

Modulbezeichnung		Kurzbezeichnung
Produktion eines crossmedialen Wirtschaftsmagazins		12-M-PS-152-m01
Modulverantwortung		anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, Geld und internationale Wirtschaftsbeziehungen		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--
Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--
Inhalte		
<p>Der Kurs vermittelt praktische Kenntnisse zur journalistischen, technischen und redaktionellen Erstellung wirtschaftsjournalistischer crossmedialer Produkte. Die Studierenden erstellen redaktionell ein crossmediales Magazin mit Bezug zum Thema Wirtschaft. Im Mittelpunkt steht die praktische Umsetzung für unterschiedliche Publikationskanäle innerhalb eines crossmedialen Redaktionsteams. Es werden Techniken der Themenfindung, der Recherche (insbesondere die Auseinandersetzung mit externen Recherchequellen und fremden Inhalten), die Textproduktion und deren Aufbereitung für Print, Audio, TV und Online erlernt und praktisch eingesetzt. Die Besonderheiten der verschiedenen Medien und die besonderen journalistischen Darstellungsformen, die hier eingesetzt werden, werden ebenfalls aufgezeigt und eingeübt.</p>		
Qualifikationsziele / Kompetenzen		
<p>In diesem Seminar wird die inhaltlich-konzeptionelle Umsetzung eines PMagazins erlernt und praktisch crossmedial umgesetzt. Die Studierenden erlernen in diesem Projekt selbst tagesaktuell, reflektiert und rezipientenorientiert wirtschaftsjournalistische Artikel, Hörfunk- und TV-Beiträge zu produzieren. Darüber hinaus werden Handwerksmittel zur Gestaltung und Umsetzung unterschiedlicher Medienprodukte erlernt.</p>		
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2)		
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<p>Dokumentation der Mitarbeit im Redaktionsteam sowie der Einsätze und Beiträge. Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch</p>		
Platzvergabe		
<p>20 Plätze. Die Teilnehmerzahl ist auf max. 20 begrenzt, wovon bis zu 12 Plätze an Studierende des Masterstudienfachs Economics sowie bis zu 8 Plätze an Studierende des Masterstudienfachs Medienkommunikation vergeben werden. Übersteigt die Zahl der Bewerbungen die Zahl der freien Plätze, so erfolgt deren Verteilung nach folgenden Kriterien: 1. Die Bewerber und Bewerberinnen werden gemäß der Abschlussnote ihres einschlägigen ersten berufsqualifizierenden Studienabschlusses in aufsteigender Reihenfolge gelistet. 2. Die Zuweisung der Plätze erfolgt anhand dieser Reihenfolge. Bei Gleichstand entscheidet das Los. 3. Nachträglich freiwerdende Plätze werden verlost. 4. Etwaige Restplätze des Masterstudienfachs Economics werden dem Masterstudienfach Medienkommunikation zur Verfügung gestellt. Etwaige Restplätze des Masterstudienfachs Medienkommunikation werden an das Masterstudienfach Political and Social Studies übergeben. Werden sie dort (nach Durchführung eines Losverfahrens) nicht oder nicht vollständig in Anspruch genommen, so werden sie dem Masterstudienfach Economics zur Verfügung gestellt. Das Auswahlverfahren wird einmal im Jahr zu Beginn des Wintersemesters einheitlich für die Module 12-M-WJ1, 12-M-WJ2, 12-M-WJ3, 12-M-WJ4, 12-M-PS, 12-M-WPS und 12-M-SWJ durchgeführt. Erhält ein Bewerber oder eine Bewerberin dabei einen Teilnehmerplatz, so ist er oder sie zur Teilnahme an allen diesen Modulen zugeordneten Lehrveranstaltungen und zur Ablegung der dazugehörigen Prüfungen (nach gesonderter Anmeldung) berechtigt.</p>		
weitere Angaben		
--		
Bezug zur LPO I		
--		
Verwendung des Moduls in Studienfächern		



Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)

JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 07.11.2020 • Moduldatensatz 123460