

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Wirtschaft, Markt und Medien 2		o6-MK-WMM2-102-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in der Professur für Medien- und Wirtschaftskommunikation		Institut Mensch-Computer-Medien
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
8	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--
Inhalte		
Das Modul bietet im Rahmen eines Seminars wahlweise eine Vertiefung in der externen oder internen Unternehmenskommunikation an. Aufbauend auf den Inhalten der beiden Vorlesungen im Modul Wirtschaft, Markt und Medien 1 werden somit entweder Aspekte des Marketing, der Werbung und der Public Relations oder Aspekte der Arbeits- und Organisationspsychologie vertieft.		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
Die Studierenden lernen aufbauend auf den Inhalten der beiden Vorlesungen im Modul Wirtschaft, Markt und Medien 1 konkrete Anwendungsfelder und Handlungsabläufe der externen oder internen Unternehmenskommunikation kennen. Die in diesem Modul erworbenen Kompetenzen sollen den Studierenden zudem ermöglichen, in flexibler Weise auf den Bedarf des Arbeitsmarkts in diversen medialen Handlungsfeldern zu reagieren.		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S + T (keine Angaben zu SWS und Sprache verfügbar)		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) mündliche Einzelprüfung (ca. 30 Min.) oder b) Referat (15-30 Min.) mit Verschriftlichung (10-15 S.) oder c) Hausarbeit (ca. 20 S.) oder d) Portfolio (max. 20 S.) Prüfungssprache: Deutsch, Englisch		
Platzvergabe		
--		
weitere Angaben		
--		
Arbeitsaufwand		
--		
Bezug zur LPO I		
--		
Verwendung des Moduls in Studienfächern		
Bachelor (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2012) Bachelor (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2010)		