR Relations) - 11+12
- Investor Relations / Capital Market Relations - 13
- Media Relations - 14+15
- Public Affairs (Government & NGO Relations) - 16
- Client & Customer Relations - 17+18
- Community Relations - 19

4. PR-Texte - 20

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

Voraussetzungen

- Modul 1111 "Kommunikationswissenschaft"
- Modul 1105 "Human Resource Management"

- Modul 1361 "Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus"
- Modul 1362 "TV- und Radiojournalismus"

Verwendbarkeit

- 1113 "Organisationskommunikation II"
- 1166 "Corporate Social Responsibility und Soziomarketing"

Leistungsnachweis

sP-120, benotet

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 Public 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.

- Moss, D.; DeSanto, B. 2002: Public Relations Cases. International Perspectives, Routledge.
- Sriramesh, K., Vercic, D. 2003: The Global Public Relations Handbook, Lawrence Erlbaum.

Dauer und Häufigkeit

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

Modul 1113 Organisationskommunikation II

zugeordnet zu: Fachgebundene Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	300 Stunden	ECTS-Punkte:	10
-> Präsenzzeit (h):	96 Stunden	TWS:	8 Stunden
-> Selbststudium (h):	204 Stunden		

Modulbestandteile	11131	Strategie und Planung / Integrierte Kommunikation (Sem. Unterricht (PF) - 4 TWS)
	11132	Issue- und Trend Management (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)
	11133	Change- und Krisenkommunikation (Vorlesung, Übung (PF) - 2 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Natascha Zowislo-Grünwald

- Inhalt
- Strategie und Planung
 - Integrierte Kommunikation
 - Issue- & Trend Management
 - Change- und Krisenkommunikation

- Qualifikationsziele
- 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

Voraussetzungen Organisationskommunikation I; Teilnahme an Case Studies / Referat sind Voraussetzung

- Verwendbarkeit
- 1166 "Corporate Social Responsibility und Soziomarketing"

Leistungsnachweis sP-120, benotet

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

Modul 1106 Organisation und Projektmanagement

zugeordnet zu: Fachgebundene Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	300 Stunden	ECTS-Punkte:	10
-> Präsenzzeit (h):	96 Stunden	TWS:	8 Stunden
-> Selbststudium (h):	204 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Peter Weinert

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)
- 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)

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

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"

Verwendbarkeit	Inner- und zwischenbetriebliche Gestaltung von Strukturen und Prozessen unter Berücksichtigung zeitgemäßer Informationstechnologie, Projektorganisation und Projektmanagement.
----------------	--

Leistungsnachweis	sP - 90, benotet
-------------------	------------------

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
-----------	---

Dauer und Häufigkeit	Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
----------------------	--

Modul 1102 Recht

zugeordnet zu: Fachgebundene Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	300 Stunden	ECTS-Punkte:	10
-> Präsenzzeit (h):	96 Stunden	TWS:	8 Stunden
-> Selbststudium (h):	204 Stunden		

Modulbestandteile	11021	Recht I - Wirtschaftsprivatrecht Grundlagen (Vorlesung (PF) - 2 TWS)
	11022	Recht II - Wirtschaftsprivatrecht Vertiefung (Vorlesung (PF) - 2 TWS)
	11023	Recht III - Arbeitsrecht (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)
	11024	Recht IV - Medienrecht (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)

Modulverantwortlicher

Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Funktion von Recht für wirtschaftliches und journalistisches Handeln - Zusammenhang des Zivilrechts mit anderen Bereichen der Rechtsordnung - Grundzüge zu folgenden Bereichen des BGB: <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeiner Teil des BGB • Vertragsrecht • Verbraucherschutz • Deliktsrecht - Grundzüge des Individualarbeitsrechts, insbesondere: <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitnehmerbegriff und Arbeitsvertrag • Rechte und Pflichten von Arbeitgeber und Arbeitnehmer • Haftung des Arbeitnehmers • Beendigung des Arbeitsverhältnisses - Grundzüge des Medienrechts, insbesondere: <ul style="list-style-type: none"> • Verfassungsrechtliche Grundlagen des Medienrechts • Schadensersatz bei Verletzung des 'Allgemeinen Persönlichkeitsrechts' • Datenschutz im Mediensektor • Urheberrecht
--------	--

Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis der rechtlichen Grundlagen und Methoden zentraler Bereiche des Zivilrechts und 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.

Voraussetzungen

Die Veranstaltungen bauen aufeinander auf und müssen in folgender Reihenfolge besucht werden: Wirtschaftsprivatrecht Grundlagen - Wirtschaftsprivatrecht Vertiefung - Arbeitsrecht - Medienrecht

Verwendbarkeit

Vermittlung unverzichtbarer Rechtskenntnisse für alle wirtschaftsbezogenen Tätigkeitsfelder im Journalismus.

Leistungsnachweis

sP-90, benotet

Dauer und Häufigkeit

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

Modul 1107 Wirtschaftsinformatik

zugeordnet zu: Fachgebundene Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	300 Stunden	ECTS-Punkte:	10
-> Präsenzzeit (h):	96 Stunden	TWS:	8 Stunden
-> Selbststudium (h):	204 Stunden		

Modulbestandteile	11071	Datenverarbeitung und -modellierung (DVM) (Vorlesung, Übung (PF) - 4 TWS)
	11072	Betriebswirtschaftliche Anwendungssysteme (BAS) (Sem. Unterricht (WP) - 4 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Bo Hu

Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • Objekte und Klassen • Datenmodellierung • Betriebswirtschaftliche Anwendungssysteme • Entstehungsprozesse betriebswirtschaftlicher Anwendungssysteme • Informationstechnologisch unterstützte Zusammenarbeit
--------	--

Qualifikationsziele	<ul style="list-style-type: none"> • 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
---------------------	--

Voraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Modul 1100 "Wirtschaftsmathematik und Statistik" • Modul 1101 "Bilanzierung und Budgetierung": Grundkenntnisse über betriebswirtschaftliche Schlüsselkenndaten 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": Grundkenntnisse über Marktprozesse
-----------------	--

Verwendbarkeit	Voraussetzung für eine Vielzahl weiterer Module, die informationstechnologisch unterstützte Verfahren verwenden
----------------	---

Leistungsnachweis	sP-90, benotet
-------------------	----------------

Sonstige Bemerkungen	Präsenzpflicht bei BAS
----------------------	------------------------

Dauer und Häufigkeit	Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
----------------------	--

Modul 1100 Wirtschaftsmathematik und Statistik

zugeordnet zu: Fachgebundene Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	300 Stunden	ECTS-Punkte:	10
-> Präsenzzeit (h):	108 Stunden	TWS:	9 Stunden
-> Selbststudium (h):	192 Stunden		

Modulbestandteile	11001	Wirtschaftsmathematik (Vorlesung (PF) - 4 TWS)
	11002	Statistik (Vorlesung (PF) - 4 TWS)
	11003	Tutorium Wirtschaftsmathematik (Übung (WM) - 1 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Andreas Rudolph

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

Qualifikationsziele

Mindestwissen über Mathematik und Statistik

Verwendbarkeit

Voraussetzung für eine Vielzahl nachfolgender Module.

Leistungsnachweis

sP-90, benotet

Dauer und Häufigkeit

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

Modul 1115 1. Praktikumsabschnitt

zugeordnet zu: Nicht fachgebundenen Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	Stunden	ECTS-Punkte:	11
-> Präsenzzeit (h):	Stunden	TWS:	0 Stunden
-> Selbststudium (h):	Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Peter Weinert Prof. Dr. Natascha Zowislo-Grünwald
-----------------------	--

Inhalt	Der 1. Praktikumsabschnitt kann ausschließlich im Bereich Publizistik / Kommunikationsmanagement absolviert werden. Zeitlicher Umfang: 10 Wochen in der lehrveranstaltungsfreien Zeit nach dem dritten Trimester
--------	---

Qualifikationsziele	Praktikum im Bereich Publizistik/Kommunikationsmanagement <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
---------------------	--

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.
-------------------	---

Modul 1175 2. Praktikumsabschnitt

zugeordnet zu: Nicht fachgebundenen Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	Stunden	ECTS-Punkte:	11
-> Präsenzzeit (h):	Stunden	TWS:	0 Stunden
-> Selbststudium (h):	Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher	Prof. Dr. Peter Weinert Prof. Dr. Natascha Zowislo-Grünwald
-----------------------	--

Inhalt	Der 2. Praktikumsabschnitt kann wahlweise im Bereich Publizistik / Kommunikationsmanagement oder in einem kaufmännischen Bereich absolviert werden. Zeitlicher Umfang: 10 Wochen in der lehrveranstaltungsfreien Zeit nach dem sechsten Trimester
--------	---

Qualifikationsziele

Praktikum im Bereich Publizistik/ Kommunikationsmanagement

- 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

Praktikum im kaufmännischen Bereich

- 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

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.

Modul 2899 Bachelor-Arbeit

zugeordnet zu: Nicht fachgebundenen Pflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	360 Stunden	ECTS-Punkte:	11
-> Präsenzzeit (h):	0 Stunden	TWS:	0 Stunden
-> Selbststudium (h):	360 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Thomas Wüstrich

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.

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.

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 Wahl-

pflichtmoduls in der Lehrveranstaltungsform Seminar über 2 TWS erworben wurden.

Verwendbarkeit

Voraussetzung für die Anfertigung einer Master-Arbeit in einem konsekutiven oder nicht-konsekutiven Master-Studiengang.

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 SPO-WJ/Ba.

Literatur

- 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.

Dauer und Häufigkeit

- Die Vergabe eines Themas erfolgt im 8. Trimester zwischen dem 15.02. und dem 31.03.
- Die Regelbearbeitungszeit beträgt drei Monate.

Modul 1120 Aktuelle höchstrichterliche Rechtsprechung

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher

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

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

Verwendbarkeit

Vertiefung der Analysefähigkeit von Urteilstexten.

Leistungsnachweis

Referat mit Handout oder Seminararbeit, benotet

Literatur

Wird aktuell vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1184 Angewandtes Controlling

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Manfred Sargl

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

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

Voraussetzungen

Modul 1101 "Bilanzierung und Budgetierung" bzw.

Modul 1358 "Bilanzierung, Jahresabschlussanalyse und Kostenrechnung"

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.

Modul 1182 Betriebliche Finanzwirtschaft

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Manfred Sargl

Inhalt

Finanzierung

- Grundlagen der Finanzierung
- Kapitalbedarfsplanung
- Finanzmärkte
- Innenfinanzierung
- Eigenfinanzierung
- Kreditfinanzierung
- Kreditfähigkeit und Rating
- Sonderformen der Finanzierung

Investition

- Statische Investitionsrechnung
- Dynamische Investitionsrechnung
- Investition unter Unsicherheit

Qualifikationsziele

- **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

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.

Modul 1123 Change Management

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile	11231	Theoretische Grundlagen des Change Management (Sem. Unterricht (WP) - TWS)
	11232	Fallstudien zum Change Management (Fallstudie (WP) - TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Rafaela Kraus

Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> • 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
--------	--

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.
---------------------	---

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.
----------------	--

Leistungsnachweis	Seminararbeit einschließlich Vortrag, benotet
-------------------	---

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.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1166 Corporate Social Responsibility und Soziomarketing

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher: Prof. Dr. Natascha Zowislo-Grünewald

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

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

Voraussetzungen

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

Leistungsnachweis: Hausarbeit einschließlich Präsentation, benotet

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

Modul 1117 Data Mining

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Andreas Rudolph

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.).

Qualifikationsziele

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

Voraussetzungen

Modul 1100 "Wirtschaftsmathematik und Betriebsstatistik"

Verwendbarkeit

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

Leistungsnachweis

sP - 90, benotet

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

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1180 Englisch für Medienberufe

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Sprachenzentrum

- Inhalt
- 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

- Qualifikationsziele
- 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

Voraussetzungen gute Englischkenntnisse (SLP 3332)

Teilnehmeranzahl:

mindestens - 5

höchstens - 15

Leistungsnachweis sP - 90, benotet

Dauer und Häufigkeit Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1121 Europäisches Recht

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher

Inhalt

- 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

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.

Verwendbarkeit

Schärfung des Problembewusstseins für die zentrale Bedeutung des europäischen Rechts in der nationalen Rechtspraxis.

Leistungsnachweis

Referat mit Handout oder Seminararbeit, benotet

Literatur

Wird aktuell vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1169 Europäische Wirtschaftsintegration

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Thomas Wüstrich

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

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.

Voraussetzungen Modul 1103 "Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik"

Verwendbarkeit Wahlpflichtmodule im Bachelorstudiengang Wirtschaft und Journalismus

Leistungsnachweis Seminararbeit einschließlich Vortrag, benotet

Sonstige Bemerkungen

Die Teilnehmerzahl ist auf 15 Studierende begrenzt.

Weitere Informationen auf der Homepage der Professur.

Literatur

Deutsche Bundesbank (2004), Die Europäische Wirtschafts- und Währungsunion, Frankfurt/M.

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

Europäische Union, versch. Veröffentlichungen, Brüssel, verschiedene Jahrgänge.

Wagener, H.-J., Eger, T., (2009), Europäische Integration, Wirtschaft und Recht, Geschichte und Politik, München.

Fischer, K., H. (2010), Der Vertrag von Lissabon, Text und Kommentar zum Europäischen Reformvertrag, 2. Auflage, Baden-Baden.

Haratsch, A., Koenig, Ch., Pechstein, M., (2010): Europarecht, 7. Auflage, Tübingen.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1170 Geld, Kredit, Währung

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Thomas Wüstrich

Inhalt

Das Seminar behandelt aktuelle Themen aus dem Bereich der Geld- und Währungstheorie 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 Geschäftsbankensystems
- 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

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 vernetzeter 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.

Voraussetzungen

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

Universität der Bundeswehr München

Verwendbarkeit	Wahlpflichtmodule im Bachelorstudiengang Wirtschaft und Journalismus bzw. Management und Medien
Leistungsnachweis	Seminararbeit einschließlich Vortrag, benotet
Sonstige Bemerkungen	Weitere Informationen auf der Homepage der Professur. Die Teilnehmerzahl ist auf 15 Studierende begrenzt.
Literatur	<p>Deutsche Bundesbank (2003), Weltweite Organisationen und Gremien im Bereich von Währung und Wirtschaft, Frankfurt/ M.</p> <p>Deutsche Bundesbank (2005), Die Europäische Union: Grundlagen und Politikbereiche außerhalb der Wirtschafts- und Währungsunion, Frankfurt/M.</p> <p>Deutsche Bundesbank (2006), Die Deutsche Bundesbank, Aufgabenfelder, Rechtlicher Rahmen, Geschichte, Frankfurt/M.</p> <p>Deutsche Bundesbank (2007), Geld und Geldpolitik, Frankfurt/M.</p> <p>Deutsche Bundesbank (2008), Die Europäische Wirtschafts- und Währungsunion, Frankfurt/M.</p> <p>Europäische Zentralbank (2004), Die Geldpolitik der EZB, Frankfurt/M.</p> <p>Issing, O. (2011), Einführung in die Geldtheorie, 15. überarbeitete Auflage, München, Verlag Franz Vahlen.</p> <p>Hinweis: Die Veröffentlichungen der Deutschen Bundesbank bzw. der Europäischen Zentralbank können und sollten vor Beginn des Seminars von dort kostenlos bezogen werden.</p>
Dauer und Häufigkeit	Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1309 Internationale Marketingkommunikation

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Carsten Rennhak

Inhalt	<ol style="list-style-type: none">1 Grundlagen<ol style="list-style-type: none">1.1 Marketing-Kommunikation und Marke1.3 Herausforderungen für die Marketing-Kommunikation2 Erscheinungsformen der Marketing-Kommunikation<ol style="list-style-type: none">2.1 Werbung2.2 Öffentlichkeitsarbeit/Corporate Identity2.3 Sponsoring2.4 Product Placement3 Werbepolitische Entscheidungen<ol style="list-style-type: none">3.1 Ziele der Marketing-Kommunikation3.2 Werbeplanung3.3 Werbegestaltung3.4 Werbeerfolgskontrolle4 Rahmenbedingungen der intern. Marketing-Kommunikation
--------	--

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.
---------------------	---

Verwendbarkeit	Vermittlung grundlegender Kenntnisse für alle Module mit Marketing- bzw. Kommunikationsbezug
----------------	--

Leistungsnachweis	Präsentation, benotet
-------------------	-----------------------

Literatur

- 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.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1311 Internationales Marketing

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Carsten Rennhak

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

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.

Verwendbarkeit	Vermittlung grundlegender Kenntnisse für alle Module mit Marketing- bzw. Kommunikationsbezug
----------------	--

Leistungsnachweis	Präsentation, benotet
-------------------	-----------------------

Sonstige Bemerkungen	Lehrsprache: Englisch
----------------------	-----------------------

Literatur	<ul style="list-style-type: none">Hollensen, Svend: Global Marketing. A Decision- Oriented Approach, Prentice Hall, neueste Auflage
-----------	---

Dauer und Häufigkeit	<p>Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.</p> <p>Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.</p>
----------------------	---

Modul 1174 Internationales Wirtschaftsrecht

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher

Inhalt	<p>Vermittlung ausgewählter Aspekte des Internationalen Wirtschaftsrechts</p> <ul style="list-style-type: none"> 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
--------	---

Qualifikationsziele	<p>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.</p>
---------------------	---

Voraussetzungen	<p>Die Veranstaltung baut auf dem Modul 1102 "Recht" auf.</p> <p>Englischkenntnisse</p>
-----------------	---

Verwendbarkeit	<p>Erwerb spezifischer Rechtskenntnisse für internationale Problemstellungen.</p>
----------------	---

Leistungsnachweis	<p>Seminararbeit incl. Referat, benotet</p>
-------------------	---

Literatur	<p>Wird aktuell vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.</p>
-----------	---

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1316 Medienkonvergenz

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile	13161	Medienkonvergenz und Politikvermittlung (Sem. Unterricht (PF) - 2 TWS)
	13162	Politikjournalistische Praxis (Übung (PF) - 2 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Sonja Kretzschmar

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.

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.

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.

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.

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

jeweils benotet

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: Hohfeld, Ralf/Müller, Philipp/Richter, Annkathrin/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.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1171 Medienkonzerne und Filmwirtschaft

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile	11711	Nationale und internationale Medienkonzerne (Sem. Unterricht (WP) - 2 TWS)
	11712	Filmwirtschaft (Sem. Unterricht (WP) - 2 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Gabriele Goderbauer-Marchner

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 Urheberrechtsmissbrauch; Raubkopierer-Diskussion; Festivals und Filmpreise; Medienerlass; Film und Jugendschutz; Vergleiche zu USA und anderen europäischen Ländern.

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.

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.

Leistungsnachweis Seminararbeit einschließlich Referate und Thesenpapiere, benotet

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.

Dauer und Häufigkeit Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1183 Medien und Gesellschaft

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Natascha Zowislo-Grünwald

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

Qualifikationsziele

Kenntnis wesentlicher Theorien und Autoren zum Thema Medien/ Kommunikation und Gesellschaft

Kritische Hinterfragung vergangener und aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen im Zusammenhang mit Medien/ Kommunikation

Voraussetzungen Modul 1111 "Kommunikationswissenschaft"

Leistungsnachweis sP - 90, benotet

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1172 Publikationstraining und praktische Medienethik

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile	11721	Publikationstraining (Sem. Unterricht (WP) - 2 TWS)
	11722	Praktische Medienethik (Sem. Unterricht (WP) - 2 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Gabriele Goderbauer-Marchner

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.

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.

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.

Leistungsnachweis

Hausarbeit einschließlich Textproduktionen, benotet

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)

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1124 Qualitative Sozialforschung

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile	11241	Theorie der Qualitativen Sozialforschung (Sem. Unterricht (WP) - TWS)
	11242	Praxis der Qualitativen Sozialforschung (Übung (WP) - TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Rafaela Kraus

Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> - Historische Entwicklung, Denkschulen und Theorettraditionen der Qualitativen Sozialforschung - Einsatzfelder und klassische Studien der Qualitativen Sozialforschung - Der qualitative Forschungsprozess - Die Grounded Theory - Methoden der qualitativen Sozialforschung: <ul style="list-style-type: none"> • Das qualitative Interview und seine verschiedenen Ausprägungen • Die Gruppendiskussion und ihre verschiedenen Ausprägungen • Feldforschung / Beobachtung und ihre verschiedenen Ausprägungen • Biographieforschung • Inhaltsanalyse - Datenanalyse- und Auswertungsverfahren
--------	--

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.
---------------------	--

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 Resour-
----------------	---

ce Management“; das Modul stellt außerdem eine Ergänzung zu den Pflichtmodulen 1111 „Kommunikationswissenschaft“ und 1109 „Journalismus I“ bzw. 1361 "Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus" dar.

Leistungsnachweis

Seminararbeit einschließlich Vortrag, benotet

Literatur

Flick, Uwe/von Kardorff, Ernst/Steinke, Ines (Hg.)(2005): Qualitative Forschung. Ein Handbuch. 8. Auflage. Reinbek: Rowohlt.

Froschauer, Ulrike/Lueger, Manfred (2008): Das qualitative Interview. Stuttgart: UTB.

Glaser, Barney G./Strauss, Anselm L. (1967): The Discovery of the Grounded Theory. Strategies for Qualitative Research. Chicago et al.: Aldine.

Gläser, Jochen/Laudel, Grit (2004): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Lamnek, Siegfried (2010): Qualitative Sozialforschung. Weinheim: Beltz.

Mayring, Philipp (2008): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 10. Auflage. Weinheim: Beltz.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1186 Sozial- und Organisationspsychologie

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile	11861	Theoretische Grundlagen der Sozial- und Organisationspsychologie (Fallstudie (WP) - 2 TWS)
	11862	Fallstudien aus Praxisbereichen von Profit- und Non-Profit-Organisationen (Fallstudie (WP) - 2 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Sigrid Roterling-Steinberg

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

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.

Verwendbarkeit Das Modul ist eine Ergänzung zu den Pflichtmodulen 1113 „Organisationskommunikation II“ und 1106 „Organisation und Projektmanagement“.

Leistungsnachweis Fallstudie, benotet

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

Dauer und Häufigkeit Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1312 Sportjournalismus

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile	13121	Gesellschaftspolitische und theoretische Grundlagen zur Sportberichterstattung (Sem. Unterricht (WP) - 2 TWS)
	13122	Praktische Sportberichterstattung (Übung (WP) - 2 TWS)

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Sonja Kretzschmar

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 im Fokus aller Akteure, fehlende Hintergrundberichterstattung sowie das Ausklammern oder lediglich Streifen gesellschaftspolitischer Aspekte wie Doping oder Rassismus.

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).

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.

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.

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".

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

jeweils benotet

Sonstige Bemerkungen Mindestteilnehmerzahl: 10

Literatur

Bertling, Christoph: Sportainment. Konzeption, Produktion und Verwertung von Sport als Unterhaltungsangebot in den Medien. Köln, 2009

Horky, Thomas; Schauerte, Thorsten; Schwier, Jürgen: Sportjournalismus. Konstanz, 2009

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

Schmalenbach, Hanna; Hackforth, Josef; Stiehler, Hans-Jörg; Schaf-frath, Michael: Qualität im Sportjournalismus : Entwicklung eines Konzepts zur Beurteilung des Sportressorts im Print. München, 2012

Dauer und Häufigkeit Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1364 Strategisches Management I

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Peter Weinert

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).

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

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

Leistungsnachweis Hausarbeit einschließlich Vortrag, benotet

Literatur • 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

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1173 System Dynamics

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Bo Hu

Inhalt

- Vorgehensweise bei der Modellbildung und Simulation
- Vorstellung diverser System Dynamics Modelle
- Umgang mit einem Softwaresystem, das System Dynamics Modellierung und Simulation unterstützt

Qualifikationsziele

Fähigkeit, komplexe Zusammenhänge in der Wirtschaft und in der Gesellschaft mit Hilfe von System Dynamics Modellen und Simulationen zu verstehen und ggfs. geplante Eingriffe zu überprüfen

Voraussetzungen

Modul 1100 "Wirtschaftsmathematik und Statistik"
Modul 1107 "Wirtschaftsinformatik"

Leistungsnachweis

Projektstudie, benotet

Literatur

Hartmut Bossel: Systeme Dynamik Simulation. Books on Demand GmbH, Norderstedt, 2004

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1178 Technologischer Wandel und betriebswirtschaftliche Konsequenzen

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Bo Hu

Inhalt

Grundlegende Fragen bzgl. der Reorganisation der wirtschaftlichen Akteure

Strategische Entscheidungen vor dem Hintergrund des technologischen Wandels

Neue Anforderungen an die Organisation und an die IT-Plattform

Wissenschaftliche Texterstellung

Einsatz elektronischer kollaborativer Arbeitsplattform

Präsentation wissenschaftlicher Arbeit

Qualifikationsziele

Kenntnis und Bewertung des technologischen, insbesondere des informationstechnologischen Wandels und dessen Auswirkung auf die Unternehmen

Verwendbarkeit

Vorbereitung und Einübung wissenschaftlicher Texterstellung, insb. korrektes Umgangs mit der Literatur

Leistungsnachweis

Seminararbeit einschließlich Präsentation, benotet

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1126 Theorien in der Betriebswirtschaftslehre

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Peter Weinert

Inhalt

Wissenschaftstheorie

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

Qualifikationsziele

- 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

Verwendbarkeit	Wesentliche Grundlage für das Verständnis betriebswirtschaftlicher Theorien und Methoden und das wissenschaftliche Arbeiten im Bereich der Betriebswirtschaftslehre
Leistungsnachweis	regelmäßige Teilnahme Hausarbeit und Präsentation
Literatur	Grundlegende Literatur: 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.
Dauer und Häufigkeit	Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1357 Unternehmensplanspiel TOPSIM General Management

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Gerhard Hessenberger

Inhalt

- 'learning business by doing business'
- Unternehmensziele und -strategien
- Absatz: Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Produkt-Relaunch, Produkt-Neueinführung, Markteintritt in einen neuen Markt, Kalkulation von Sondergeschäften, Deckungsbeitragsrechnung und Marktforschungsberichte als Informationsgrundlage für Marketingentscheidungen
- 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

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.

Voraussetzungen

Modul 1101 "Bilanzierung und Budgetierung" bzw.

Universität der Bundeswehr München

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.

Verwendbarkeit Verwendbar für (nachfolgende) betriebswirtschaftliche Module.

Leistungsnachweis Hausarbeit einschließlich Vortrag, unbenotet

Literatur

- Wöhe, Günter/ Döring, Ulrich, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Vahlens Handbücher, 24. Auflage, München 2010
- Aktuelle Teilnehmerhandbücher werden zu Veranstaltungsbeginn gestellt

Dauer und Häufigkeit Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1119 Unternehmensplanspiel TOPSIM GM II

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Gerhard Hessenberger

Inhalt

- 'learning business by doing business'
- Unternehmensziele und -strategien
- Absatz: Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Produkt-Relaunch, Produkt-Neueinführung, Markteintritt in einen neuen Markt, Kalkulation von Sondergeschäften, Deckungsbeitragsrechnung und Marktforschungsberichte als Informationsgrundlage für Marketingentscheidungen
- 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

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.

Voraussetzungen

Modul 1101 "Bilanzierung und Budgetierung"

Verwendbarkeit Das Modul wird für Studierende des 2. und 3. Studienjahres empfohlen.

Nachfolgende betriebswirtschaftliche Module.

Leistungsnachweis Hausarbeit einschließlich Vortrag, unbenotet

Literatur

- Wöhe, Günter / Döring, Ulrich, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Vahlens Handbücher, 24. Auflage, München 2010
- Aktuelle Teilnehmerhandbücher werden zu Veranstaltungsbeginn gestellt

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1167 Unternehmenszusammenschlüsse

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Peter Weinert

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

Qualifikationsziele

- Kenntnis von Unternehmenszusammenschlüssen im Hinblick auf
- 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

Voraussetzungen Modul 1358 "Bilanzierung, Jahresabschlussanalyse und Kostenrechnung"

Modul 1360 "Marktorientierte Unternehmensführung"

Das Modul richtet sich vorrangig an Studierende des 6. Trimesters.

Verwendbarkeit Ergänzung zum Modul 1106 "Organisation und Projektmanagement"

Leistungsnachweis Hausarbeit einschließlich Vortrag, unbenotet

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.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1353 Webtechniken

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Bo Hu

Inhalt

- Datenpräsentation, Datenverarbeitung und Datenspeicherung in einer Webarchitektur
- Betriebswirtschaftliche und webtechnische Datenverarbeitung

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.

Voraussetzungen

Modul 1107 "Wirtschaftsinformatik", Modul 1359 "Wirtschafts- und Medieninformatik" oder vergleichbare Vorkenntnisse

Leistungsnachweis

Hausarbeit, unbenotet

Literatur

Die relevanten Quellen werden jeweils zu Beginn der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1179 Wirtschaftsenglisch

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Sprachenzentrum

Inhalt

- 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

Qualifikationsziele

- Fähigkeit zur Beteiligung an Fachgesprächen zu wirtschaftlichen Themen
- Führung von Verhandlungen und Beteiligung an Geschäftsbesprechungen
- Erstellung berufsspezifischer Schriftstück

Voraussetzungen

gute Englischkenntnisse (SLP 3332)

Um vom Wahlpflichtmodul "Wirtschaftsenglisch" zu profitieren, sollten im Einstufungstest mindestens 130 Punkte erreicht worden sein.

Teilnehmeranzahl:

mindestens - 5

höchstens - 10

Leistungsnachweis sP - 90, benotet

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1365 Wissenschaftliches Arbeiten in der BWL

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Prof. Dr. Peter Weinert

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

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

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.

Leistungsnachweis

Hausarbeit einschließlich Vortrag, unbenotet

Literatur

Grundlegende Literatur:

- 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.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modul 1181 Wissenschaftskommunikation

zugeordnet zu: Wahlpflichtmodule

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Wahlpflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	48 Stunden	TWS:	4 Stunden
-> Selbststudium (h):	102 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher: Dipl.-Staatsw. Michael Brauns

Inhalt

- Einführung in die Wissenschaftskommunikation
- Überblick über Wissenschaftsmedien
- Instrumente der Wissenschaftskommunikation
- Erstellen eines PR-Konzeptes
- Anforderungen an eine Wissenschafts-Pressemitteilung

Qualifikationsziele

- Kenntnis theoretischer Grundlagen und strategisches Vorgehen
- Fähigkeit zur Darstellung medialer Möglichkeiten für einzelne Mediengattungen
- Fähigkeit zur mediengerechten Darstellung wissenschaftlicher Themen

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.

Modul 1000 anrechenbare Sprachausbildung

zugeordnet zu: Studium plus

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	240 Stunden	ECTS-Punkte:	8
-> Präsenzzeit (h):	96 Stunden	TWS:	8 Stunden
-> Selbststudium (h):	144 Stunden		

Modulbestandteile

Modulverantwortlicher Zentralinstitut Studium+

Inhalt

In diesem Modul werden Inhalte vermittelt, die in einem engen Berufs-feldbezug stehen. Je nach Gruppe der Studierenden und je nach Be-rufszielen differieren daher die Inhalte des Moduls. Alle Leistungen müssen jedoch gemäß APO § 11 im Rahmen der Bachelor-Studien-gänge anrechenbar sein.

Für studierende Offizieranwärter/innen und Offiziere sind Sprach-kenntnisse im Standardisierten Sprachleistungsprofil Stufe 3 nachzu-weisen (SLP 3332).

Für zivile Studierende in den Studiengängen der UniBwM werden ins-besondere Leistungen anerkannt, die in einem engen Zusammenhang mit der Berufsbefähigung stehen. Dies können u.a. voruniversitäre In-dustriepraktika, berufliche Ausbildungsanteile oder das Erlernen von Sprachen im oben beschriebenen Sinne sein.

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben in diesem Modul erste Erfahrungen, die in einem möglichst nahen Berufsfeldbezug stehen. Je nach angestreb-tem Berufsfeld differieren daher die Qualifikationsziele, die vor- und außeruniversitär erbracht werden.

Durch den verstärkten internationalen Einsatz von Bundeswehrsolda-ten werden fundierte Sprachkenntnisse in der NATO-Sprache Eng-lich für studierende Offizieranwärter/innen und Offiziere als eine we-sentliche berufsbefähigende Qualifikation identifiziert. Die Studieren-den sollen daher über Englischkenntnisse im Standardisierten Sprach-leistungsprofil Stufe 3 (SLP 3332) verfügen. Dies umfasst Sprachfer-tigkeiten im Hören, im mündlichen Sprachgebrauch, im Lesen und Schreiben.

Zivile Studierende in den Studiengängen der UniBwM erlangen in die-sem Modul einen ersten Einblick in ihr angestrebtes Berufsfeld und er-werben erste berufsrelevante Qualifikationen.

Arbeitsaufwand

Voraussetzungen

Keine

Verwendbarkeit

Das Modul ist für sämtliche Bachelor-Studiengänge gleichermaßen geeignet.

Leistungsnachweis

Die Leistungen werden durch einen Teilnahmechein nachgewiesen.
Das Modul ist unbenotet.

Modulnote

SLP 3332 unbenotet

Modul 1002 Seminar Studium plus 1

zugeordnet zu: Studium plus

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	90 Stunden	ECTS-Punkte:	3
-> Präsenzzeit (h):	36 Stunden	TWS:	3 Stunden
-> Selbststudium (h):	54 Stunden		

Modulbestandteile 10021 Seminar Studium plus 1 (Seminar (PF) - 3 TWS)

Modulverantwortlicher Zentralinstitut Studium+

Inhalt

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.

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.

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.

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 en-

gagiert 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.

Voraussetzungen

keine

Verwendbarkeit

Das Modul ist für sämtliche Bachelorstudiengänge gleichermaßen geeignet.

Leistungsnachweis

In Seminaren werden Notenscheine erworben.

Die Leistungsnachweise, durch die der Notenschein erworben werden kann, legt der/die Dozent/in in Absprache mit dem Zentralinstitut *studium plus* vor Beginn des Einschreibeverfahrens für das Seminar fest. Hierbei sind folgende wie auch weitere Formen sowie Mischformen möglich: Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Referat, Projektbericht, Gruppenarbeit, Mitarbeit in der Lehrveranstaltung etc. Bei Mischformen erhält der Studierende verbindliche Angaben darüber, mit welchem prozentualen Anteil die jeweilige Teilleistungen gewichtet werden.

Der Erwerb des Scheins ist an die regelmäßige Anwesenheit im Seminar gekoppelt.

Bei der während des Einschreibeverfahrens stattfindenden Auswahl der Seminare durch die Studierenden erhalten diese verbindliche Informationen über die Modalitäten des Scheinerwerbs für jedes angebotene Seminar.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul dauert 1 Trimester.

Als Startzeitpunkt ist das Wintertrimester im 1. Studienjahr vorgesehen.

Modul 1005 Seminar Studium plus 2 und Training

zugeordnet zu: Studium plus

Studiengang:	Wirtschaft und Journalismus	Modultyp:	Pflicht
Workload gesamt (h):	150 Stunden	ECTS-Punkte:	5
-> Präsenzzeit (h):	72 Stunden	TWS:	6 Stunden
-> Selbststudium (h):	78 Stunden		

Modulbestandteile	10051	Seminar Studium plus 2, Training (Seminar (PF) - 6 TWS)
-------------------	-------	--

Modulverantwortlicher	Zentralinstitut Studium+
-----------------------	--------------------------

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.

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 Studie-

renden, 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.

studium plus- Trainings :

Die Studierenden erwerben personale, soziale und methodische Kompetenzen, um als Führungskräfte auch unter komplexen und teils widersprüchlichen Anforderungen handlungsfähig zu bleiben bzw. um ihre Handlungskompetenz wiederzuerlangen

Damit ergänzt das Trainingsangebot die im Rahmen des Studiums erworbenen Fachkenntnisse insofern, als diese fachlichen Kenntnisse von den Studierenden in einen berufspraktischen Kontext eingebettet werden können und Möglichkeiten zur Reflexion des eigenen Handelns angeboten werden.

Voraussetzungen

keine

Verwendbarkeit

Das Modul ist für sämtliche Bachelorstudiengänge gleichermaßen geeignet.

Leistungsnachweis

s tudium plus -Seminare :

- In Seminaren werden Notenscheine erworben.
- Die Leistungsnachweise, durch die der Notenschein erworben werden kann, legt der/die Dozent/in in Absprache mit dem Zentralinstitut *studium plus* vor Beginn des Einschreibeverfahrens für das Seminar fest. Hierbei sind folgende wie auch weitere Formen sowie Mischformen möglich: Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Referat, Projektbericht, Gruppenarbeit, Mitarbeit in der Lehrveranstaltung etc. Bei Mischformen erhält der/die Studierende verbindliche Angaben darüber, mit welchem prozentualen Anteil die jeweilige Teilleistungen gewichtet werden.
- Der Erwerb des Scheins ist an die regelmäßige Anwesenheit im Seminar gekoppelt.
- Bei der während des Einschreibeverfahrens stattfindenden Auswahl der Seminare durch die Studierenden erhalten diese verbindliche Informationen über die Modalitäten des Scheinerwerbs für jedes angebotene Seminar.

studium plus -Trainings:

Die Trainings sind unbenotet, die Zuerkennung der ECTS-Leistungspunkte ist aber an die Teilnahme an der gesamten Trainingszeit gekoppelt.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul **Seminar studium plus 2 und Training** des Bachelor Studiengangs umfaßt insgesamt 2 Trimester.

Jede/r Studierende des Bachelor-Studiengangs besucht im Rahmen des Moduls **Seminars studium plus 2 und Training** in der Regel im Herbsttrimester des zweiten Studienjahres ein *studium plus*-Seminar (3 ECTS) und - je nach Studiengang - im Frühjahrstrimester des zweiten bzw. im Wintertrimester des dritten Studienjahres ein *studium plus*-Training (2 ECTS).

Universität der Bundeswehr München

Erläuterungen

Abkürzungsverzeichnis - Lehrformen

BA	Bachelorarbeit
EX	Exkursion
FS	Fallstudie
IP	Industriepraktikum
KO	Kolloquium
KS	Kolloquium, Seminar
MA	Masterarbeit
PA	Praktikum/Auslandsstudium
PK	Praktikum
PP	Planspiel
PR	Projekt
PS	Studienprojekt/Seminar
SA	Studienarbeit
SB	Seminar und Übung
SC	Summerschool
SE	Seminar
SP	Studienprojekt
SR	Studienprojekt/Vorlesung
SS	Praktikum, Summer School
SU	Seminaristischer Unterricht
SV	Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Seminar
SX	Seminar, Exkursion
SY	Seminar, Übung, Exkursion
SZ	Studienprojekt, Exkursion
TR	Training
UE	Übung
US	Seminar, Studienprojekt, Übung
VE	Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Seminar, Exkursion
VL	Vorlesung
VO	Vorlesung, Seminar, Übung
VP	Vorlesung und Praktikum
VR	Vorlesung, Seminar, Projekt
VS	Vorlesung und Seminar
VU	Veranstaltung, Praktikum, Übung
VÜ	Veranstaltung und Übung
VX	Vorlesung, Seminar, Übung, Exkursion