

*der Bundeswehr*  
**Universität**  **München**

**Universität der Bundeswehr München**  
Werner-Heisenberg-Weg 39  
85577 Neubiberg

**Modulhandbuch des Studiengangs**

**Management und Medien**  
**(Master of Arts)**

**an der**  
**Universität der Bundeswehr München**

**(Version 2018)**

# Inhaltsverzeichnis

## **Pflichtmodule Studienrichtung Journalistik - MM 2018**

2000	Journalismusforschung im Medienwandel.....	3
2001	Journalistische Kern- und Handlungskompetenzen.....	6
2002	Journalistisches Kolloquium.....	9

## **Pflichtmodule Studienrichtung Strategische Kommunikation: Sektorale / Organisationale Ebene - MM 2018**

2003	Markt- und Markenkommunikation.....	11
2004	NPO: Non-Profit- und politische Kommunikation.....	13
2005	Kampagnen, Krisen- und Issuemanagement.....	15

## **WPFL für beide Studienrichtungen: HAW-Bereich - MM 2018**

2010	Führung: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung.....	17
2011	Entscheidungsunterstützung.....	19
2012	IT-Projekte.....	20
2014	Investition und Finanzierung in Medienunternehmen.....	21
2015	Controlling in Medienunternehmen.....	22
2018	Öffentliche Finanzen in der Demokratie.....	23
2019	Angewandte Wirtschaftspolitik.....	25
2025	System Dynamics.....	27
2026	Unternehmensplanspiel TOPSIM Global Management.....	28
2032	Medien und Migration.....	29
3465	Die Psychologie des Internets.....	31

## **WPFL Uni-Bereich - MM 2018**

1047	IT-Management.....	33
1156	Entwicklung von Geschäftsmodellen.....	35
1164	Rechnergestützte Gruppenarbeit.....	37
1167	Mensch-Computer-Interaktion.....	39
1360	IT-Governance.....	41
1362	Innovationsmanagement Digitaler Medien.....	43
1528	Anerkennung auswärtiger Prüfungsleistung.....	44

## **Masterarbeit - MM 2018**

2024	Masterarbeit.....	45
------	-------------------	----

## **Verpflichtendes Begleitstudium plus**

1008	Seminar studium plus, Training.....	47
------	-------------------------------------	----

<b>Übersicht des Studiengangs: Konten und Module.....</b>		<b>50</b>
---	--	-----------

<b>Übersicht des Studiengangs: Lehrveranstaltungen.....</b>		<b>51</b>
---	--	-----------

Modulname	Modulnummer
Journalismusforschung im Medienwandel	2000

Konto	Pflichtmodule Studienrichtung Journalistik - MM 2018
-------	--

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Judith Pies	Pflicht	1

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

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20001	VÜ	1. Theorien des Medienwandels	Pflicht	4
20002	VÜ	2. Praxis des Medienwandels	Pflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

Qualifikationsziele
<p>Die Studierenden lernen Theorien und Ergebnisse kennen, die den Medien- und Journalismuswandel multiperspektivisch thematisieren. Je nach Thema können auch innovative Produkte und Produktionsweisen anwendungsbezogen entwickelt und analysiert werden. Die Studierenden erwerben Kompetenzen, um sich innerhalb eines Medienmarktes, der von permanenter Veränderung gekennzeichnet ist, pro-aktiv zu verhalten. Ziel ist es, dass die Studierenden den Medienwandel in der täglichen Medienarbeit nicht nur reaktiv nachvollziehen, sondern Innovationskompetenz besitzen, die es ihnen erlaubt, in ihrer täglichen Arbeit die neuen Optionen selbstständig zu erschließen. Dies qualifiziert sie für Leitungsfunktionen innerhalb von Medienunternehmen.</p>
Inhalt
<p>Journalismus im Medienwandel verändert sich auf nationaler und internationaler Ebene grundlegend: Der Wandel betrifft sowohl die Arbeit der Kommunikatoren als auch das Funktionsfeld Öffentlichkeit. Theoretische Konzepte zum Medienwandel werden vorgestellt, darüber hinaus wird gemeinsam mit Studierenden ein eigenes Forschungsprojekt zum Medienwandel entwickelt und durchgeführt. Die Studierenden erwerben so Kompetenzen zu eigenständigen Forschungsleistungen in der Master-Arbeit.</p> <p>Zu Theorien des Medienwandels:</p> <p>Der Medienwandel im Journalismus betrifft sowohl die Arbeit der professionellen Kommunikatoren als auch ihr Publikum und ihre Quellen. Theorien und Modelle des Medienwandels, soziologische Grundlagen sowie Theorien und empirische Ergebnisse der Journalismus- und Publikumsforschung werden vermittelt. Im Vordergrund steht der gegenwärtige Medienwandel, der vor allem durch die Digitalisierung vorangetrieben wird.</p> <p>Zu Praxis des Medienwandels:</p>

Die Entwicklung eigener Forschungsdesigns zum Medien- und Journalismuswandel und deren Umsetzung in empirischen Projekten stehen im Mittelpunkt. Innovative mediale Produkte werden analysiert oder eigenständig entwickelt. Dabei wird auch die Mediennutzung mit einbezogen. Redaktionelle Strukturen werden konzipiert, durch die innovative Produkte und Produktionsweisen in der Praxis implementiert werden.

#### Literatur

Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press.

Bruns, A. (2005). *Gatewatching. Collaborative Online News Production*. New York: Peter Lang.

Castells, M. (2017). *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Das Informationszeitalter. Wirtschaft. Gesellschaft. Kultur*. Wiesbaden: Springer VS.

Fengler, S. & Kretzschmar, S. (Hrsg.) (2009). *Innovationen im Journalismus*. Wiesbaden: VS.

Kolodzy, J. (2006). *Convergence Journalism. Writing and Reporting across the News Media*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.

Kretzschmar, S. (2009). Media "to go": Die Flexibilisierung von Raum- und Zeitbezügen im Journalismus. In: Neuberger, C., Nuernbergk, C. & Rischke, M. (Hrsg.): *Journalismus im Internet. Profession - Partizipation – Technisierung*, S. 335-352. Wiesbaden: VS.

Neuberger, C. (2017): *Soziale Medien und Journalismus*. In: Taddicken, Monika & J.-H. Schmidt (Hg.): *Handbuch Soziale Medien*. Wiesbaden, Springer VS. S. 101-127.

Neuberger, C., Nuernbergk, C. & Rischke, M. (Hrsg.) (2009). *Journalismus im Internet: Profession – Partizipation – Technisierung*. Wiesbaden: VS.

Rosa, H. (2005). *Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstruktur in der Moderne*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Rössler, P., Kirchner, J. & Kretzschmar, S. (2011). Qualitätsmedien auf dem Weg in die digitale Zukunft. Programmangebote von deutschsprachigen Informationssendern im Vergleich. In: Blum, R., Bonfadelli, H., Imhof, K. & Jarren, O. (Hrsg.): *Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien*, S.65-77. Wiesbaden: VS.

Rusch, G. (2007). Mediendynamik. Explorationen zur Theorie des Medienwandels. In: *Navigationen*. 7. Jg., H. 1, S. 13-93.

#### Leistungsnachweis

Studienarbeit zum Projekt mit namentlich gekennzeichneten Teilen und Präsentation

#### Verwendbarkeit

Grundlage für eine Master-Arbeit im Bereich Journalistik

**Dauer und Häufigkeit**

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

Modulname	Modulnummer
<b>Journalistische Kern- und Handlungskompetenzen</b>	2001

Konto	Pflichtmodule Studienrichtung Journalistik - MM 2018
-------	--

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Sonja Kretzschmar	Pflicht	1

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

## Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20011	VL	Qualitätsjournalismus in Theorie und Praxis	Pflicht	4
20012	VÜ	Aktuelle Medienentwicklung: a.) Innovationsjournalismus	Pflicht	2
20013	VÜ	Aktuelle Medienentwicklung: b.) E-Publishing	Pflicht	2
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

## Qualifikationsziele

Der Master-Studierende in der Studienrichtung Journalistik wird vertraut gemacht mit Qualitätsjournalismus in Theorie und Praxis sowie mit der aktuellen Medienentwicklung, v.a. im Bereich des Social-Media-Contents und des E-Publishings, die in dem Veränderungsprozess durch die Digitalisierung und die Globalisierung am nationalen wie internationalen Medienmarkt für publizistisch Tätige relevant sind.

## Inhalt

## Qualitätsjournalismus in Theorie und Praxis:

In dieser Lehrveranstaltung steht der Qualitätsjournalismus in Theorie und Praxis im Mittelpunkt. Dabei soll journalistische Qualität anhand unterschiedlicher Dimensionen erklärt und anhand verschiedener Blickwinkel erörtert werden. Die Studierenden sollen dabei unterschiedliche Qualitätsmerkmale für den Print-, Radio, TV-, Online- und Multimedia-Bereich kennenlernen. Des Weiteren soll ein Einblick ins redaktionelle Qualitätsmanagement gegeben und internationale Vergleiche journalistischer Qualität behandelt werden. Die Analyse journalistischer Qualität soll dabei sowohl aus wissenschaftlicher Perspektive, als auch aus Sicht der Praxis erfolgen.

## Aktuelle Medienentwicklung:

## a.) Social-Media-Content

Der Begriff Social-Media-Content ist in aller Munde. In dieser Lehrveranstaltung, die als Kurs in der Virtuellen Hochschule Bayern konzipiert ist, beschäftigen sich die

Studierenden mit der Definition dieses Begriffs, mit den Hintergründen der Entwicklung von der Individual- zur Social-Media-Kommunikation, mit Chancen und Risiken, die damit für Unternehmen und auch für Journalisten verbunden sind. Dabei wird Content-Qualität in den Mittelpunkt gerückt. Die Studierenden lernen unter anderem, wie Content für Social Media zielgruppengerecht konzipiert, erstellt und verbreitet wird – und wie journalistische Inhalte in den sozialen Medien klassische Medienplattformen wie Print, Radio und Fernsehen ergänzen. Neue Online-Medien wie Corporate Websites, Blogs und soziale Plattformen werden ebenfalls berücksichtigt. Präsenzveranstaltungen ergänzen das E-Learning.

#### b.) E-Publishing:

In dieser Veranstaltung, die als Kurs der Virtuellen Hochschule Bayern (vhb) konzipiert ist, geht es um die ökonomischen Grundlagen und inhaltlichen Ausrichtungen von Verlagen und wie sie sich mit der Digitalisierung verändert haben. Die Studierenden setzen sich zunächst theoretisch mit den Veränderungsprozessen auseinander. Mithilfe von Analysen innovativer E-Publishingformate und eigener Produktionen von Content befassen sie sich anschließend auch praktisch mit dem Kursinhalt. Präsenzveranstaltungen ergänzen das E-Learning.

### Literatur

#### Qualitätsjournalismus in Theorie und Praxis

Anderson, P. J., Ogola, G. & Williams, M. (Hrsg.). (2014). *The Future of Quality News Journalism. A Cross-Continental Analysis*. New York: Routledge.

Arnold, K. (2009). *Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum*. Konstanz: UVK.

Meier, K. & Neuberger, C. (Hrsg.). (2016). *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven*. Baden-Baden: Nomos.

Neuberger, C. (2011). *Definition und Messung publizistischer Qualität im Internet. Herausforderungen des Drei-Stufen-Tests*. Berlin: Vistas.

Weischenberg, S., Loosen, W. & Beuthner, M. (Hrsg.). (2006). *Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischen Kalkül und Sozialverantwortung*. Konstanz: UVK.

Wyss, V. (2012). *Medienqualität durchsetzen. Qualitätssicherung in Redaktionen. Ein Leitfaden*. Zürich: Orell Füssli.

#### Aktuelle Medienentwicklung: a.) Social-Media-Content

Goderbauer-Marchner, G. & Büsching, T. (2015). *Social-Media-Content*. Konstanz: UVK.

Michelis, D. & Schildhauer, T. (Hrsg.) (2015). *Social-Media-Handbuch. Theorien, Methoden, Modelle und Praxis (3. Aufl)*. Baden-Baden: Nomos.

<p>Neuberger, C.; Langenohl, S.; Nuernbergk, C. (2014): Social media und Journalismus. Düsseldorf. Lfm.</p> <p>Primbs, S. (2016): Social Media für Journalisten. Redaktionell arbeiten mit Facebook, Twitter &amp; Co. Wiesbaden: Springer VS.</p> <p>Schmidt, J.-H. (2013): Social Media. Wiesbaden: Springer VS. Schmidt, J.-H.; Taddicken, M. (2017): Handbuch Soziale Medien. Wiesbaden: Springer VS.</p> <p>Aktuelle Medienentwicklung: b.) E-Publishing</p> <p>Büsching, T. &amp; Goderbauer-Marchner, G. (2014). E-Publishing Management. Wiesbaden, Springer.</p>
<b>Leistungsnachweis</b>
Studienarbeit (inklusive Teilstudien) und sP - 90
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Journalistisches Kolloquium	2002

Konto	Pflichtmodule Studienrichtung Journalistik - MM 2018
-------	--

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Kristina Wied	Pflicht	1

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

## Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20021	SU	1. Journalistisches Kolloquium: Theorie, Empirie und Praxis des nationalen und internationalen Journalismus (SU)	Pflicht	2
20022	SU	2. Journalistisches Kolloquium: Theorie, Empirie und Praxis des nationalen und internationalen Journalismus (SU)	Pflicht	2
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

## Qualifikationsziele

Die Studierenden setzen sich mit aktuellen Problemstellungen zu einem zentralen Themenfeld des nationalen wie internationalen Journalismus auseinander. Sie stellen ausgewählte Theorien bzw. Studien dazu vor und ordnen diese kritisch ein. Zudem werden die Studierenden selbst journalistisch tätig und produzieren für die Lernplattform X-media campus. Neben wissenschaftlichen und journalistischen Präsentationsfertigkeiten werden insbesondere Diskussions- und Kritikfähigkeiten trainiert. Die Studierenden erwerben so erforderliche Kompetenzen für spätere journalistische Leitungsfunktionen in Bundeswehrmedien, aber auch in Redaktionen, Newsrooms/Newsdesks und weiteren crossmedial arbeitenden Medien- und Unternehmenskonzernen, die national oder international aufgestellt sind, in Behörden und Ministerien sowie als Korrespondenten.

## Inhalt

In dieser Lehrveranstaltung befassen sich die Studierenden mit aktuellen Problemstellungen zu einem zentralen Themenfeld des nationalen wie internationalen Journalismus. Sie setzen sich mit Theorien und empirischen Befunden zu diesem Forschungsfeld auseinander. Über renommierte Gastreferenten erhalten die Studierenden zudem einen Einblick in den praktischen Journalismus und die Forschungspraxis; anschließend diskutieren Praktiker und Wissenschaftler mit den Studierenden über Journalismus und Medien in der Praxis und Forschung.

Zentrale Problemstellungen der Journalismusforschung und ihre Bearbeitung in nationalen und internationalen Forschungsprojekten werden beispielhaft aufgezeigt.

Fragestellungen und Forschungsdesigns auf nationaler und internationaler Ebene gelten als Orientierung für die Bearbeitung eigener Forschungsfragen in der Masterarbeit.
<b>Literatur</b>
Esser, F. & Hanitzsch, T. (2012). The Handbook of Comparative Communication Research. New York: Routledge
Jandura, O., Quandt, T. & Vogelgesang, J. (2011). Methoden der Journalismusforschung. Wiesbaden: VS.
Jarren, O. (2002). Journalismus - Medien - Öffentlichkeit. Eine Einführung. Opladen: Westdeutscher Verlag.
Meier, K./Neuberger, C. (Hrsg.) (2016): Journalismusforschung. Stand und Perspektiven. 2. Aufl. Baden-Baden: Nomos.
Franklin, B. (Hrsg.) (2016): The Future of Journalism: In an Age of Digital Media and Economic Uncertainty London/New York: Routledge.
Zu dem jeweils aktuellen Forschungsfeld wird zu Beginn des entsprechenden Trimesters weitere Auswahlliteratur vorgelegt.
<b>Leistungsnachweis</b>
Seminararbeit (inklusive journalistische Teilleistungen und Präsentationen)
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Markt- und Markenkommunikation</b>	2003

Konto	Pflichtmodule Studienrichtung Strategische Kommunikation: Sektorale / Organisationale Ebene - MM 2018
-------	---

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Carsten Rennhak	Pflicht	1

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

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20031	VL	Markt- und Markenkommunikation	Pflicht	6
20032	VÜ	Markt- und Markenkommunikation	Pflicht	2
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

Qualifikationsziele
Die Studierenden kennen nach erfolgreicher Teilnahme die relevanten innovativen Instrumenten der Markt- und Markenkommunikation und deren Einsatz- und Wirkungsmöglichkeiten sowie die entsprechenden Entwicklungspotenziale. Sie sind in der Lage über den abgestimmten Einsatz dieser Instrumente im Rahmen eines optimierten Kommunikations-Mix zu entscheiden und haben erste Erfahrungen in der wirkungsmaximalen Umsetzung des Instrumentariums im Rahmen praktischer Fragestellungen.
Inhalt
Das Modul Markt- und Markenkommunikation vertieft die bereits im Bachelor-Studium erworbenen Kenntnisse der Unternehmenskommunikation und des Marketing. Aktuelle Trends der Marktkommunikation (innovative Kommunikation, z. B. Guerilla-, Ambush- und Sensation Marketing und Ambient Media, sowie online-Kommunikation, z. B. virales Marketing) werden neben grundständigen above- und below the line-Maßnahmen sowohl in ihrer Managementpraxis als auch in wissenschaftlicher Hinsicht beleuchtet. Besondere Bedeutung kommt in diesem Zusammenhang der Theorie und Praxis der Markenführung zu, die in ihrer strategischen, aber auch operativen Dimension beleuchtet werden soll.
Literatur
Rennhak, Carsten (Hrsg.): Aktuelle Instrumente der Marketingpraxis, Ibidem, 2012.
Rennhak, Carsten (Hrsg.): Kommunikationspolitik im 21. Jahrhundert, 2010.
Rennhak, Carsten/Nufer, Gerd: Kommunikationspolitik. In: Häberle, Siegfried (Hrsg.): Das neue Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, Oldenbourg, 2008, Band F-M, S. 685-688.

<p>Rennhak, Carsten/Nufer, Gerd: Sponsoring. In: Häberle, Siegfried (Hrsg.): Das neue Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, Oldenbourg, 2008, Band N-Z, S. 1168-1170.</p> <p>Schwaiger, Manfred/Rennhak, Carsten/Cannon, Hugh/Taylor, Charles: Can Comparative Advertising be Effective in Germany? A Tale of Two Campaigns. In: Journal of Advertising Research, Volume 47, No. 1, March 2007, S. 2-13.</p> <p>Reschke, Jörg/Rennhak, Carsten/Kraft, Patricia: Digitale Transformation in der Marketing-Kommunikation – Die Bedeutung des Social Media Measurements. In: Jung, Hans H/ Kraft, Patricia: Digital vernetzt - Transformation der Wertschöpfung, Hanser, 2016, S. 117-128.</p>
<b>Leistungsnachweis</b>
Seminararbeit inklusive Präsentation notwendiger Zwischenarbeiten
<b>Verwendbarkeit</b>
Grundlage für eine Master-Arbeit im Bereich Marketing
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten. Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester.

Modulname	Modulnummer
<b>NPO: Non-Profit- und politische Kommunikation</b>	2004

Konto	Pflichtmodule Studienrichtung Strategische Kommunikation: Sektorale / Organisationale Ebene - MM 2018
-------	---

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Natascha Zowislo-Grüneward	Pflicht	1

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

## Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20040	VSÜ	NPO: Non-Profit- und politische Kommunikation	Pflicht	4
20040	VSÜ	NPO: Non-Profit- und politische Kommunikation	Pflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertiefte Kenntnisse der Theorie zur und empirischen Forschung über die Kommunikation nicht-kommerzieller Organisationen</li> <li>• Fähigkeit zur Analyse aktueller Herausforderungen der Non-Profit und Politischen Kommunikation</li> <li>• Beurteilung von (aktuellen) Kampagnen sowie strategische Planung von Kampagnen im nicht-kommerziellen Kontext</li> </ul>
Inhalt
<p>Das Modul Non-Profit- und politische Kommunikation beschäftigt sich mit der Theorie und Praxis dieses Teilfeldes der Organisationskommunikation, deren Grundlagen sich die Studierenden im Bachelor-Studium angeeignet haben. Zunächst werden die Unterschiede zur For-Profit Kommunikation theoretisch beleuchtet sowie eine Einführung in die Organisationssoziologie gegeben. Anschließend wird auf diesen Grundlagen ein anwendungsorientiertes Verständnis vermittelt, um die Zusammenhänge von anspruchsvollem Reputationsmanagement in Bezug auf Aufmerksamkeits- und Sozialkapital übertragbar zu machen: Wählerstimmen, Spendenaufkommen oder Mitgliederzahlen erlangen entscheidende Wichtigkeit. Im Anschluss werden die daraus erwachsenden Herausforderungen des Managements von Non-Profit und Politischer Kommunikation analysiert und nach der praktischen Übertragbarkeit von Konzepten der For-Profit Kommunikation und umgekehrt gefragt. Konkret sollen Erkenntnisse der For-Profit Kommunikation auf praktische Fragestellungen der Non-Profit Kommunikation angewendet werden, indem Handlungsfelder gemeinsam mit einem Praxispartner analysiert, bewertet und strategisch (neu) konzipiert werden.</p>

Literatur
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bockstette, C; Jertz, W; Quandt, S (Hrsg; 2006): Strategisches Informations- und Kommunikationsmanagement. Handbuch der Sicherheitspolitischen Kommunikation und Medienarbeit, Bonn.</li> <li>• Clausewitz, C v (1832): Vom Kriege. Berlin [<a href="http://www.clausewitz.com/readings/VomKriege1832/">http://www.clausewitz.com/readings/VomKriege1832/</a>].</li> <li>• Esser, F; Pfetsch, B (Hrsg, 2003): Politische Kommunikation im internationalen Vergleich: Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven, Wiesbaden 2003.</li> <li>• Iyengar, S; Kinder, D (1987): News that matters. Television and American opinion. Chicago.</li> <li>• Jarren, O; Donges, P (2011): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. 3., grundlegend überarbeitete Auflage, Wiesbaden.</li> <li>• Kaid, L (2004): Handbook of Political Communication Research.</li> <li>• Leonhard, N; Werkner, I-J (Hrsg, 2005): Militärsoziologie - eine Einführung, Wiesbaden.</li> <li>• Mintzberg, H; Waters, J (1985): Of Strategies, Deliberate and Emergent. In: Strategic Management Journal, 6(3)/1985, S. 257-272.</li> <li>• Negrine, R; Stanyer, J (Hrsg, 2007): The Political Communication Reader, London.</li> <li>• Nissen, Thomas Elkjer (2013): Narrative Led Operations. In: Militært Tidsskrift, 141(4)/2013, S. 67-77.</li> <li>• Norris, P; Inglehart, R (2009): Cosmopolitan Communications. Cultural Diversity in a Globalized World. Cambridge.</li> <li>• Ose, D (Hrsg, 2008): Sicherheitspolitische Kommunikation im Wandel, Baden-Baden.</li> <li>• Sarcinelli, U (2011): Politische Kommunikation in Deutschland. Medien und Politikvermittlung im demokratischen System. 3., erweiterte und überarbeitete Auflage, Wiesbaden.</li> <li>• Schulz, W (2011): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. 3., überarbeitete Auflage, Wiesbaden.</li> <li>• Vogel, F (2014): Die Zukunft im Visier. Die mediale Selbstinszenierung der Bundeswehr gegenüber Jugendlichen aus der Perspektive engagierter Diskurslinguistik, in: Medien und Kommunikationswissenschaft 2014 (2), S. 190-215.</li> <li>• Wolfsfeld, M (2003): Political Communication in a New Era, London/New York.</li> <li>• Zowislo-Grünewald, N; Schulz, J (2011): Kommunikation vom Kriege. Fast nicht herstellbar, kaum noch darstellbar. In: Zowislo-Grünewald, N; Schulz, J; Buch, D (Hrsg.): Den Krieg erklären. Sicherheitspolitik als Problem der Kommunikation. Frankfurt/Main, S. 37-56.</li> </ul>
Leistungsnachweis
Studienarbeit einschließlich Präsentation eines Executive Summary
Verwendbarkeit
Voraussetzung für eine Master-Arbeit im Bereich Non-Profit Kommunikation
Dauer und Häufigkeit
Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten. Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester.

Modulname	Modulnummer
<b>Kampagnen, Krisen- und Issuemanagement</b>	2005

Konto	Pflichtmodule Studienrichtung Strategische Kommunikation: Sektorale / Organisationale Ebene - MM 2018
-------	---

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Natascha Zowislo-Grünewald	Pflicht	3

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

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20050	VÜ	Kampagnen, Krisen- und Issuemanagement	Pflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Empfohlene Voraussetzungen
2003 Markt- und Markenkommunikation
2004 Non-Profit- und politische Kommunikation
Qualifikationsziele
Die Studierenden können nach erfolgreicher Teilnahme die in den Modulen Markt- und Markenkommunikation und Non-Profit- und politische Kommunikation erworbenen Erkenntnisse praktisch anwenden. Sie sind in der Lage, über den abgestimmten Einsatz der entsprechenden Instrumente zu entscheiden, diese zu implementieren und die eigene Umsetzung kritisch zu reflektieren.
Inhalt
Das Modul Kampagnen, Krisen- und Issuemanagement ergänzt die Module Markt- und Markenkommunikation sowie Non-Profit- und politische Kommunikation, indem es den Studierenden in beiden Bereichen ermöglicht, ihr theoretisches und Management-Wissen in konkreten Kommunikationsaufgaben anzuwenden. Angestrebt wird die Kooperation mit Unternehmen und anderen Organisationen. Von der Analyse der Problemstellung über die Definition der kommunikativ zu erreichenden Anspruchsgruppen bis hin zur operativen Umsetzung und Ergebniskontrolle betrachtet dieses Modul den gesamten Prozess des Kommunikationsmanagements. Dies umfasst folgende Bausteine:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kampagnenplanung</li> <li>• Strategischer und taktischer Umgang mit Issues</li> <li>• Kommunikatives Krisenmanagement</li> <li>• Umsetzung in Fallbeispielen</li> <li>• Analyse der eigenen Umsetzung auf Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse</li> </ul>

<b>Literatur</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buchner, Michael; Friedrich, Fabian; Kunkel, Dino (Hrsg.) (2006): Zielkampagnen für NGO: Strategische Kommunikation und Kampagnenmanagement im Dritten Sektor. Berlin: LIT-Verlag.</li> <li>• Kalt, Gero; Kinter, Achim; Kuhn, Michael (2009) (Hrsg.): Strategisches Issues Management: Vom erfolgreichen Umgang mit Krisen und Profilierungsthemen. Konzepte - Innovationen - Best Practices. Frankfurt a.M.: Frankfurter Allgemeine Buch</li> <li>• Puttenat, Daniele (2009): Praxishandbuch Krisenkommunikation: Von Ackermann bis Zumwinkel: PR-Störfälle und ihre Lektionen. Wiesbaden: Gabler.</li> <li>• Belz, Christian et al. (2008): Interaktives Marketing. Neue Wege zum Dialog mit Kunden. Wiesbaden: Springer.</li> <li>• Hofmann, Thorsten; Braun, Stefan (2008): Die Rolle der Kommunikation im interdisziplinären Krisenmanagement. In: Nolting, T.; Thießen, A. (Hrsg.): Krisenmanagement in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag. S. 135-146.</li> <li>• Jacques, Tony (2009): Issue management as a post-crisis discipline: identifying and responding to issue impacts beyond the crisis. In: Journal of Public Affairs 9(1)/2009, pp. 35-44.</li> <li>• Koller, Peter-Julian; Alpar, Paul (2008): Die Bedeutung privater Weblogs für das Issue-Management in Unternehmen. In: Alpar, P.; Blaschke, S. (Hrsg.): Web 2.0 — Eine empirische Bestandsaufnahme. Wiesbaden: Vieweg+Teubner. S. 17-52.</li> <li>• Nohr, Holger; Roos, Alexander W.; Vöhringer, Annika: Relationship Management von Verbundgruppen. In: Becker, J.; Knackstedt, R.; Pfeiffer, D. (Hrsg.): Wertschöpfungsnetzwerke. Heidelberg: Physica-Verlag HD. S. 153-169.</li> <li>• Nolting, Tobias; Thießen, Ansgar (Hrsg.) (2008): Krisenmanagement in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: Springer VS.</li> </ul>
<b>Leistungsnachweis</b>
Seminararbeit inklusive Präsentation notwendiger Zwischenarbeiten
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Führung: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung</b>	2010

Konto	WPFL für beide Studienrichtungen: HAW-Bereich - MM 2018
-------	---

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Rafaela Kraus	Wahlpflicht	2

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	40	110	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20100	SSÜ	Führung: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Qualifikationsziele
<p>Die Studierenden lernen u.a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Führung zu definieren</li> <li>• Persönlichkeitstheorien der Führung kritisch einzuordnen</li> <li>• die zentralen Erkenntnisse und die Grenzen von Verhaltenstheorien der Führung zu identifizieren</li> <li>• Kontingenztheorien und entsprechende empirische Befunde zu würdigen</li> <li>• Charismatische und transformationale Führung zu vergleichen und abzugrenzen</li> <li>• die Bedeutung von Führungsethik und Vertrauen für effektive Führung zu verstehen</li> <li>• die Bedeutung von Mentoring im Rahmen von Führung kennen</li> <li>• Voraussetzungen und Herausforderungen in Bezug auf effektive Führung zu identifizieren</li> <li>• interkulturelle Unterschiede in Bezug auf Führung zu beurteilen</li> </ul>
Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umfassender und kritischer Überblick über die wichtigsten Richtungen der Führungsforschung</li> <li>• Führungsdefinitionen und -theorien</li> <li>• Diskussion ideologischer Begründungen von Führung</li> </ul>
Literatur
<p>Blessin, B. &amp; Wick, A. (2017). Führen und führen lassen. 7. Auflage. Stuttgart: UVK Lucius.</p> <p>Felfe, Jörg (Hg.) (2014): Trends der psychologischen Führungsforschung. Neue Konzepte, Methoden und Erkenntnisse. Göttingen: Hogrefe Verlag (Psychologie für das Personalmanagement, 27).</p>

Robbins, Stephen P., Campbell, Timothy & Judge, Timothy A. (2017). Organizational Behavior, New Jersey: Pearson Prentice Hall

Schedlitzki, D. & Edwards, G. (2017). Studying Leadership. London: Sage

Yukl, G. (2017). Leadership in Organizations. Upper Saddle River: Pearson.

Leistungsnachweis

Seminararbeit inkl. Referat

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Entscheidungsunterstützung	2011

Konto	WPFL für beide Studienrichtungen: HAW-Bereich - MM 2018
-------	---

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. nat. Bo Hu	Wahlpflicht	2

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

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20110	SE	Entscheidungsunterstützung	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erlernen von Verfahren, Prozesse und Anwendungen zur systematischen Analyse (Sammlung, Auswertung und Darstellung) von Daten in elektronischer Form</li> <li>• Ziel ist die Gewinnung von Erkenntnissen, die eine bessere operative oder strategische Entscheidungsfindung ermöglichen</li> <li>• Mit Hilfe analytischer Konzepte und IT-Systeme, die Daten aus unterschiedlichen Quellen im Hinblick auf den gewünschten Erkenntnisgewinn auswerten</li> </ul>
Inhalt
Die Studierenden lernen Verfahren, Prozesse und Anwendungen zur systematischen Analyse (Sammlung, Auswertung und Darstellung) von Daten in elektronischer Form kennen. Ziel ist die Gewinnung von Erkenntnissen, die eine bessere operative oder strategische Entscheidungsfindung ermöglichen. Dies geschieht mit Hilfe analytischer Konzepte und IT-Systeme, die Daten aus unterschiedlichen Quellen im Hinblick auf den gewünschten Erkenntnisgewinn auswerten.
Literatur
Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben.
Leistungsnachweis
Hausarbeit mit Vortrag
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
IT-Projekte	2012

Konto	WPFL für beide Studienrichtungen: HAW-Bereich - MM 2018
-------	---

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. nat. Bo Hu	Wahlpflicht	3

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

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20120	SE	IT-Projekte-V1	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenntnis der Prinzipien, Konzepte und Methoden einer zielorientierten Erstellung der Datenverarbeitungssysteme</li> <li>• praxisorientierte Anwendung der Kenntnisse in Übungsprojekten, u.a.: Lebenszyklus eines Datenverarbeitungssystems, Systematik der Systemerstellung, objektorientierte Analyse, objektorientiertes Design und objektorientierte Entwicklung</li> </ul>
Inhalt
<p>Die Lehrveranstaltung führt in die Prinzipien, Konzepte und Methoden einer zielorientierten Erstellung der Datenverarbeitungssysteme ein und bietet den Studierenden die Möglichkeit, die gewonnenen Kenntnisse praxisorientiert in Übungsprojekten einzusetzen.</p> <p>Folgende Inhalte werden behandelt: Lebenszyklus eines Datenverarbeitungssystems, Systematik der Systemerstellung, objektorientierte Analyse, objektorientiertes Design und objektorientierte Entwicklung.</p>
Literatur
Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben.
Leistungsnachweis
Hausarbeit mit Vortrag
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Investition und Finanzierung in Medienunternehmen</b>	2014

Konto	WPFL für beide Studienrichtungen: HAW-Bereich - MM 2018
-------	---

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Manfred Sargl	Wahlpflicht	2

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

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20140	SE	Investition und Finanzierung in Medienunternehmen	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Qualifikationsziele
Die Studierenden gewinnen einen Einblick in die Funktionsweise moderner Managementmethoden in Bezug auf Investitions- und Finanzierungsentscheidungen. Sie beherrschen die statischen und dynamischen Verfahren der Investitionsrechnung und sind in der Lage, eine Kapitalbedarfsplanung sowie eine kurzfristige Finanz- und Liquiditätsplanung zu erstellen und auszuwerten. Sie verstehen die Interdependenz von Investitions- und Finanzierungsplanung sowie Möglichkeiten zu deren Bewältigung.
Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> <li>• statische und dynamische Investitionsrechnung</li> <li>• Investition unter Unsicherheit</li> <li>• verschiedene Formen der Innen- und Außenfinanzierung</li> <li>• Finanzplan</li> </ul>
Literatur
Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben.
Leistungsnachweis
sP - 90
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Controlling in Medienunternehmen	2015

Konto	WPFL für beide Studienrichtungen: HAW-Bereich - MM 2018
-------	---

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Manfred Sargl	Wahlpflicht	3

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

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20150	SE	Controlling in Medienunternehmen-V1	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Empfohlene Voraussetzungen
<p>profunde Kenntnisse in Kostenrechnung z.B. aus dem BA PF Modul 1358 "Bilanzierung, Jahresabschlussanalyse und Kostenrechnung" UND vorherige Teilnahme an dem BA WP Modul 1184 "Angewandtes Controlling"</p>
Qualifikationsziele
<p>Die Studierenden kennen und verstehen die Aufgaben des Controlling und sind in der Lage das entsprechende Instrumentarium anzuwenden. Sie erwerben die Fähigkeiten Controlling-Kennzahlen zu ermitteln, zu interpretieren und Entscheidungen daraus abzuleiten.</p>
Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anwendung verschiedener Verfahren der Kosten- und Leistungsrechnung</li> <li>• Controlling, Kennzahlen und Kennzahlensysteme</li> <li>• Grundzüge einer wertorientierten Unternehmensführung</li> </ul>
Literatur
Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben.
Leistungsnachweis
sP - 90
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Öffentliche Finanzen in der Demokratie</b>	2018

Konto	WPFL für beide Studienrichtungen: HAW-Bereich - MM 2018
-------	---

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Thomas Wüstrich	Wahlpflicht	3

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

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20181	VÜ	Öffentliche Finanzen in der Demokratie	Wahlpflicht	2
20182	UE	Öffentliche Finanzen in der Demokratie	Wahlpflicht	2
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Die Teilnahme setzt die erfolgreiche Absolvierung des Modul Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik im Bachelor-Studiengang Wirtschaft und Journalismus oder eines gleichwertigen Moduls an einer anderen Hochschule voraus.

#### Qualifikationsziele

Das Wahlpflichtmodul Öffentlichen Finanzen in der Demokratie soll die Studierenden auf der Grundlage der Theorie der öffentlichen Wahlhandlungen befähigen, das Zustandekommen wirtschafts- und finanzpolitischer Entscheidungen in demokratisch verfassten Gesellschaften zu verstehen und zu beurteilen. Dies umfasst die Kenntnis über die Verknüpfung der klassischen finanzwissenschaftlichen Institutionenlehre mit wohlfahrtsökonomischen Fragestellungen (von der Theorie des Marktversagens über das optimale Budget bis hin zu den Staatseinnahmen, Staatsausgaben und zur Staatsverschuldung).

#### Inhalt

Die Vorlesung soll den Studierenden den Grund, den Umfang und die Probleme staatlicher Aktivität im Wirtschaftsprozess verdeutlichen. Darüber hinaus soll der Student befähigt werden, finanzwissenschaftliche Grundfragen in den polit-ökonomischen Rahmen der Bundesrepublik Deutschland und der europäischen Integration einzuordnen und praktische Bezüge zur aktuellen wirtschafts- und finanzpolitischen Diskussion herzustellen.

- Warum überhaupt Staat?
- Gründe des staatlichen Handelns in der Wirtschaft
- Funktionen staatlichen Handelns im Wirtschaftsprozess
- Theorie der öffentlichen Güter
- Staatliche Umverteilung
- Finanzpolitische Willensbildung

- Finanzverfassung der Bundesrepublik Deutschland
- Ursachen des Staatsausgabenwachstums
- Möglichkeiten der Staatsfinanzierung
- Grenzen der Staatsverschuldung

**Literatur**

Blankart, Ch.B., Öffentliche Finanzen in der Demokratie, 9. Auflage, München 2017, Verlag Franz Vahlen.

Brümmerhoff, F., Finanzwissenschaft, 11. Auflage, München u.a. 2015.

Zimmermann, H., Henke, K.-D, Finanzwissenschaft, Eine Einführung in die Lehre der öffentlichen Finanzwissenschaft, 10. Auflage, München 2009.

**Leistungsnachweis**

Referat

**Dauer und Häufigkeit**

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Angewandte Wirtschaftspolitik	2019

Konto	WPFL für beide Studienrichtungen: HAW-Bereich - MM 2018
-------	---

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Thomas Wüstrich	Wahlpflicht	2

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

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20190	SE	Angewandte Wirtschaftspolitik	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Die Teilnahme am Planspiel setzt die erfolgreiche Ablegung des Moduls Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik im Bachelor-Studiengang Wirtschaft und Journalismus oder eines gleichwertigen Moduls an einer anderen Hochschule voraus.

#### Qualifikationsziele

Das Lernprogramm TOPSIM - Applied Economics soll grundlegende volkswirtschaftliche Zusammenhänge vermitteln und die Folgen von Veränderungen volkswirtschaftlicher Größen deutlich machen.

Die Studierenden lernen, wie sich diese Veränderungen auf den in der Rollenverteilung vertretenen eigenen Sektor (Unternehmen, Banken, Regierung, Interessenverbände, Zentralbank) auswirken und wie sich diese Sektoren gegenseitig beeinflussen.

Sie lernen den Handlungs- spielraum insbesondere für den eigenen Sektor kennen und im Zusammenspiel der einzelnen Akteure zielorientiert zu nutzen.

Die Studierenden lernen ferner, die Veränderungen im wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Umfeld zu analysieren, die Auswirkungen dieser Veränderungen für den eigenen Sektor zu bewerten, strategische Ziele für den eigenen Sektor zu formulieren, zu den Zielen geeignete Handlungen zu planen und zu entscheiden.

Dabei soll ihre Kompetenz gestärkt werden, systematisch zu denken, im Team zu arbeiten und fachbezogen zu kommunizieren sowie Interessen des eigenen Sektors mit Interessen anderer gesellschaftlicher Gruppen abzustimmen.

#### Inhalt

Gegenstand des Planspiels sind aktuelle Probleme der Wirtschaftspolitik, die schwerpunktmäßig dargestellt und anhand eines computergestützten Planspiels simuliert und aufgearbeitet werden.

Im Verlauf des Lernprogramms TOPSIM -Applied Economics sollen zuvor in volks- und betriebswirtschaftlichen Modulen erlernte grund- legende ökonomische Zusammenhänge vertieft und die Folgen von Veränderungen volkswirtschaftlicher Größen deutlich gemacht werden.

Dabei sollen die Studierenden:

- Unternehmensführung unter Konkurrenzverhältnissen in einem sich ändernden wirtschaftlichen, ökologischen, sozialen und politischen Umfeld trainieren,
- die zentrale volkswirtschaftliche Relevanz und Besonderheiten des Bankensektors erkennen,
- anhand volkswirtschaftlicher Indikatoren die gesamtwirtschaftliche Entwicklungen eines Landes analysieren und beurteilen sowie Interdependenzen zwischen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft kennen- lernen,
- ausgehend von konkreten wirtschaftspolitischen Zielsetzungen situationsadäquat Instrumente der Finanz-, Fiskal-, Geld-, Währungs-, Einkommens-, Außenwirtschafts- und Sozialpolitik praktisch anwenden
- und erfahren, dass Wirtschaftspolitik in einem polit-ökonomischen Kontext stattfindet.

#### Literatur

Baßeler, U., Heinrich, J., Utecht, B., (2010), Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. Auflage, Stuttgart.

Krugman, P., Wells, R., (2017), Volkswirtschaftslehre, 2. überarbeitete Auflage, Stuttgart.

Mankiw, N. G., Taylor, M. P., (2008), Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 4., überarbeitete Auflage, Stuttgart.

Mussel, G., Pätzold, J., (2008), Grundfragen der Wirtschaftspolitik, 7. Überarbeitete Auflage, München.

TATA Interactive Systems (2011), TOPSIM - Applied Economics (Version mit Geschäftsbanken), Version 7.0 -Deutsch, Tübingen. (Das Teilnehmerhandbuch wird vor Beginn des Planspiels an alle Teilnehmer als pdf-file verteilt)

#### Leistungsnachweis

Hausarbeit mit Vortrag

#### Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>System Dynamics</b>	2025

Konto	WPFL für beide Studienrichtungen: HAW-Bereich - MM 2018
-------	---

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. nat. Bo Hu	Wahlpflicht	2

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

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20250	SE	System Dynamics	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Empfohlene Voraussetzungen
Modul 1100 "Wirtschaftsmathematik und Statistik"
Modul 1107 "Wirtschaftsinformatik" bzw.
Modul 1359 "Wirtschafts- und medieninformatik"
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.
Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorgehensweise bei der Modellbildung und Simulation</li> <li>• Vorstellung diverser System Dynamics Modelle</li> <li>• Umgang mit einem Softwaresystem, das System Dynamics Modellierung und Simulation unterstützt</li> </ul>
Literatur
Hartmut Bossel: Systeme Dynamik Simulation. Books on Demand GmbH, Norderstedt, 2004
Leistungsnachweis
Projektstudie, benotet
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Unternehmensplanspiel TOPSIM Global Management</b>	2026

Konto	WPFL für beide Studienrichtungen: HAW-Bereich - MM 2018
-------	---

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Gerhard Hessenberger	Wahlpflicht	2

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

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20260	S,V,Ü	Unternehmensplanspiel TOPSIM Global Management	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Qualifikationsziele
Systematisches Denken verbessern. Strategien mit Zielen verbinden und diese in Entscheidungen umsetzen. Zielgerichtete Nutzung von Management Tools. Entscheidungskompetenz unter Zeit- und Komplexitätsdruck.
Inhalt
<b>Globale Strategien entwickeln und betriebswirtschaftliche Entscheidungen treffen:</b> Chancen und Risiken des Internationalen Managements verstehen; Globales Wachstum managen; Internationale und saisonale Fluktuationen in die Entscheidungsprozesse einbeziehen; Kritische Analysen komplexer Geschäftsbeziehungen im Technologiesektor durchführen.
<b>Wertorientierte Unternehmensführung:</b> Systematisches Festlegen, Umsetzen und Messen von unternehmerischen Zielen; Unternehmerisches Denken, Planen und Handeln im internationalen Rahmen entwickeln; Ergebnisorientierte Teamarbeit und Organisation trainieren; Prozesse der Entscheidungsfindung im Team effizient und konstruktiv gestalten.
Literatur
Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben.
Leistungsnachweis
Hausarbeit einschließlich Vortrag
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Medien und Migration	2032

Konto	WPFL für beide Studienrichtungen: HAW-Bereich - MM 2018
-------	---

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Judith Pies	Wahlpflicht	3

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

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20321	VÜ	Theoretische Grundlagen	Pflicht	2
20322	UE	Praktische Anwendungen	Pflicht	2
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Die Teilnahme setzt die erfolgreiche Absolvierung des Moduls "Mediensoziologie" und des Moduls "Radio- und Fernsehjournalismus" voraus.

#### Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen sich mit einem aktuellen Medienthema intensiv wissenschaftlich wie journalistisch auseinandersetzen. Sie vertiefen hierbei nicht nur Theorien der transnationalen und transkulturellen Kommunikation, der Mediensoziologie und -psychologie (z.B. transkulturelle Mediennutzung, Medien und gesellschaftliche Integration, Feindbildproduktion), sondern lernen auch, sich ein komplexes Themenfeld selbst zu erschließen. Die gleichzeitige journalistische Aufarbeitung des Themas soll es den Studierenden ermöglichen, ihre journalistischen Erfahrungen auszuweiten und ihnen aufzeigen, wie Theorie und Praxis sich wechselseitig befruchten können.

#### Inhalt

Das Thema Medien und Migration ist nicht erst seit der Flüchtlingskrise aktuell. Immer wieder tauchen Facetten des Themenkomplexes in der öffentlichen Diskussion auf: Welche Rolle spielen nicht-deutschsprachige Medienangebote bei der gesellschaftlichen Integration? Kann stereotype Berichterstattung über Migranten fremdenfeindliche Einstellungen in der Bevölkerung verstärken? Stellt die fehlende Repräsentanz von Kommunikatoren mit Migrationshintergrund ein Defizit für eine gesellschaftlich repräsentative Themenagenda dar? Solch - häufig populistisch - diskutierte Fragen will das Seminar aufgreifen und einen Überblick über die bisherige Forschung geben. Neben empirischen Studien sollen auch verschiedene theoretische Ansätze aus der Kommunikationswissenschaft (v.a. Mediensoziologie, Medienpsychologie, transnationale und transkulturelle Kommunikation) herangezogen werden, um neue Perspektiven auf das Thema zu eröffnen. Dabei stehen folgende Themenkomplexe im Vordergrund:

- Darstellung von Migranten in den Medien
- Medienrezeption von Migranten

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Migranten als Publikums/Werbezielgruppe</li> <li>• Migranten als Kommunikatoren</li> </ul> <p>Parallel zur wissenschaftlichen Aufarbeitung sollen die Studierenden eigene journalistische Fragestellungen entwickeln, mithilfe derer sie einen eigenen journalistischen Beitrag produzieren.</p>
<b>Literatur</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bonfadelli, Heinz &amp; Priska Bucher (2008): Jugend, Medien und Migration. Empirische Ergebnisse und Perspektiven. Wiesbaden, VS Verlag.</li> <li>• Hunger, Uwe &amp; Kathrin Kissau (Hg.) (2009): Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde. Wiesbaden, VS Verlag.</li> <li>• Pies, Judith (2004): Mediennutzung arabischer Migranten in Deutschland. Ein Indikator kultureller Identität? Mainz.</li> <li>• Pies, Judith (2008): 'I Can Watch Both Sides.' Media Use among Young Arabs in Germany. In: Al-Harmaneh, Ala &amp; J. Thielmann (Hg.): Islam and Muslims in Germany. Leiden et al.: Brill. 395-421.</li> <li>• Pöttker, Horst &amp; R. Geißler (Hg.) (2005): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Bielefeld: Transcript.</li> <li>• Pöttker, Horst &amp; R. Geißler (Hg.) (2006): Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Bielefeld, transcript, 2006.</li> <li>• Wellgraf, Stefan (2008) Migration und Medien. Wie Fernsehen, Radio und Print auf die Anderen blicken. Münster, LIT.</li> </ul>
<b>Leistungsnachweis</b>
Portfolio (bestehend aus Referat und journalistischem Beitrag; Seminararbeit ist möglich)
<b>Verwendbarkeit</b>
Grundlage für eine Masterarbeit im Bereich Journalistik
<b>Dauer und Häufigkeit</b>
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Die Psychologie des Internets	3465

Konto	WPFL für beide Studienrichtungen: HAW-Bereich - MM 2018
-------	---

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Rafaela Kraus	Wahlpflicht	2

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

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
34650	SU	Die Psychologie des Internets		4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>4</b>

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung
keine
Empfohlene Voraussetzungen
keine
Qualifikationsziele
Die Studierenden erwerben Wissen zu Konzepten, Theorien, Modellen und Methoden, die sich mit der Psychologie des Internets beschäftigen. Sie lernen neuere Entwicklungen und Befunde der psychologischen Forschung zum Internet kennen und entwickeln ein Bewusstsein für die persönlichkeits-, entwicklungs- und sozialpsychologischen Dimensionen des Internets. Im Methodenteil des Seminars lernen sie internetbezogene Forschungsmethoden kennen.
Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Internet im Kontext der Psychologie</li> <li>• Online-Persona und Eindrucksbildung</li> <li>• Gruppendynamik im Internet</li> <li>• Online-Aggression</li> <li>• Zwischenmenschliche Anziehung</li> <li>• Altruismus und prosoziales Verhalten</li> <li>• Online-Gaming</li> <li>• Entwicklungspsychologische Aspekte</li> <li>• Gender und Sexualität</li> <li>• Privatheit und Überwachung</li> <li>• „Zeitfresser“ Internet</li> <li>• Forschung im Internet: Untersuchungsdesign, Sampling, Methoden, Forschungsethik</li> </ul>
Literatur
Wallace, Patricia. The Psychology of the Internet. Cambridge University Press, 2016.

<b>Leistungsnachweis</b>
Seminararbeit einschließlich Vortrag, benotet
<b>Verwendbarkeit</b>
Das Modul stellt eine Ergänzung zu den Pflichtmodulen 1111 Kommunikationswissenschaft 1114 Mediensoziologie und Medienmanagement und 1361 Journalismus, Schwerpunkt Print- und Onlinejournalismus dar.
<b>Sonstige Bemerkungen</b>
<b><u>Dauer und Häufigkeit</u></b>  Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.  Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
IT-Management	1047

Konto	WPFL Uni-Bereich - MM 2018
-------	----------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Univ.-Prof. Dr. Ulrike Lechner	Wahlpflicht	2

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
90	36	54	9

## Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
10471	VÜ	IT-Governance	Wahlpflicht	5
10472	P	IT-Management	Wahlpflicht	3
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>8</b>

## Empfohlene Voraussetzungen

Kenntnisse ausgewählter Themen des IT-Managements, sowie betriebswirtschaftlicher Fragestellungen

## Qualifikationsziele

- Die Studierenden lernen zentrale Fragestellungen und wichtige Instrumente der Organisation, Steuerung und Kontrolle der IT und der IT- Prozesse von Organisationen kennen.
- Die Studierenden lernen Fragestellungen und Methoden der Praxis im IT-Management kennen.
- Die Studierenden werden befähigt Methoden des IT-Managements zu gestalten und zu evaluieren.

## Inhalt

Wie kann die IT-Landschaft einer Organisation gestaltet werden? Heute spielt IT in vielen Organisationen eine zentrale Rolle für den Erfolg einer Organisation. Viele Skandale oder Misserfolge lassen sich auch darauf zurückführen, dass die IT die Unternehmensstrategie nicht richtig umsetzt. Beispielsweise haben fehlende Limits für den Börsenhandel bzw. fehlende Instrumente zur Überwachung der Börsengeschäfte und Durchsetzung dieser Limits Banken und ganze Volkswirtschaften in Bedrängnis bringen können. IT-Sicherheit und Privacy sind weitere zentrale Fragestellungen im IT-Betrieb. Hier müssen Regeln genauso wie ihre Umsetzung in der Organisation und ihrer IT geklärt sein. Auch moderne Formen des Betriebs der IT, wie IT-Outsourcing oder Cloud Computing können nur dann erfolgreich sein, wenn die Regeln für den Betrieb der IT klar formuliert, in Verträgen geregelt sind und professionell umgesetzt werden können. Gesetzliche Regelungen stellen sich als schwierig dar und häufig genug „über- holt“ die Technologie die Regelungen. Man denke hier an die Diskussionen um die Panorama Dienste von Google und Microsoft genauso wie über die sozialen Netzwerke. Heute geben z.B. für die Finanzwirtschaft Basel II und Sarbanes-Oxley Regeln für den Betrieb der IT vor.

<p>IT-Governance ist ein vergleichsweise neues Gebiet der Informatik und Wirtschaftsinformatik, das der zentralen Rolle der IT für Organisationen Rechnung trägt. In diesem Themenfeld gibt es einige zentrale Aufgaben. Die IT mit ihren Prozessen ist so zu gestalten, dass Sie den gesetzlichen Vorgaben entspricht und die Geschäftsstrategie umsetzt. Weitere Aufgaben sind Schaffung von Werten durch IT und die Minimierung von IT-Risiken. IT-Governance soll den Rahmen schaffen, IT-Services effektiv und effizient zu erbringen.</p> <p>IT-Management soll den Betrieb der IT effektiv und effizient sicherstellen. Dazu müssen Strategien mittels IT umgesetzt werden. Relevant sind für das IT-Management auch Fragen des Medien- und Kommunikationsmanagements und seiner Umsetzung in der IT. Das Praktikum IT-Management will den Studierenden Erfahrung in der Gestaltung, Realisierung und Evaluation von Methoden und Werkzeugen des IT-Managements vermitteln. Die Studierenden sollen im Rahmen eines Praxisprojekts Erfahrung mit IT-Management erwerben können.</p> <p>Das Praktikum IT-Management ist forschungsnah: Studierende sollen mit wissenschaftlichen Methoden eine Fragestellung des IT-Managements beantworten.</p>
<b>Leistungsnachweis</b>
Notenschein oder mündliche Prüfung von 30min.
<b>Verwendbarkeit</b>
IT-Management ist eine zentrale Aufgabe in Organisationen. Die Studierenden lernen Konzepte des IT-Management in der Umsetzung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen und Fragestellungen des Kommunikations- und Medienmanagements kennen.

Modulname	Modulnummer
<b>Entwicklung von Geschäftsmodellen</b>	1156

Konto	WPFL Uni-Bereich - MM 2018
-------	----------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Univ.-Prof. Dr. Ulrike Lechner	Wahlpflicht	4

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
180	60	120	6

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11561	VÜ	Entwicklung von Geschäftsmodellen	Wahlpflicht	5
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>5</b>

Empfohlene Voraussetzungen
Grundkenntnisse der Wirtschaftsinformatik entsprechend B.Sc. Wirtschaftsinformatik.
Qualifikationsziele
Die Studenten lernen Theorie und realistische Komplexität der Gestaltung von Geschäftsmodellen für technologische Innovationen kennen und erwerben Methodenkompetenz in der Entwicklung und Evaluation von Geschäftsmodellen.
Inhalt
<p>Entrepreneurship (Unternehmertum) befasst sich mit der Identifizierung von Markt-Chancen und Geschäftsideen und deren Umsetzung in Geschäftsmodellen und Geschäftsplänen. Die Studierenden lernen ausgewählte Teilbereiche der wissenschaftlichen Literatur zu Entrepreneurship kennen und analysieren ausgewählte Fallbeispiele.</p> <p>Die Studierenden erwerben Methodenkompetenz in der Analyse, der Gestaltung, der Evaluation von Geschäftsmodellen und von Systemen von Geschäftsmodellen. Sie lernen Methoden der Erstellung von Geschäftsplänen kennen. Die Studierenden erwerben und vertiefen dabei Kenntnisse von Modellen und Theorien elektronischer Märkte, des Innovationsmanagements, der Diffusion von Innovationen in Märkten, der Standardisierung und Regulation.</p> <p>Anhand einer ausgewählten Industrie werden an Beispielen (Systeme von) Geschäftsmodellen entwickelt und evaluiert.</p>
Leistungsnachweis
Notenschein.
Verwendbarkeit
Die Wirtschaftsinformatik will Technologie wirtschaftlich sinnvoll gestalten und technologische Innovationen in einen wirtschaftlich sinnvollen Rahmen von

Geschäftsprozessen, Organisation und Strategie einbetten. Die Studierenden lernen hierzu Methoden kennen.

**Dauer und Häufigkeit**

Das Modul dauert 1 Trimester.

Das Modul wird jedes zweite Studienjahr angeboten und beginnt jeweils im Frühjahrstrimester.

Als Startzeitpunkt ist das Frühjahrstrimester im 1. Studienjahr vorgesehen.

Modulname	Modulnummer
<b>Rechnergestützte Gruppenarbeit</b>	1164

Konto	WPFL Uni-Bereich - MM 2018
-------	----------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Univ.-Prof. Dr. Michael Koch	Wahlpflicht	3

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
270	84	186	9

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11641	VÜ	Rechnergestützte Gruppenarbeit	Wahlpflicht	3
11642	VÜ	Projekt Rechnergestützte Gruppenarbeit	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>7</b>

Empfohlene Voraussetzungen
Vorausgesetzt werden Grundkenntnisse in Rechnernetzen und Verteilten Systemen. Für das selbständige Durcharbeiten der Fachliteratur des Moduls sind grundlegende Englische Sprachkenntnisse erforderlich.
Qualifikationsziele
Die Teilnehmer kennen die Grundlagen, Prinzipien und Anwendungsmöglichkeiten computergestützter, kooperativer Arbeit (CSCW). Sie kennen repräsentative CSCW-Plattformen und CSCW-Systeme. Sie können verschiedene Kommunikations- und Kooperationssituationen unterscheiden und Wirkungen und Angemessenheit unterschiedlicher Medien und Systeme einschätzen. Sie sind in der Lage CSCW-Systeme anwendungs- und benutzergerecht zu analysieren, auszuwählen, zu konzipieren, zu realisieren und zu evaluieren.
Inhalt
Im Modul Rechnergestützte Gruppenarbeit (engl. Computer-Supported Cooperative Work, kurz CSCW) soll einerseits verdeutlicht werden, was man unter den einschlägigen Begriffen zu verstehen hat, andererseits gezeigt werden, welche vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten, aber auch Risiken, mit ihnen verbunden sind. Ziel der Vorlesung ist dabei, einen Anwendungsbereich für verteilte Systeme vorzustellen, nämlich die Unterstützung von Zusammenarbeit in Teams, Communities und Netzwerken. Rechnergestützte Gruppenarbeit ist dabei eine fachübergreifende Anwendung. Sie kann als eine Synergie zwischen den Gebieten Verteilte Systeme und (Multimedia-) Kommunikation, aber auch zwischen Informationswissenschaften, Soziologie und Organisationstheorie gesehen werden. Neben technischen Aspekten spielt deshalb vor allem die Betrachtung der Zielsysteme als soziotechnische Systeme und deren Gestaltung eine Rolle.
Konkret werden behandelt:

- Motivation für das Anwendungsgebiet CSCW; Klärung der Begriffswelt
- Klassifizierung von CSCW-Systemen
- Allgemeine Konzepte in CSCW
- Spezialitäten verschiedener CSCW-Systemklassen
- Entwurf von CSCW-Systemen
- Technische Integration von CSCW-Systemen

Die Inhalte werden in einem Praktikum vertieft, in der die Studierenden die erworbenen Kenntnisse an der Konzeption und (technischen) Umsetzung eines CSCW-Systeme erproben.

#### Leistungsnachweis

Ein Notenschein für Leistungen in der Vorlesung und im Projekt.

#### Verwendbarkeit

Das Modul ist nicht als Grundlage für weitere Module gedacht. Es bietet sich aber eine Kombination mit dem Modul Mensch-Computer-Interaktion an. Die erworbenen Kenntnisse stellen einen wichtigen Anwendungsbezug für den Bereich Verteilte Systeme und Software- und Informationsmanagement dar.

#### Dauer und Häufigkeit

Das Modul dauert 2 Trimester. Das Modul beginnt im Frühjahrstrimester. Der Projektanteil kann im Frühjahrstrimester oder im Herbsttrimester bearbeitet werden. Das Modul wird nicht jedes Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
<b>Mensch-Computer-Interaktion</b>	1167

Konto	WPFL Uni-Bereich - MM 2018
-------	----------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Univ.-Prof. Dr. Michael Koch	Wahlpflicht	3

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
270	60	210	9

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11671	VL	Mensch-Computer-Interaktion	Wahlpflicht	3
11672	VÜ	Projekt Mensch-Computer-Interaktion	Wahlpflicht	4
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>7</b>

#### Empfohlene Voraussetzungen

Für das selbständige Durcharbeiten der Fachliteratur des Moduls sind grundlegende englische Sprachkenntnisse erforderlich.

#### Qualifikationsziele

Lernziel ist einen umfassenden Überblick über die Ziele und Forschungsfragen der Disziplin Mensch-Computer Interaktion zu erhalten. Die Studierenden erhalten ein Grundverständnis, wie man interaktive Produkte unter besonderer Berücksichtigung der Benutzer- und Aufgabenerfordernisse entwickeln kann. Ziel dieses Entwurfsprozesses ist das Design von gebrauchstauglichen Produkten, deren Benutzung auch Spass bereiten soll. Die Teilnehmer kennen die grundlegenden Gestaltungsprinzipien des Interaction Designs zur Erstellung interaktiver Produkte. Die Teilnehmer kennen die Grundlagen der menschlichen Informationsverarbeitung und deren Konsequenzen für die Gestaltung interaktiver Produkte. Die Teilnehmer kennen die gängigen Prozessmodelle, Methoden und Werkzeuge zur Erstellung interaktiver Produkte. Die Teilnehmer sind in der Lage eigene Interaktionsdesigns für interaktive Produkte zu erstellen. Die Teilnehmer kennen grundlegende Evaluationsverfahren zur Bewertung interaktiver Produkte.

#### Inhalt

Die Inhalte des Kurses folgen den Empfehlungen des ACM Curriculum Human-Computer-Interaction und der GI FG 2.3.1 Software-Ergonomie:

- Ziele, Prinzipien und Gestaltungsbereiche
- Historische Entwicklung
- Wahrnehmungspsychologie und Informationsverarbeitung
- Anwendungskontexte interaktiver Produkte
- Prozessmodell, Design und Prototyping
- Ein- und Ausgabegeräte, Interaktionstechniken
- Benutzerzentrierter Entwurf

- Evaluation von Gebrauchstauglichkeit
- Kooperative Systeme (Groupware, CSCW)
- Zusammenhänge mit anderen Disziplinen (z.B. Design, Pädagogik, Psychologie)
- Integration in die Software-Entwicklung

Dabei wird eine Auswahl der Themen anhand aktueller wissenschaftlicher Veröffentlichungen genauer erarbeitet und vertieft.

Die erlernten Gestaltungsprinzipien, Methoden, Werkzeuge und Vorgehensweisen werden im Praktikum praktisch angewandt.

#### Literatur

- Preece J., Rogers Y., Sharp H.: Interaction Design, John Wiley & Sons, 2002 ([www.id-book.com](http://www.id-book.com))
- Dahm M.: Grundlagen der Mensch-Computer Interaktion, Pearson Studium, 2006
- Donald A. Norman, The Design of Everyday Things, Currency Doubleday, 1990
- Shneiderman B., Plaisant C.: Designing the User Interface, Addison Wesley, 4nd Edition, 2005

#### Leistungsnachweis

Ein Notenschein für Leistungen in der Vorlesung und im Projekt.

#### Verwendbarkeit

Das Modul ist nicht als Grundlage für weitere Module gedacht. Es bietet sich aber eine Kombination mit dem Modul 1164 "Rechnergestützte Gruppenarbeit" an.

#### Dauer und Häufigkeit

Das Modul dauert 2 Trimester.

Das Modul beginnt jedes Studienjahr jeweils im Wintertrimester. Der Projektanteil wird normalerweise im folgenden Frühjahrstrimester bearbeitet.

Modulname	Modulnummer
IT-Governance	1360

Konto	WPFL Uni-Bereich - MM 2018
-------	----------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Univ.-Prof. Dr. Ulrike Lechner	Wahlpflicht	2

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
180	60	120	6

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
10471	VÜ	IT-Governance	Wahlpflicht	5
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>5</b>

Qualifikationsziele
Die Studierenden lernen zentrale Fragestellungen und wichtige Instrumente der Organisation, Steuerung und Kontrolle der IT und der IT-Prozesse von Organisationen kennen.
Inhalt
<p>Wie kann die IT-Landschaft einer Organisation gestaltet werden? Heute spielt IT in vielen Organisationen eine zentrale Rolle für den Erfolg einer Organisation. Viele Skandale oder Misserfolge lassen sich auch darauf zurückführen, dass die IT die Unternehmensstrategie nicht richtig umsetzt. Beispielsweise haben fehlende Limits für den Börsenhandel bzw. fehlende Instrumente zur Überwachung der Börsengeschäfte und Durchsetzung dieser Limits Banken und ganze Volkswirtschaften in Bedrängnis bringen können. IT-Sicherheit und Privacy sind weitere zentrale Fragestellungen im IT-Betrieb. Hier müssen Regeln genauso wie ihre Umsetzung in der Organisation und ihrer IT geklärt sein. Auch moderne Formen des Betriebs der IT, wie IT-Outsourcing oder Cloud Computing können nur dann erfolgreich sein, wenn die Regeln für den Betrieb der IT klar formuliert, in Verträgen geregelt sind und professionell umgesetzt werden können. Gesetzliche Regelungen stellen sich als schwierig dar und häufig genug „überholt“ die Technologie die Regelungen. Man denke hier an die Diskussionen um die Panorama Dienste von Google und Microsoft genauso wie über die sozialen Netzwerke. Heute geben z.B. für die Finanzwirtschaft Basel II und Sarbanes-Oxley Regeln für den Betrieb der IT vor. IT-Governance ist ein vergleichsweise neues Gebiet der Informatik und Wirtschaftsinformatik, das der zentralen Rolle der IT für Organisationen Rechnung trägt. In diesem Themenfeld gibt es einige zentrale Aufgaben. Die IT mit ihren Prozessen ist so zu gestalten, dass Sie den gesetzlichen Vorgaben entspricht und die Geschäftsstrategie umsetzt. Weitere Aufgaben sind Schaffung von Werten durch IT und die Minimierung von IT-Risiken. IT-Governance soll den Rahmen schaffen, IT-Services effektiv und effizient zu erbringen.</p>

Leistungsnachweis

Notenschein oder mündliche Prüfung von 30min.

Modulname	Modulnummer
Innovationsmanagement Digitaler Medien	1362

Konto	WPFL Uni-Bereich - MM 2018
-------	----------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Univ.-Prof. Dr. Ulrike Lechner	Wahlpflicht	4

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
180	60	120	6

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13621	VÜ	Innovationsmanagement Digitaler Medien	Wahlpflicht	5
<b>Summe (Pflicht und Wahlpflicht)</b>				<b>5</b>

Empfohlene Voraussetzungen
Grundkenntnisse zu den Methoden und Werkzeugen der Wirtschaftsinformatik (wie z.B. im Bachelor Wirtschaftsinformatik vermittelt).
Qualifikationsziele
Die Studierenden lernen Methoden des Innovationsmanagements für IT-Technologie und Informationssysteme kennen und erwerben die Fähigkeit Innovationen und Innovationsprozesse mit den entsprechenden Informationssystemen zu gestalten.
Inhalt
Gegenstand der Veranstaltung sind Methoden des Innovationsmanagements, spezifische Aspekte des Innovationsmanagements in IT-Unternehmen und für Informations- und Kommunikationstechnologie und die Auswirkungen von Innovationen aus technologischer, inhaltlicher und organisatorischer Perspektive.
Leistungsnachweis
Übungsaufgaben mit Präsentation (Notenschein) oder mündliche Prüfung über 30 Minuten. Die Prüfungsmodalitäten werden am Anfang des Trimesters bekanntgegeben.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul dauert 1 Trimester. Das Modul wird jedes zweite Studienjahr angeboten und beginnt jeweils im Frühjahrstrimester

Modulname	Modulnummer
Anerkennung auswärtiger Prüfungsleistung	1528

Konto	WPFL Uni-Bereich - MM 2018
-------	----------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	6

Modulname	Modulnummer
Masterarbeit	2024

Konto	Masterarbeit - MM 2018
-------	------------------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Thomas Wüstrich	Pflicht	3

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
900	0	900	30

Empfohlene Voraussetzungen
Die im Rahmen des Master-Studiums Management und Medien erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen, insbesondere diejenigen aus der Studienrichtung bzw. dem Themenbereich innerhalb derer/dessen die Masterarbeit angefertigt wird. Notwendige Kenntnisse und Kompetenzen zur Erstellung einer schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit, wie sie im Rahmen der Anfertigung einer Bachelorarbeit und von Modulen in der Lehrveranstaltungsform Seminar vermittelt werden.

Qualifikationsziele
In der Master-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. Da der Master-Abschluss den Studierenden Kenntnisse und Fertigkeiten auf hohem wissenschaftlichen Niveau bestätigt, sollen in der Masterarbeit folgende Qualifikationen erworben werden: <ul style="list-style-type: none"> <li>• die systematische Suche und Verarbeitung internationaler Literatur zum aktuellen Forschungsstand des zu bearbeiteten Themas</li> <li>• die Darstellung und Anwendung von Theorien und Modellen zur wissenschaftlichen Analyse der Problemstellung</li> <li>• ggf. die Durchführung einer eigenständigen empirischen Untersuchung sowie deren Auswertung und eine fundierte Schlussfolgerung.</li> </ul>

Inhalt
Die spezifischen Inhalte sind abhängig vom Thema der Master-Arbeit und ergeben sich nach Möglichkeit aus einem anwendungsbezogenen Forschungszusammenhang der Professur. Sie beziehen sich je nach Thema auf die Bereiche Management und Medien.

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.

Leistungsnachweis
Die Masterarbeit sollte etwa 60 Seiten umfassen. Die Masterarbeit kann in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden. Prüfungsrechtliche Bestimmungen ergeben sich aus der SPOMM/Ma.

Verwendbarkeit
Grundlage vielfältiger wissenschaftlicher und beruflicher Tätigkeiten.
Dauer und Häufigkeit
Die Regelbearbeitungszeit beträgt fünf Monate. Die Vergabe eines Themas erfolgt im 3. Trimester.

Modulname	Modulnummer
Seminar studium plus, Training	1008

Konto	Studium+ Master
-------	-----------------

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Zentralinstitut Studium+	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	72	78	5

Qualifikationsziele
<p><b>studium plus-Seminare:</b></p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Durch die Steigerung der Partizipationsfähigkeit wird die mündige Teilhabe an sozialen, kulturellen und politischen Prozessen der modernen Gesellschaft gefördert.</p> <p><b>studium plus-Trainings:</b></p> <p>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.</p> <p>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.</p>
Inhalt
<p><b>Kurzbeschreibung:</b></p>

Die **Seminare** vermitteln Einblicke in aktuelle Themen und neue Wissensgebiete. Sie finden wöchentlich während an einem - mit der jeweiligen Fakultät vereinbarten - Wochentag in den sog. Blockzeiten oder auch am Wochenende statt, wobei den Studierenden die Wahl frei steht.

Die **Trainings** entsprechen den Trainings für Führungskräfte in modernen Unternehmen und finden immer am Wochenende statt.

### **Langbeschreibung:**

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.

Die **studium plus-Trainings** bieten berufsrelevante und an den Themen der aktuellen Führungskräfteentwicklung von Organisationen und Unternehmen orientierte Lerninhalte.

Einen detaillierten und aktualisierten Überblick bietet das jeweils gültige Trainingsangebot von *studium plus*.

### **Leistungsnachweis**

#### **studium 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 im Kurs 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.

#### **studium plus-Trainings:**

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

**Verwendbarkeit**

Das Modul ist für sämtliche Masterstudiengänge gleichermaßen geeignet.

**Dauer und Häufigkeit**

Das Modul dauert 2mal 1 Trimester.

Das Modul findet statt im ersten Studienjahr jeweils im Frühjahrstrimester und im Herbsttrimester.

Als Startzeitpunkt ist das Frühjahrstrimester im 1. Studienjahr vorgesehen.

# Übersicht des Studiengangs: Konten und Module

## Legende:

FT	= Fachtrimester des Moduls
PrFT	= frühestes Trimester, in dem die Modulprüfung erstmals abgelegt werden kann
Nr	= Konto- bzw. Modulnummer
Name	= Konto- bzw. Modulname
M-Verantw.	= Modulverantwortliche/r
ECTS	= Anzahl der Credit-Points

FT	PrFT	Nr	Name	M-Verantw.	ECTS
		<b>7</b>	<b>Pflichtmodule Studienrichtung Journalistik - MM 2018</b>		<b>25</b>
1	2	2000	Journalismusforschung im Medienwandel	J. Pies	10
1	2	2001	Journalistische Kern- und Handlungskompetenzen	S. Kretzschmar	10
1	2	2002	Journalistisches Kolloquium	K. Wied	5
		<b>8</b>	<b>Pflichtmodule Studienrichtung Strategische Kommunikation: Sektorale / Organisationale Ebene - MM 2018</b>		<b>25</b>
1	2	2003	Markt- und Markenkommunikation	C. Rennhak	10
1	2	2004	NPO: Non-Profit- und politische Kommunikation	N. Zowislo-Grünwald	10
3	3	2005	Kampagnen, Krisen- und Issuemangement	N. Zowislo-Grünwald	5
		<b>9</b>	<b>WPFL für beide Studienrichtungen: HAW-Bereich - MM 2018</b>		<b>15</b>
2	2	2010	Führung: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung	R. Kraus	5
2	2	2011	Entscheidungsunterstützung	B. Hu	5
3	3	2012	IT-Projekte	B. Hu	5
2	2	2014	Investition und Finanzierung in Medienunternehmen	M. Sargl	5
3	3	2015	Controlling in Medienunternehmen	M. Sargl	5
3	3	2018	Öffentliche Finanzen in der Demokratie	T. Wüstrich	5
2	2	2019	Angewandte Wirtschaftspolitik	T. Wüstrich	5
2	2	2025	System Dynamics	B. Hu	5
2	2	2026	Unternehmensplanspiel TOPSIM Global Management	G. Hessenberger	5
3	3	2032	Medien und Migration	J. Pies	5
2	2	3465	Die Psychologie des Internets	R. Kraus	5
		<b>10</b>	<b>WPFL Uni-Bereich - MM 2018</b>		<b>15</b>
2	3	1047	IT-Management	U. Lechner	9
4	4	1156	Entwicklung von Geschäftsmodellen	U. Lechner	6
3	4	1164	Rechnergestützte Gruppenarbeit	M. Koch	9
3	4	1167	Mensch-Computer-Interaktion	M. Koch	9
2	2	1360	IT-Governance	U. Lechner	6
4	4	1362	Innovationsmanagement Digitaler Medien	U. Lechner	6
0	0	1528	Anerkennung auswärtiger Prüfungsleistung	N. N.	6
		<b>11</b>	<b>Masterarbeit - MM 2018</b>		<b>30</b>
3	0	2024	Masterarbeit	T. Wüstrich	30
		<b>99MA</b>	<b>Verpflichtendes Begleitstudium plus</b>		<b>5</b>
0	0	1008	Seminar studium plus, Training	. Zentralinstitut Studium+	5

# Übersicht des Studiengangs: Lehrveranstaltungen

## Legende:

FT	= Fachtrimester der Veranstaltung
Nr	= Veranstaltungsnummer
Name	= Veranstaltungsname
Art	= Veranstaltungsart
P/Wp	= Pflicht / Wahlpflicht
TWS	= Trimesterwochenstunden

FT	Nr	Name	Art	P/Wp	TWS
1	20001	1. Theorien des Medienwandels	Vorlesung/Übung	Pf	4
1	20011	Qualitätsjournalismus in Theorie und Praxis	Vorlesung	Pf	4
1	20012	Aktuelle Medienentwicklung: a.) Innovationsjournalismus	Vorlesung/Übung	Pf	2
1	20021	1. Journalistisches Kolloquium: Theorie, Empirie und Praxis des nationalen und internationalen Journalismus (SU)	Seminaristischer Unterricht	Pf	2
1	20031	Markt- und Markenkommunikation	Vorlesung	Pf	6
1	20040	NPO: Non-Profit- und politische Kommunikation	Vorlesung/ Sem.Unterricht/Übung	Pf	4
2	10471	IT-Governance	Vorlesung/Übung	WPf	5
2	20002	2. Praxis des Medienwandels	Vorlesung/Übung	Pf	4
2	20013	Aktuelle Medienentwicklung: b.) E-Publishing	Vorlesung/Übung	Pf	2
2	20022	2. Journalistisches Kolloquium: Theorie, Empirie und Praxis des nationalen und internationalen Journalismus (SU)	Seminaristischer Unterricht	Pf	2
2	20032	Markt- und Markenkommunikation	Vorlesung/Übung	Pf	2
2	20040	NPO: Non-Profit- und politische Kommunikation	Vorlesung/ Sem.Unterricht/Übung	Pf	4
2	20100	Führung: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung	Seminar/Seminarübung	WPf	4
2	20110	Entscheidungsunterstützung	Seminar	WPf	4
2	20140	Investition und Finanzierung in Medienunternehmen	Seminar	WPf	4
2	20190	Angewandte Wirtschaftspolitik	Seminar	WPf	4
2	20250	System Dynamics	Seminar	WPf	4
2	20260	Unternehmensplanspiel TOPSIM Global Management	Seminar, Vorlesung, Übung	WPf	4
2	34650	Die Psychologie des Internets	Seminaristischer Unterricht		4
3	10472	IT-Management	Praktikum	WPf	3
3	11641	Rechnergestützte Gruppenarbeit	Vorlesung/Übung	WPf	3
3	11671	Mensch-Computer-Interaktion	Vorlesung	WPf	3
3	20050	Kampagnen, Krisen- und Issuemanagement	Vorlesung/Übung	Pf	4
3	20120	IT-Projekte	Seminar	WPf	4
3	20150	Controlling in Medienunternehmen	Seminar	WPf	4
3	20181	Öffentliche Finanzen in der Demokratie	Vorlesung/Übung	WPf	2
3	20182	Öffentliche Finanzen in der Demokratie	Übung	WPf	2
3	20321	Theoretische Grundlagen	Vorlesung/Übung	Pf	2
3	20322	Praktische Anwendungen	Übung	Pf	2
4	11561	Entwicklung von Geschäftsmodellen	Vorlesung/Übung	WPf	5
4	11642	Projekt Rechnergestützte Gruppenarbeit	Vorlesung/Übung	WPf	4

4	11672	Projekt Mensch-Computer-Interaktion	Vorlesung/Übung	WPf	4
4	13621	Innovationsmanagement Digitaler Medien	Vorlesung/Übung	WPf	5

