

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Wirtschaft, Markt und Medien 2		06-MK-WMM2-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in der Professur für Medien- und Wirtschaftskommunikation		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
8	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	grundständig	--
<b>Inhalte</b>		
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.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
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.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2) + T (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
a) Klausur (ca. 80 Min.) oder b) mündliche Prüfung (20 Min.) oder c) Hausarbeit (ca. 15-20 S.) oder d) Portfolio (ca. 20 S.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Bachelor (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)		