Julius-Maximilians-
UNIVERSITÄT
WÜRZBURG

Modulhandbuch

für das Studienfach

Medienkommunikation

als 1-Fach-Master

mit dem Abschluss "Master of Science"

(Erwerb von 120 ECTS-Punkten)

Prüfungsordnungsversion: 2016
verantwortlich: Fakultät für Humanwissenschaften
verantwortlich: Institut Mensch-Computer-Medien

Inhaltsverzeichnis

Bereichsgliederung des Studienfachs 3
Qualifikationsziele / Kompetenzen 4
Verwendete Abkürzungen, Konventionen, Anmerkungen, Satzungsbezug 7
Pflichtbereich 8
Entertainment 9
Marketing and Strategic Communication 10
Online and Mobile Communication 11
Multimedia Applications 12
Advanced Studies 1 13
Advanced Studies 2 14
Research Project 15
Methods 1 16
Methods 2 17
MK On the Job 18
Praktikum MK 19
Wahlpflichtbereich 20
Einführung in die Mensch-Computer-Interaktion für Medienkommunikation 21
Digital Humanities im Überblick 22
Vertiefung User Experience 24
Aktuelle Trends der Mensch-Computer-Systeme 26
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre für Nicht-Wirtschaftswissenschaftler/-innen 27
Integrierte Geschäftsprozesse 29
eBusiness 31
Forward und Reverse Business Engineering 32
Personal und Organisation 34
Innovationsmanagement 36
Entrepreneurship 38
Mobile and Ubiquitous Systems 40
Deutsches und europäisches Markenrecht 42
Urheberrecht und Grundzüge gewerblichen Rechtsschutzes mit europäischen Bezügen 43
Psychologie 1 45
Psychologie 2 46
Psychologie 3 47
Professionelles Projektmanagement in der Praxis 48
Recherche und Journalistische Darstellungsformen im crossmedialen Wirtschaftsjournalismus 1 49
Recherche und Journalistische Darstellungsformen im crossmedialen Wirtschaftsjournalismus 2 51
Produktion eines crossmedialen Wirtschaftsmagazins 53
Europäische Makropolitik 55
Wettbewerbspolitik in Europa 57
Geldpolitik und Finanzsystem 59
Geldpolitik, Devisenmärkte und internationales Währungssystem 61
Europäische Wirtschaftsstatistik 63
Europäische Finanzpolitik 64
Ökonomie des Arbeitsmarktes 66
Handelspolitik und Welthandelsordnung 67
International Trade and the Multinational Firm 69
Abschlussbereich 71
Master-Thesis Medienkommunikation 72

Bereichsgliederung des Studienfachs

Bereich / Unterbereich	ECTS-Punkte	ab Seite
Pflichtbereich	75	8
Wahlpflichtbereich	15	20
Abschlussbereich	30	71

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Berufsziele

Im viersemestrigen Masterstudiengang (akademischer Grad: „Master of Science, M.Sc.“) werden die im Bachelorstudiengang erworbenen grundlegenden Fähigkeiten und Kenntnisse der Medienkommunikation vertieft und erweitert. Die Studierenden erlangen die Fähigkeit, eigenständig nach wissenschaftlichen Methoden zu arbeiten und werden auf die Berufspraxis vorbereitet. Das Studium versieht die Studierenden mit einer Berufsfeldqualifikation für ein breites Spektrum an Handlungsfeldern in Organisationen, Institutionen und in der Privatwirtschaft, beispielsweise in den Bereichen Forschung, Medien, Öffentlichkeitsarbeit und strategische Kommunikation, Bildung, Kultur und Unterhaltung. Die Berufsfelder beziehen sich unter anderem auf

- die Lehre an Schulen, Hochschulen und Universitäten
- die Forschung in universitären und außeruniversitären Forschungseinrichtungen
- eine Tätigkeit im Medienbereich und in der Öffentlichkeitsarbeit oder dem Marketing, etc.
- Unternehmenskommunikation (intern und extern) Personal
- Medienproduktion (Film, Radio, TV, Games, Social Media, Entertainment etc.)
- Tätigkeiten in der Weiterbildung
- Tätigkeiten in der Bildungsevaluation
- Digitalisierungsprozesse
- Tätigkeit im öffentlichen Dienst

Nach unserer bisherigen Erfahrung sind die Einstellungsaussichten von Absolvent:innen der Medienkommunikation sehr gut.

Qualifikationsziele

Nach erfolgreichem Abschluss des Studiums verfügen die Absolvent:innen über die folgenden Kompetenzen:

- Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über fortgeschrittene methodische Kompetenzen, nicht nur in theoretischer Hinsicht, sondern vermittelt über Praktika auch in der Anwendung in der Forschung und in der außeruniversitären Berufspraxis.
- Sie verfügen in einem der vier Schwerpunkt Strategische Kommunikation, Entertainment, Multimedia Applications oder Online und Mobilkommunikation über umfassende Kenntnisse auf dem aktuellen wissenschaftlichen Stand.
- Sie sind in der Lage, ihre methodischen Fähigkeiten selbstständig auf wissenschaftliche Fragestellungen anzuwenden, Untersuchungen zu planen, durchzuführen und auszuwerten.
- Sie sind in der Lage, die eigenen methodischen Fähigkeiten zu erweitern und sich anhand von Primärliteratur, insbesondere in englischer Sprache, in den aktuellen Forschungsstand zu einer Forschungsfrage einzuarbeiten.
- Sie sind in der Lage, unter Anwendung der wissenschaftlichen Arbeitsweise und unter Beachtung der Regeln guter wissenschaftlicher Praxis psychologische Fragestellungen selbstständig zu bearbeiten und die Ergebnisse ihrer Arbeit darzustellen, zu bewerten und zu vertreten.
- Sie verfügen über grundlegendes Wissen in nicht originär in der Medienkommunikation vertretenen Disziplinen, die aber relevant für Medienforschung und die Berufspraxis sind oder Tätigkeitsfelder für Absolvent:innen bieten, wie z.B. Volks- und Betriebswirtschaftliche Inhalte, Informatik oder Psychologie.
- Sie besitzen die Fähigkeit, als Absolvent:innen der Medienkommunikation in interdisziplinär zusammengesetzten Teams mitzuwirken oder diese zu leiten.

Wissenschaftliche Befähigung

- Die Absolvent:innen verfügen über ein breites, detailliertes und kritisches Verständnis der zentralen Theorien und Prinzipien in einem der vier Schwerpunkte, das den Stand der Fachliteratur sowie vertiefendes Wissen zum aktuellen Stand der Forschung einschließt.
- Die Absolvent:innen verfügen über vertiefte Kenntnisse der forschungsmethodischen und theoretischen Bereiche der Medienkommunikation und können auf dieses fundierte Wissen zur Erlangung neuer Erkenntnisse zurückgreifen.
- Die Absolvent:innen besitzen ein differenziertes Methodeninventar, um empirische Fragestellungen strukturieren, analysieren und durchführen zu können.
- Die Absolvent:innen verfügen über einen erweiterten Überblick über Bereiche der Medienkommunikation und sind in der Lage, Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und Lehrmeinungen (wissenschafts-)theoretisch zu definieren und zu interpretieren.
- Die Absolvent:innen kennen angrenzende Gebiete der Psychologie sowie interdisziplinäre Zusammenhänge und entwickeln auf der Grundlage des Wissens und Verstehens eigenständige anwendungs- und forschungsorientierte Ideen.
- Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über Kenntnisse des aktuellen Forschungsstandes in mindestens einem Schwerpunktbereich der Medienkommunikation und wenden diese Fähigkeiten und Kenntnisse an, indem sie innerhalb dieses Schwerpunkts selbstständig Projekte mitentwickeln. Sie können ihr Wissen und Verstehen sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anwenden, die in einem breiteren oder multidisziplinären Zusammenhang mit der Medienkommunikation stehen.
- Die Absolvent:innen sind in der Lage, mit Fachvertretern auf dem aktuellen Stand der Forschung medienkommunikative Fragestellungen zu diskutieren.
- Die Absolvent:innen sind in der Lage, sich anhand von Primärliteratur, insbesondere in englischer Sprache, in den aktuellen Forschungsstand eines Schwerpunktgebiets einzuarbeiten, diesen zu reflektieren und daraus eigenständige Frage- und Problemstellungen abzuleiten.

Befähigung zur Aufnahme einer Erwerbstätigkeit

- Die Absolvent:innen schätzen die eigenen Fähigkeiten ein, nutzen sachbezogene Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten autonom und entwickeln diese unter Anleitung weiter, in dem sie unter Anwendung der wissenschaftlichen Arbeitsweise und unter Beachtung der Regeln guter wissenschaftlicher Praxis medienkommunikative Fragestellungen und die Ergebnisse ihrer Arbeit öffentlich vertreten.
- Die Absolvent:innen begründen das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen und reflektieren es hinsichtlich alternativer Entwürfe.
- Die Absolvent:innen verfügen über ein breites Wissen über ihr Studienfach hinaus. Sie haben grundlegendes Wissen in nicht originär medienkommunikativen Disziplinen, die aber relevant für Medienforschung und Berufspraxis sind oder Tätigkeitsfelder für die Absolvent:innen bieten.

Persönlichkeitsentwicklung

- Die Absolvent:innen kommunizieren und kooperieren mit anderen Fachvertreterinnen und Fachvertretern, um eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen und binden Beteiligte unter Berücksichtigung der jeweiligen Gruppensituation zielorientiert in Aufgabenstellungen ein.
- Die Absolventinnen und Absolventen kennen die Regeln guter wissenschaftlicher Praxis und reflektieren ihr berufliches Handeln in Bezug auf diese.
- Die Absolvent:innen verfügen über die Fähigkeit, eigenverantwortlich und selbstständig zu arbeiten. Auch in einem internationalen Umfeld sind sie in der Lage, neue Themen selbstständig zu erschließen und Kontakte zu knüpfen.

Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement

- Die Absolvent:innen können gesellschaftlich relevante Fragestellungen und Entwicklungen der Medienkommunikation (z. B. im Bereich Bildung, Recht, Arbeitswelt, Technikfolgenabschätzung

…) kritisch reflektieren und deren Auswirkungen auf die Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Politik erfassen und entwickeln ihr berufliches Handeln weiter.

- Die Absolvent:innen können ihr Wissen bezüglich wirtschaftlicher, (bildungs-)politischer, gesellschaftlicher, naturwissenschaftlicher, kultureller etc. Fragestellungen erweitern und begründet Position beziehen.
- Die Absolvent:innen haben die Bereitschaft und Fähigkeit entwickelt, ihre Kompetenzen in partizipative Prozesse einzubringen und aktiv an Entscheidungen mitzuwirken.

Verwendete Abkürzungen

Veranstaltungsarten: **E** = Exkursion, **K** = Kolloquium, **O** = Konversatorium, **P** = Praktikum, **R** = Projekt, **S** = Seminar, **T** = Tutorium, **Ü** = Übung, **V** = Vorlesung

Semester: **SS** = Sommersemester, **WS** = Wintersemester

Bewertungsarten: **NUM** = numerische Notenvergabe, **B/NB** = bestanden / nicht bestanden

Satzungen: **(L)ASPO** = Allgemeine Studien- und Prüfungsordnung (für Lehramtsstudiengänge), **FSB** = Fachspezifische Bestimmungen, **SFB** = Studienfachbeschreibung

Sonstiges: **A** = Abschlussarbeit, **LV** = Lehrveranstaltung(en), **PL** = Prüfungsleistung(en), **TN** = Teilnehmende, **VL** = Vorleistung(en)

Konventionen

Sofern nichts anderes angegeben ist, ist die Lehrveranstaltungs- und Prüfungssprache Deutsch, der Prüfungsturnus ist semesterweise, es besteht keine Bonusfähigkeit der Prüfungsleistung.

Anmerkungen

Gibt es eine Auswahl an Prüfungsarten, so legt die Dozentin oder der Dozent in Absprache mit der/dem Modulverantwortlichen bis spätestens zwei Wochen nach LV-Beginn fest, welche Form für die Erfolgsüberprüfung im aktuellen Semester zutreffend ist und gibt dies ortsüblich bekannt.

Bei mehreren benoteten Prüfungsleistung innerhalb eines Moduls werden diese jeweils gleichgewichtet, sofern nachfolgend nichts anderes angegeben ist.

Besteht die Erfolgsüberprüfung aus mehreren Einzelleistungen, so ist die Prüfung nur bestanden, wenn jede der Einzelleistungen erfolgreich bestanden ist.

Satzungsbezug

Muttersatzung des hier beschriebenen Studienfachs:

ASPO2015

zugehörige amtliche Veröffentlichungen (FSB/SFB):

01.06.2016 (2016-78)

05.04.2017 (2017-16)

Dieses Modulhandbuch versucht die prüfungsordnungsrelevanten Daten des Studienfachs möglichst genau wiederzugeben. Rechtlich verbindlich ist aber nur die offizielle amtliche Veröffentlichung der FSB/SFB. Insbesondere gelten im Zweifelsfall die dort angegebenen Beschreibungen der Modulprüfungen.

Pflichtbereich

(75 ECTS-Punkte)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Entertainment			06-MK-E-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Medienpsychologie		Institut Mensch-Computer-Medien	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Presse, Kino, Radio, Fernsehen und sogar Computer und das Internet stehen teilweise unter dem Verdacht, Nutzer und Rezipienten lediglich zu unterhalten und so einen kritischen, distanzierten, reflektierten Umgang mit Informationen zu untergraben. Entertainment bedroht, nach dieser Auffassung, die Informationsfunktion der Medien. Unterhaltung war bis vor Kurzem ein wissenschaftlich vernachlässigtes Thema. Inzwischen bemüht man sich um ein wissenschaftliches Verständnis von Unterhaltung. Die Veranstaltung gibt einen Überblick zum aktuellen Stand der Beschäftigung mit Unterhaltungsphänomenen zu erarbeiten.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden sollen sowohl ihr Fachwissen im Gegenstandbereich "mediales Entertainment" erweitern als auch ein vertieftes Verständnis für die Entstehung und Logik empirischer Studien in diesem Themenfeld entwickeln.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Prüfungssatz Seminar: a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) mündliche Einzelprüfung (ca. 30 Min.) oder c) Referat (15-45 Min.) und Verschriftlichung (10-15 S.) oder d) Hausarbeit (15-20 S.) oder e) Portfolio (max. 20 S.). Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung	Kurzbezeichnung
Marketing and Strategic Communication	06-MK-SC-162-m01

Modulverantwortung	anbietende Einrichtung
Inhaber/-in der Professur für Medien- und Wirtschaftskommunikation	Institut Mensch-Computer-Medien

ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--

Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--

Inhalte

In dem Seminar beschäftigten sich die Studierenden kreativ mit der Analyse von Marken und dem Entwerfen von Markenpositionierungen und darauf abgestimmten Kommunikationsstrategien. Die Studierenden lernen, wie man mittels strategischer Kommunikation Marken erfolgreich am Markt platzieren kann.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden setzen sich u. a. mit der Markenkommunikation auseinander, wenden das Wissen durch eigene Projekte zur Markenpositionierung an und lernen praxisnah, wie strategische Kommunikation im Bereich von Markenkommunikation eingesetzt wird.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Prüfungssatz Seminar: a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) mündliche Einzelprüfung (ca. 30 Min.) oder c) Referat (15-45 Min.) und Verschriftlichung (10-15 S.) oder d) Hausarbeit (15-20 S.) oder e) Portfolio (max. 20 S.). Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung	Kurzbezeichnung
Online and Mobile Communication	06-MK-ENM-162-m01

Modulverantwortung	anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Instruktionspsychologie und Neue Medien	Institut Mensch-Computer-Medien

ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--

Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--

Inhalte

Das Modul gibt einen Einblick in den aktuellen Forschungsstand zum Lehren und Lernen mittels Neuer Medien. Es werden hierbei psychologische Theorien und empirische Befunde im Kontext von E-Learning behandelt. Dabei werden vor allem innovative Lernarrangements wie z.B. pädagogische Agenten, virtuelle Tutoren, personalisierte Lernumgebungen oder Augmented Reality betrachtet. Die Inhalte werden mittels aktueller Originalarbeiten, Reviews und Metaanalysen von den Studierenden erarbeitet und kritisch reflektiert.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden kennen den aktuellen Forschungsstand zu verschiedenen E-Learning-Formaten. Sie sind in der Lage, empirische Originalarbeiten zu verstehen, die Ergebnisse kritisch zu reflektieren und einzuordnen und die Forschungsbefunde auf praktische Fragestellungen zu übertragen. Die Studierenden verfügen dadurch über eine Grundlage, um selbst Forschungsfragen im Bereich der Instruktionspsychologie zu entwickeln und die Qualität von konkreten E-Learning-Maßnahmen aus einer Forschungsperspektive heraus zu bewerten.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Prüfungssatz Seminar: a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) mündliche Einzelprüfung (ca. 30 Min.) oder c) Referat (15-45 Min.) und Verschriftlichung (10-15 S.) oder d) Hausarbeit (15-20 S.) oder e) Portfolio (max. 20 S.). Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Multimedia Applications			06-MK-IM-162-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/-in der Professur für Medieninformatik		Institut Mensch-Computer-Medien	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Das Modul vermittelt vertiefende Kenntnisse zur Konzeptionierung und Implementierung digitaler Artefakte oder multimedialer Anwendungen im Bereich moderner Mensch-Maschine-Schnittstellen.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden kennen zentrale Konzepte bei der Konzeptionierung und Implementierung neuartiger interaktiver Medien und können diese praktisch anwenden.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Prüfungssatz Seminar: a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) mündliche Einzelprüfung (ca. 30 Min.) oder c) Referat (15-45 Min.) und Verschriftlichung (10-15 S.) oder d) Hausarbeit (15-20 S.) oder e) Portfolio (max. 20 S.). Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Advanced Studies 1			06-MK-AS1-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Alle vier Kern-Professuren im Studiengang Medienkommunikation		Institut Mensch-Computer-Medien	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
10	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Das Modul vermittelt vertiefende Kenntnisse über die Inhalte (Konzepte, Theorie, Empirie und Praxis) der Medienkommunikation. Es kann aus den vier Kernbereichen des Studiengangs ein Bereich (Medienpsychologie Kommunikationswissenschaft, Medieninformatik, Instruktionspsychologie) gewählt werden. Ziel ist es, sich intensiv mit fachspezifischen Inhalten und Studien des gewählten Bereichs auseinander zu setzen.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden sollen sowohl ihr Fachwissen im gewählten Bereich erweitern und vertiefen als auch ein fortgeschrittenes Verständnis für die Entstehung und Logik empirischer Studien des Bereichs entwickeln. Im Fokus steht die intensive und kritische Auseinandersetzung mit fachspezifischer Forschung.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S (4)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Prüfungssatz Seminar: a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) mündliche Einzelprüfung (ca. 30 Min.) oder c) Referat (15-45 Min.) und Verschriftlichung (10-15 S.) oder d) Hausarbeit (15-20 S.) oder e) Portfolio (max. 20 S.). Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

300 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Advanced Studies 2			06-MK-AS2-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Alle vier Kern-Professuren im Studiengang Medienkommunikation		Institut Mensch-Computer-Medien	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
10	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Das Modul vermittelt vertiefende Kenntnisse über die Inhalte (Konzepte, Theorie, Empirie und Praxis) der Medienkommunikation. Es kann aus den vier Kernbereichen des Studiengangs ein Bereich (Medienpsychologie Kommunikationswissenschaft, Medieninformatik, Instruktionspsychologie) gewählt werden. Ziel ist es, sich intensiv mit fachspezifischen Inhalten und Studien des gewählten Bereichs auseinander zu setzen.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden sollen sowohl ihr Fachwissen im gewählten Bereich erweitern und vertiefen als auch ein fortgeschrittenes Verständnis für die Entstehung und Logik empirischer Studien des Bereichs entwickeln. Im Fokus steht die intensive und kritische Auseinandersetzung mit fachspezifischer Forschung.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S (4)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Prüfungssatz Seminar: a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) mündliche Einzelprüfung (ca. 30 Min.) oder c) Referat (15-45 Min.) und Verschriftlichung (10-15 S.) oder d) Hausarbeit (15-20 S.) oder e) Portfolio (max. 20 S.). Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

300 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Research Project			06-MK-RP-162-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Alle vier Kern-Professuren im Studiengang Medienkommunikation		Institut Mensch-Computer-Medien	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
10	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Die Studierenden können aus den vier Kernbereichen des Studiengangs einen Bereich (Medienpsychologie Kommunikationswissenschaft, Medieninformatik, Instruktionspsychologie) wählen, in dem sie ein Forschungsprojekt in Kleingruppen durchführen. Die Studierenden sollen hierbei die erworbenen Kenntnisse, sowohl inhaltlich als auch methodisch und statistisch, anwenden. Im Research Projekt sollen alle Teile eines Forschungsprojekts durchlaufen werden.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden wenden ihr erworbenes Wissen (thematisch, methodisch, statistisch) in der Forschungspraxis durch ein empirisches Forschungsprojekt an und durchlaufen den Forschungsprozess in allen Phasen - von der Idee bis zur Verschriftlichung der Ergebnisse.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

R (4)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Prüfungssatz Projekt: a) Klausur (ca. 100 Min.) oder b) mündliche Einzelprüfung (ca. 30 Min.) oder c) Referat (15-30 Min.) und Verschriftlichung (10-15 S.) oder d) Hausarbeit (15-20 S.) oder e) Portfolio (max. 20 S.).
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

300 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Methods 1			06-MK-ME1-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Alle Professor(inn)en des Instituts Mensch-Computer-Medien		Institut Mensch-Computer-Medien	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Im Modul werden komplexe Datenanalyseverfahren behandelt (z.B. Multivariate Verfahren), die grundlegend in den Forschungsbereichen der Medienkommunikation sind.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden lernen komplexe Datenanalyseverfahren kennen und erweitern somit ihre statistischen Kenntnisse. Die Studierenden sollen einerseits befähigt werden, wissenschaftliche Studien dieser Verfahren zu verstehen und diese Analyseverfahren auch im weiteren Verlauf des Studiums selbst anzuwenden.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Prüfungssatz Seminar: a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) mündliche Einzelprüfung (ca. 30 Min.) oder c) Referat (15-45 Min.) und Verschriftlichung (10-15 S.) oder d) Hausarbeit (15-20 S.) oder e) Portfolio (max. 20 S.). Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Methods 2			06-MK-ME2-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Alle vier Kern-Professuren im Studiengang Medienkommunikation		Institut Mensch-Computer-Medien	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Im Modul werden weiterführende Datenerhebungsmethoden behandelt. Die Studierenden erhalten dadurch einen Einblick über die verschiedene empirische Datenerhebungsverfahren, die im Bereich Medienkommunikation Anwendung finden. Aufbauend auf bestehende Kenntnisse zu "klassischen Erhebungsmethoden" (z.B. schriftlichen Befragungen), werden im Modul u. a. auch innovative Datenerhebungsmethoden (z.B. Eyetracking, physiologische Verfahren) besprochen.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden eignen sich ein umfangreiches Wissen zu den jeweiligen Datenerhebungsmethoden an und vertiefen Ihre Methodenkenntnisse. Zudem sollen die Studierenden innovative Datenerhebungsverfahren kennenlernen.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) mündliche Einzelprüfung (ca. 30 Min.) oder c) Referat (15-45 Min.) und Verschriftlichung (10-15 S.) oder d) Hausarbeit (15-20 S.) oder e) Portfolio (max. 20 S.) oder f) regelmäßige Aufgabenbearbeitung (ca. 60 Std.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch
bonusfähig

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Master (1 Hauptfach) Human-Computer-Interaction (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
MK On the Job			06-MK-JOB-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Alle vier Kern-Professuren im Studiengang Medienkommunikation		Institut Mensch-Computer-Medien	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Im Sinne der "employability" des Studiengans sollen im Modul berufsbezogene Kenntnisse und Kompetenzen vermittelt werden (Verfahren der Bewerber/innen/selektion, Selbstpräsentation im Bewerbungskontext, etc.)

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Berufs- und praxisbezogene Kompetenzen, z.B. Personalauswahl, Selbstpräsentation/Selbstvermarktung

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Prüfungssatz Seminar: a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) mündliche Einzelprüfung (ca. 30 Min.) oder c) Referat (15-45 Min.) und Verschriftlichung (10-15 S.) oder d) Hausarbeit (15-20 S.) oder e) Portfolio (max. 20 S.). Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung	Kurzbezeichnung
Praktikum MK	06-MK-PR-162-m01

Modulverantwortung	anbietende Einrichtung
Inhaber/-in der Professur für Medien- und Wirtschaftskommunikation	Institut Mensch-Computer-Medien

ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
10	bestanden / nicht bestanden	--

Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	Vor Praktikumsbeginn ist eine Genehmigung beim Praktikumsbetreuer einzuholen.

Inhalte

Das Berufspraktikum soll weitere Einblicke in Tätigkeitsfelder der Medien- und Kommunikationsbranche ermöglichen. Dabei sollen die Studierenden ihre im Studium erworbenen Kenntnisse auf Fragestellungen der Praxis anwenden und entsprechend vertiefen. Zudem sollen die Studierenden vor dem Eintritt ins Berufsleben weitere praktische Erfahrungen in Themen- und Tätigkeitsfelder im Bereich Medienkommunikation sammeln.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Ziel des Praktikums ist es, dass die Studierenden ihr im Studium erworbenes Wissen auf die Medienpraxis anwenden. Sie sollen praktische Fertigkeiten aus dem Feld der Medienberufe erlernen und diese vor dem theoretischen Hintergrund ihres Studiums reflektieren.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

P (0)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Praktikumsbericht (ca. 8 S.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

Zusatzangaben zur Dauer: 8 Wochen

Arbeitsaufwand

300 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Wahlpflichtbereich

(15 ECTS-Punkte)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Einführung in die Mensch-Computer-Interaktion für Medienkommunikation			06-MK-EinfMCS-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Prüfungsausschussvorsitzende/-r Bachelor-Studiengang Mensch-Computer-Systeme		Institut Mensch-Computer-Medien	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	grundständig	--	

Inhalte

Das Gebiet der Mensch-Computer-Interaktion beschäftigt sich mit dem Design, der Evaluation und der Implementierung interaktiver Computersysteme. Besonderes Augenmerk liegt auf den grundlegenden psychologischen und physiologischen Eigenschaften der menschlichen Benutzer:innen, den technischen Prinzipien und Modellen heutiger Computersysteme sowie auf den sich daraus ableitenden Randbedingungen der Gestaltung gebrauchstauglicher und menschengerechter Interaktionen mit technischen Systemen. Der Kurs behandelt Themen zur menschlichen Wahrnehmung und Kognition, zum Gedächtnis und zur Aufmerksamkeit, zum Entwurf interaktiver Systeme, zu verbreiteten Evaluationsmethoden, zu Prinzipien von Computersystemen, zu Techniken der Eingabeverarbeitung, zu Schnittstellentechnologien und zu typischen Interaktionsmetaphern, von textbasierten Eingaben über grafische Desktopanwendungen hin zu multimodalen Schnittstellen. Begleitende Praxisaufgaben vermitteln Studierende typische Methoden der Bedarfsanalyse, Prototypentwicklung und Evaluation.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Nach Abschluss des Kurses besitzen die Studierenden ein grundlegendes Verständnis der Entwurfsprinzipien für Schnittstellen zwischen menschlichen Nutzern und Computersystemen. Sie verstehen die Möglichkeiten und Beschränkungen von Technik und Benutzer und die Einsatzmöglichkeiten aktueller Benutzerschnittstellen und sie kennen sich mit den notwendigen Schritten benutzerzentrierten Designs und typischer Entwicklungsansätze aus.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (3)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Klausur (ca. 90 Min.)
Prüfungssprache: Deutsch oder Englisch
bonusfähig

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)

Modulbezeichnung	Kurzbezeichnung
Digital Humanities im Überblick	04-DH-A1-152-m01

Modulverantwortung	anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Computerphilologie und Neuere Deutsche Literaturgeschichte	Lehrstuhl für Computerphilologie und neuere deutsche Literaturgeschichte

ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	bestanden / nicht bestanden	--

Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--

Inhalte

Überblick über das Fach Digital Humanities mit dem Schwerpunkt auf Abstraktion, Formalisierung und Datenmodellierung sowie Textkodierung, digitale Bibliothek und mit typischen Anwendungsbeispielen in geisteswissenschaftlichen Disziplinen.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden kennen die wichtigsten Grundprinzipien der Digital Humanities und haben einen Überblick über das Fach gewonnen.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (2) + T (2)
Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Klausur (ca. 60 Min.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Vor- und Frühgeschichtliche Archäologie (2015)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Vor- und Frühgeschichtliche Archäologie (Nebenfach, 2015)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Digital Humanities (Nebenfach, 2015)
Bachelor (2 Hauptfächer) Vor- und Frühgeschichtliche Archäologie (2015)
Bachelor (2 Hauptfächer) Digital Humanities (2015)
Master (1 Hauptfach) Allgemeine und Angewandte Sprachwissenschaft (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Digital Humanities (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Bachelor (2 Hauptfächer) Klassische Archäologie (2018)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Klassische Archäologie (2018)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Digital Humanities (2018)

Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Digital Humanities (Nebenfach, 2018)
Bachelor (2 Hauptfächer) Digital Humanities (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Europäische Ethnologie/Volkskunde (Nebenfach, 2020)
Bachelor (2 Hauptfächer) Europäische Ethnologie/Volkskunde (2020)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Historische Grundwissenschaften (Nebenfach, 2021)
Bachelor (2 Hauptfächer) Vorderasiatische Archäologie (2022)
Master (1 Hauptfach) Media Entertainment (2022)
Master (1 Hauptfach) Psychologie digitaler Medien (2022)
Master (1 Hauptfach) Allgemeine und Angewandte Sprachwissenschaft (2022)
Bachelor (1 Hauptfach) Deutsch-Französische Studien: Sprache, Kultur, digitale Kompetenz (2022)
Bachelor (2 Hauptfächer) Europäische Ethnologie/Empirische Kulturwissenschaft (2023)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Europäische Ethnologie/Empirische Kulturwissenschaft (Nebenfach, 2023)
Bachelor (1 Hauptfach) Indologie/Südasienstudien (2024)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Indologie/Südasienstudien (2024)
Bachelor (2 Hauptfächer) Digital Humanities (2024)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Digital Humanities (2024)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Digital Humanities (Nebenfach, 2024)

Modulbezeichnung	Kurzbezeichnung
Vertiefung User Experience	06-MCS-VUsEx-152-m01

Modulverantwortung	anbietende Einrichtung
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Psychologische Ergonomie	Institut Mensch-Computer-Medien

ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--

Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--

Inhalte

In diesem Modul werden vertieft Inhalte, Methoden und Anwendungen der User Experience Forschung vermittelt, also der Gestaltung von Mensch-Computer-Systemen hinsichtlich eines guten Erlebens der Benutzer. Anwendungsbeispiele kommen dabei aus dem öffentlichen und privaten Raum, beinhalten z.B. Kundenzufriedenheit, Persuasive Interfaces, Ästhetische Gestaltung und Service Design.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Nach der Teilnahme an diesem Modul können die Studierenden die Prinzipien ausgewählter User Experience Methoden und Domänen benennen und sind in der Lage selbst Benutzungsschnittstellen zu gestalten sowie Studien durchzuführen, um entsprechende Fragestellungen aus dem Bereich der Mensch-System Interaktion zu untersuchen. Des Weiteren können sie die Vor- und Nachteile verschiedener User Experience Methoden erklären, empirische Studien sowie Gestaltungslösungen analysieren und evaluieren.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Für die Vertiefungen MCS ist die Auswahl an Prüfungsformen, wenn nicht anders angegeben, folgendermaßen festgesetzt: a) Klausur (ca. 90 Min.), b) Referat (ca. 20 Min.) und Handout (ca. 5 S.), c) Vorstellung der Projektergebnisse (ca. 30 Min.), d) Referat (ca. 45 Min.), e) mündliche Einzelprüfung (ca. 30 Min.) oder f) Hausarbeit (ca. 10 S.).
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch
bonusfähig

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Bachelor (1 Hauptfach) Mensch-Computer-Systeme (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Bachelor (1 Hauptfach) Mensch-Computer-Systeme (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Bachelor (1 Hauptfach) Mensch-Computer-Systeme (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)
Bachelor (1 Hauptfach) Mensch-Computer-Systeme (2022)

Master (1 Hauptfach) Media Entertainment (2022)
Master (1 Hauptfach) Psychologie digitaler Medien (2022)

Modulbezeichnung	Kurzbezeichnung
Aktuelle Trends der Mensch-Computer-Systeme	06-MCS-AT-152-m01

Modulverantwortung	anbietende Einrichtung
Prüfungsausschussvorsitzende/-r Bachelor-Studiengang Mensch-Computer-Systeme	Institut Mensch-Computer-Medien

ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--

Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--

Inhalte

Das Modul vermittelt eine Einführung in typische wissenschaftliche Forschungsarbeit mit Fokus auf Themen der Mensch-Computer-Systeme. Zu den Inhalten gehören der Umgang mit wissenschaftlichen Medien (Konferenz-Protokolle, Journale, Bücher, etc.) und der Präsentation wissenschaftlicher Inhalte. Studierende suchen und analysieren wissenschaftliche Veröffentlichungen im Bezug auf eine konkrete Forschungsfrage. Bei der Analyse werden relevante Inhalte identifiziert, zu kohärenten Argumentationen zusammengefasst und kritisch hinterfragt. Studierende präsentieren die Ergebnisse ihrer Analyse anderen Teilnehmenden mit einem mündlichen Vortrag.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage, relevante Informationen aus wissenschaftlichen Texten zu verstehen und die wichtigen Kernpunkte zu identifizieren und zu interpretieren. Sie können diese zusammenzufassen und mit anderen Ergebnissen vergleichen und bewerten und die Gesamtergebnisse einer fachnahen Zuhörerschaft präsentieren.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Referat (ca. 20 Min.) mit Handout (ca. 5 S.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch
bonusfähig

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Bachelor (1 Hauptfach) Mensch-Computer-Systeme (2015)
Bachelor (1 Hauptfach) Mensch-Computer-Systeme (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Bachelor (1 Hauptfach) Mensch-Computer-Systeme (2018)
Bachelor (1 Hauptfach) Mensch-Computer-Systeme (2022)
Master (1 Hauptfach) Media Entertainment (2022)
Master (1 Hauptfach) Psychologie digitaler Medien (2022)

Modulbezeichnung	Kurzbezeichnung
Einführung in die Betriebswirtschaftslehre für Nicht-Wirtschaftswissenschaftler/-innen	12-NW-EBWL-152-m01

Modulverantwortung	anbietende Einrichtung
Inhaber/in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensfinanzierung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--

Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--

Inhalte

Die Veranstaltung verfolgt das Ziel, fachfremden Studenten einen Überblick über die Struktur und die Denkweisen der modernen Betriebswirtschaftslehre zu geben. Damit einher geht die beispielhafte Anwendung üblicher Instrumente zur Beschreibung und Lösung von Problemen in ausgewählten Themengebieten des Fachs.

Gliederung

1. Was ist Betriebswirtschaft?
2. Das Menschenbild in der Betriebswirtschaft
3. Optimale Entscheidungen in der Betriebswirtschaftslehre
4. Kooperationsvorteile
5. Koordination üblicher Märkte
6. Marktfehler
7. Koordination in Unternehmen
8. Stakeholder - vs. Shareholder-Value
9. Finanzwirtschaftliche Umsetzung des Shareholder-Value
10. Rechtsformen

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Nach Abschluss des Moduls sollten die Studierenden in der Lage sein, die moderne Betriebswirtschaftslehre als wissenschaftliche Disziplin in ihrer institutionenökonomischen Ausprägung zu beschreiben sowie in ihr verwendete Problemlösungstechniken auf einem dem Charakter einer Einführungsveranstaltung angemessenen Niveau zu beherrschen.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (2) + Ü (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Klausur (ca. 60 Min.)

Platzvergabe

200 Plätze (Los)

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

Lehrturnus: jährlich, WS

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Bachelor (1 Hauptfach) Geographie (2015)

Bachelor (1 Hauptfach) Informatik (2015)
Bachelor (1 Hauptfach) Political and Social Studies (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Bachelor (1 Hauptfach) Informatik (2017)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Bachelor (1 Hauptfach) Informatik (2019)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)
Master (1 Hauptfach) Diversitätsmanagement, Religion und Bildung (2019)
Bachelor (1 Hauptfach) Political and Social Studies (2020)
Bachelor (1 Hauptfach) Geographie (2023)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Integrierte Geschäftsprozesse			12-GP-G-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	grundständig	--	

Inhalte

Die Veranstaltung richtet sich an interessierte Studenten der Studiengänge Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftswissenschaft. Die Veranstaltung gliedert sich in zwei Teile. Im Theorieteil werden die erforderlichen theoretischen Kenntnisse vermittelt, welche die Basis für den praktischen Übungsteil liefern. Hierbei erhält der Student die Möglichkeit, sein erworbenes Wissen mittels Fallstudien der Modellfirma Almika an einem SAP S/HANA praktisch anzuwenden. Dabei werden die verschiedenen Abteilungen Personalwesen, Einkauf, Verkauf, Service, Projektmanagement und Finanzwesen durchlaufen.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Ziel des Kurses ist es, eine Einführung in betriebswirtschaftliche Prozesse eines ERP-Systems (Enterprise Resource Planning) am Beispiel von SAP S/4HANA zu geben. Es werden dabei neben den Grundlagen, Einblicke in die Abläufe und Funktionalitäten gegeben.
Nach Abschluss des Moduls "Integrierte Geschäftsprozesse" können Studierende
1. technische Grundlagen und Betriebsmodelle von ERP-Systemen wiedergeben,
2. den Funktionsumfang von ERP-Systemen verstehen und
3. bestimmte Geschäftsprozesse innerhalb des ERP-Systems SAP Business ByDesign operativ durchführen und verstehen.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (2) + Ü (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) Hausarbeit (ca. 15 S.) oder c) Hausarbeit (ca. 10-15 S.) und Präsentation (ca. 10 Min.); Gewichtung 2:1
bonusfähig

Platzvergabe

15 Plätze. (1) Für Studierende des Bachelor-Studienfachs Wirtschaftsinformatik (B.Sc. mit 180 ECTS) erfolgt keine Begrenzung der Teilnahmeplätze. (2) Für Studierende anderer Studienfächer werden weitere Teilnahmeplätze zur Verfügung gestellt, sofern die entsprechenden Kapazitäten vorhanden sind. Die Verteilung der weiteren Teilnahmeplätze erfolgt studienfachübergreifend in einem einheitlichen Losverfahren. (3) Für sämtliche teilnahmebeschränkten Lehrveranstaltungen des Moduls wird ein gemeinsames Verfahren durchgeführt. (4) Nachträglich freiwerdende Plätze werden verlost.

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Bachelor (1 Hauptfach) Informatik (2015)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftswissenschaft (2015)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2015)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Wirtschaftswissenschaft (Nebenfach, 2015)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2016)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2017)
Bachelor (1 Hauptfach) Informatik (2017)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Bachelor (1 Hauptfach) Informatik (2019)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2019)
Modulstudium (Bachelor) Wirtschaftswissenschaft (2019)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2019)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftswissenschaft (2019)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Wirtschaftswissenschaft (Nebenfach, 2019)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2020)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2021)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2021)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2021)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftswissenschaft (2021)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Wirtschaftswissenschaft (Nebenfach, 2021)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2022)
Bachelor (1 Hauptfach) Künstliche Intelligenz und Data Science (2022)
Exchange Austauschprogramm Wirtschaftswissenschaft (2022)
Bachelor (1 Hauptfach) Künstliche Intelligenz und Data Science (2023)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2023)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2023)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftswissenschaft (2023)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Wirtschaftswissenschaft (Nebenfach, 2023)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
eBusiness			12-EBus-F-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik und Systementwicklung		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	grundständig	--	

Inhalte

E-Business steht für die umfassende, digitale Abwicklung der Geschäftsprozesse zwischen privaten und öffentlichen Unternehmen sowie Institutionen und zu deren Kunden über globale öffentliche und private Netze wie beispielsweise das Internet. Gerade weil die Euphorie für E-Business in den letzten Jahren stark gesunken ist, wird nunmehr sehr viel Wert auf eine nutzenorientierte Einführung solcher Lösungen gelegt. In dieser Vorlesung werden zunächst die tragenden betriebswirtschaftlichen Theorieansätze beleuchtet, ehe dann einzelne Lösungsfacetten wie E-Procurement, E-Shop, E-Marketplace und E-Community ausführlich dargestellt und analysiert werden.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Das Modul vermittelt den Studierenden Kenntnisse über:
(i) E-Procurement
(ii) E-Shop
(iii) E-Marketplace
(iv) E-Community

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (2) + Ü (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) Hausarbeit (ca. 15 S.) oder c) Hausarbeit (10-15 S.) und Präsentation (ca. 10 Min.); Gewichtung 2:1
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Forward und Reverse Business Engineering			12-FRBE-F-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	grundständig	--	

Inhalte

"Business Engineering" bezeichnet die methoden- und modellbasierte Konstruktionslehre für Unternehmen des Informationszeitalters. "Forward" bezeichnet dabei Gestaltungsmethoden (wie z.B. Situationsanalyse, Anforderungsanalyse oder Prozessmodellierung), die eine Neukonzeption zum Ziel haben. Unter "Reverse" werden Ansätze (wie z.B. die Nutzungs- und Prozessanalyse) betrachtet, die eine Verbesserung oder das Re-Design bestehender Strukturen und Abläufe ermöglichen. Typische Gründe für eine kontinuierliche Transformation des Unternehmens sind Marktanforderungen und technologische Innovationpotenziale. Die daraus resultierenden Änderungsanforderungen gilt es in Organisationen, Geschäftsprozessen und Informationssystemen zu implementieren.
Die Veranstaltungen folgt dem Implementierungs-Zyklus einer Unternehmenssoftware aus Sicht eines Projektmitarbeiters. Neben der Vermittlung theoretischer Grundlagen der Adaption werden auch Projektbespiele aus der Praxis diskutiert.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden kennen im Detail den Prozess der Adaption von betriebswirtschaftlichen Softwarebibliotheken. Sie beherrschen die Methoden des Forward Engineering (wie z. B. Situationsanalyse, Anforderungsanalyse, Prozessmodellierung und Business Blueprint) und Reverse Engineering (Reverse Business Engineering) sowie deren Umsetzung in Werkzeugen.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (2) + Ü (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) Hausarbeit (ca. 15 S.) oder c) Hausarbeit (ca. 10-15 S.) und Präsentation (ca. 10 Min.); Gewichtung 2:1
bonusfähig

Platzvergabe

50 Plätze.
Für den Fall, dass die Zahl der Bewerbungen die Zahl der verfügbaren Plätze übersteigt, erfolgt die Verteilung der Teilnahmeplätze nach folgender Maßgabe: (1) Vorrangig werden Bewerberinnen bzw. Bewerber aus dem Bachelor-Studienfach Wirtschaftsinformatik (B.Sc. mit 180 ECTS) berücksichtigt. (2) Verbleibende Plätze stehen Studierenden weiterer Studienfächer zur Verfügung. (3) Sollten bei der Vergabe nach (1) und (2) die vorhandenen Plätze nicht ausreichen, so erfolgt die Zuweisung der Plätze innerhalb dieser Gruppe nach Losverfahren. (4) Für sämtliche teilnahmebeschränkte Lehrveranstaltungen des Moduls wird ein gemeinsames Verfahren durchgeführt. (5) Nachträglich freiwerdende Plätze werden verlost.

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I
--
Verwendung des Moduls in Studienfächern
Bachelor (1 Hauptfach) Informatik (2015)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftswissenschaft (2015)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2015)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Wirtschaftswissenschaft (Nebenfach, 2015)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2016)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2017)
Bachelor (1 Hauptfach) Informatik (2017)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Bachelor (1 Hauptfach) Informatik (2019)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2019)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2019)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftswissenschaft (2019)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Wirtschaftswissenschaft (Nebenfach, 2019)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2020)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2021)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2021)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2021)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftswissenschaft (2021)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Wirtschaftswissenschaft (Nebenfach, 2021)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2022)
Bachelor (1 Hauptfach) Künstliche Intelligenz und Data Science (2022)
Exchange Austauschprogramm Wirtschaftswissenschaft (2022)
Bachelor (1 Hauptfach) Künstliche Intelligenz und Data Science (2023)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2023)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2023)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftswissenschaft (2023)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Wirtschaftswissenschaft (Nebenfach, 2023)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Personal und Organisation			12-P&O-F-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, Personal und Organisation		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	grundständig	--	

Inhalte

Die Vorlesung "Personal" stellt grundlegende Theorien, Schätztechniken und empirische Befunde der Personalökonomie vor.

Inhaltsübersicht

1. Human Resource Management im Unternehmen
2. Die ökonomischen Kalküle von Arbeitgebern und Arbeitnehmern
3. Anreiz- und Entlohnungssysteme
4. Herausforderungen bei der Führung von Teams
5. Information als treibender Faktor der Personalführung
6. Demographische Herausforderungen des HRM

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Ziel der Veranstaltung ist es, die Studierenden in die Lage zu versetzen, grundlegende Theorien, Schätztechniken sowie empirische Befunde im Bereich Personalökonomie und Personalmanagement auf der Basis von Textbüchern und wissenschaftlicher Originalliteratur zu verstehen und anzuwenden.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (2) + Ü (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Klausur (ca. 60 Min.)

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftswissenschaft (2015)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2015)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Wirtschaftswissenschaft (Nebenfach, 2015)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2016)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2016)

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2017)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2019)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2019)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftswissenschaft (2019)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Wirtschaftswissenschaft (Nebenfach, 2019)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2020)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Innovationsmanagement			12-IM-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensgründung und Unternehmensführung		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	grundständig	--	

Inhalte

Dieses theoriebasierte und praxisbezogene Modul vermittelt grundlegende Kenntnisse im Bereich strategisches und Innovationsmanagement. Als Einführungsveranstaltung konzipiert bietet es einen breiten Überblick über diese Themenfelder.

Strategisches Management

(1) Einführung

(2) Strategische Analyse

(3) Geschäftsbereichsstrategie

(4) Unternehmensstrategie

(5) Strategieumsetzung

(6) Strategische Führung

(7) Internationalisierung, Corporate Governance und Corporate Social Responsibility

Innovationsmanagement

(8) Einführung

(9) Quellen von Technologie und Innovation

(10) Entwicklung neuartiger Produkte und Dienstleistungen

(11) Einführung neuartiger Produkte und Dienstleistungen

(12) Technologie- und Innovationsstrategie

(13) Open Innovation

(14) Zusammenfassung und Fragen

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Qualifikationsziele

- Die Rolle von strategischem und Innovationsmanagement verdeutlichen
- Theoretische Konzepte und Wirkungsweisen des strategischen und Innovationsmanagement aufzeigen
- Studierende befähigen, alternative Handlungsoptionen zum strategischen und Innovationsmanagement differenziert einschätzen zu können
- Studierende befähigen, die Grenzen und Risiken des strategischen und Innovationsmanagement zu beurteilen

Kompetenzen

Nach erfolgreicher Teilnahme können Studierende

- die Funktion von strategischem und Innovationsmanagement bei der Schaffung und Verteidigung von Wettbewerbsvorteilen einschätzen
- Konzepte des strategischem und Innovationsmanagement entwickeln und bewerten
- die organisatorischen und managementbezogenen Auswirkungen von strategischem und Innovationsmanagement beurteilen
- eine fundierte Auswahl unter verschiedenen Handlungsoptionen treffen

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (2) + Ü (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Klausur (ca. 60 Min.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftswissenschaft (2015)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2015)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Wirtschaftswissenschaft (Nebenfach, 2015)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2016)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2017)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2019)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Entrepreneurship			12-EPS-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensgründung und Unternehmensführung		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	grundständig	--	

Inhalte

Dieses theoriebasierte und anwendungsorientierte Modul vermittelt Grundkenntnisse im Bereich des Entrepreneurship und bereitet hierdurch auf spätere gründungsbezogene oder gründungsnahe Tätigkeiten vor.

(1) Einführung

(2) Determinanten der Gründungsentscheidung

(3) Identifikation und Verwertung von Geschäftsmöglichkeiten

(4) Geschäftsmodell

(5) Business Plan

(6) Unternehmerische Strategien

(7) Entrepreneurial Finance

(8) Marketing für Unternehmensgründer

(9) Unternehmerische Netzwerke

(10) Schutz geistigen Eigentums

(11) Führung und Teams in Startups

(12) Exit und Failure

(13) Corporate Entrepreneurship und Innovation

(14) Zusammenfassung und Fragen

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Qualifikationsziele

- Die Rolle von Entrepreneurship verdeutlichen
- Theoretische Konzepte und Wirkungsweisen von Entrepreneurship aufzeigen
- Studierende befähigen, alternative, unternehmerische Handlungsoptionen differenziert einschätzen zu können
- Studierende befähigen, unternehmerische Grenzen und Risiken zu beurteilen

Kompetenzen

Nach erfolgreicher Teilnahme können Studierende

- unterschiedliche Ansätze zur Schaffung und Verteidigung von Wettbewerbsvorteilen bei neugegründeten Unternehmen einschätzen
- Entrepreneurship-Konzepte entwickeln und bewerten

- die organisatorischen und managementbezogenen Auswirkungen von Entrepreneurship beurteilen
- eine fundierte Auswahl unter verschiedenen Handlungsoptionen treffen

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (2) + Ü (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Klausur (ca. 60 Min.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftswissenschaft (2015)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2015)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Wirtschaftswissenschaft (Nebenfach, 2015)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2016)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2017)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2019)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung	Kurzbezeichnung
Mobile and Ubiquitous Systems	12-M-MUS-161-m01

Modulverantwortung	anbietende Einrichtung
Inhaber/in des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik und Systementwicklung	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--

Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--

Inhalte

Das Modul gibt einen Überblick über Technologien und betriebswirtschaftliche Anwendungen des Mobile & Ubiquitous Computing. Konzepte und Anwendungen werden anhand zahlreicher Beispiele von mobiler Telekommunikation bis zum Internet der Dinge illustriert. In der begleitenden Übung werden entsprechende Fallstudientexte analysiert und diskutiert.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

- Verstehen der technologischen Grundlagen des Mobile & Ubiquitous Computing

- Analysieren betriebswirtschaftlicher Anwendungen in Prozessen, Produkten/Diensten und Geschäftsmodellen

- Anwenden der erlernten Konzepte auf reale Problemstellungen in einem unternehmerischen Kontext

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

Ü (2) + V (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) mündliche Prüfung (1 TN ca. 15-20 Min., 2 TN ca. 20 Min., 3 TN ca. 30 Min.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch
bonusfähig

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2016)
Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2016)
Master (1 Hauptfach) Business Management (2015)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2016)
Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) China Language and Economy (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Management (2018)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2019)

Master (1 Hauptfach) China Language and Economy (2019)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)
Master (1 Hauptfach) Information Systems (2019)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2021)
Master (1 Hauptfach) China Language and Economy (2021)

Modulbezeichnung	Kurzbezeichnung
Deutsches und europäisches Markenrecht	02-N-P-W06-152-m01

Modulverantwortung	anbietende Einrichtung
Studiendekan/-in Juristische Fakultät	Juristische Fakultät

ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
3	numerische Notenvergabe	--

Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	grundständig	--

Inhalte

Die Vorlesung vermittelt einen Überblick über das Deutsche und Europäische Markenrecht. Neben den Grundlagen des Markenbegriffs und -schutzes nach dem deutschen Markengesetz werden u.a. die Voraussetzungen und Wirkungen der Europäischen Gemeinschaftsmarke nach der Gemeinschaftsmarkenverordnung behandelt. Ferner werden Spezialregelungen des deutschen Markenrechts wie z.B. zu geschäftlichen Bezeichnungen, geographischen Herkunftsangaben sowie zum kennzeichenrechtlichen Schutz von Internet Domains besprochen.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden können markenrechtliche Fragestellungen unter Gesichtspunkten des deutschen und europäischen Rechts analysieren.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Klausur (ca. 120 Min.) oder b) mündliche Prüfung (ca. 15 Min.)
Prüfungsturnus: i.d.R. jährlich, SS

Platzvergabe

Für Studierende des Studiengangs Rechtswissenschaft und des Bachelor-Nebenfachs Privatrecht erfolgt keine Begrenzung der Teilnahmeplätze. Für Studierende anderer Studienrichtungen werden insgesamt 20 Teilnahmeplätze zur Verfügung gestellt. Davon werden 10 Teilnahmeplätze für Studierende im MA Economics zur Verfügung gestellt. Soweit diese aufgrund mangelnder Nachfrage nicht benötigt werden, können die nicht belegten Teilnahmeplätze Studierenden anderer Studienrichtungen zur Verfügung gestellt werden. Für den Fall, dass die Zahl der Bewerbungen die 10 verbleibenden Plätze übersteigt, erfolgt die Verteilung der Plätze wie folgt: Vorrangig werden Bewerber/-innen berücksichtigt, die sich nach nicht bestandener Prüfung aus früheren Jahren bewerben. Die Zuweisung der verbleibenden Plätze erfolgt per Los. Nachträglich freiwerdende Plätze werden im Nachrückverfahren verlost.

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

90 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Privatrecht (Nebenfach, 2015)
Master (1 Hauptfach) Nanostrukturtechnik (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Urheberrecht und Grundzüge gewerblichen Rechtsschutzes mit europäischen Bezügen			02-N-P-W07-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Studiendekan/-in Juristische Fakultät		Juristische Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
2	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	grundständig	--	

Inhalte

Die Veranstaltung behandelt neben den allgemeinen Grundlagen des Gewerblichen Rechtsschutzes den Schutz von Werken nach dem deutschen Urhebergesetz. In einem weiteren Veranstaltungsteil werden das Geschmacksmusterrecht sowie das Patent- und Gebrauchsmusterrecht beleuchtet.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden haben grundlegende Kenntnisse des Gewerblichen Rechtsschutzes und des Urheberrechts erworben. Sie können Problematiken aus diesen Bereichen in den Kontext der deutschen und europäischen Regelungen einordnen.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (1)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Klausur (ca. 120 Min.) oder b) mündliche Prüfung (ca. 15 Min.)
Prüfungsturnus: i.d.R. jährlich, SS

Platzvergabe

Für Studierende des Studiengangs Rechtswissenschaft und des Bachelor-Nebenfachs Privatrecht erfolgt keine Begrenzung der Teilnahmeplätze. Für Studierende anderer Studienrichtungen werden insgesamt 20 Teilnahmeplätze zur Verfügung gestellt. Davon werden 10 Teilnahmeplätze für Studierende im MA Economics zur Verfügung gestellt. Soweit diese aufgrund mangelnder Nachfrage nicht benötigt werden, können die nicht belegten Teilnahmeplätze Studierenden anderer Studienrichtungen zur Verfügung gestellt werden. Für den Fall, dass die Zahl der Bewerbungen die 10 verbleibenden Plätze übersteigt, erfolgt die Verteilung der Plätze wie folgt: Vorrangig werden Bewerber/-innen berücksichtigt, die sich nach nicht bestandener Prüfung aus früheren Jahren bewerben. Die Zuweisung der verbleibenden Plätze erfolgt per Los. Nachträglich freiwerdende Plätze werden im Nachrückverfahren verlost.

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

60 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Privatrecht (Nebenfach, 2015)
Master (1 Hauptfach) Nanostrukturtechnik (2016)
Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Psychologie 1			06-MK-PSY1-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Medienpsychologie		Institut für Psychologie	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Das Modul bietet die Möglichkeit, aus einer definierten Auswahl von Lehrveranstaltungen zu wählen, die die verschiedenen Teilbereiche der Psychologie anbieten - sofern im Rahmen der Zulassungsbeschränkungen ein Zugang ermöglicht werden kann. Das Modul vermittelt so grundlegende Theorien, Methoden und Ergebnisse der verschiedenen Teilbereiche der Psychologie, z.B. der Kognitiven Psychologie, der Sozialpsychologie, der Differentiellen Psychologie oder der Allgemeinen Psychologie.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden kennen grundlegende Theorien, Methoden und Ergebnisse aus dem jeweiligen Teilgebiet der Psychologie und erlangen einen Überblick über die zentralen Fragestellungen und den Gegenstandsbereich der unterschiedlichen psychologischen Bereiche. Neben der Bedeutung für ihre forschungsbezogenen Kompetenzen, lernen sie zudem Bezüge zu anwendungsbezogenen Fragestellungen kennen.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (2) + V (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Klausur (ca. 75 Min.)

Platzvergabe

max. 15 Plätze. Für den Fall, dass die Zahl der Bewerbungen die verfügbaren Plätze übersteigt, erfolgt die Verteilung der Plätze nach Los.

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Psychologie 2			06-MK-PSY2-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Medienpsychologie		Institut für Psychologie	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Das Modul bietet die Möglichkeit, aus einer definierten Auswahl von Lehrveranstaltungen zu wählen, die die verschiedenen Teilbereiche der Psychologie anbieten - sofern im Rahmen der Zulassungsbeschränkungen ein Zugang ermöglicht werden kann. Das Modul vermittelt so grundlegende Theorien, Methoden und Ergebnisse der verschiedenen Teilbereiche der Psychologie, z.B. der Kognitiven Psychologie, der Sozialpsychologie, der Differentiellen Psychologie oder der Allgemeinen Psychologie.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden kennen grundlegende Theorien, Methoden und Ergebnisse aus dem jeweiligen Teilgebiet der Psychologie und erlangen einen Überblick über die zentralen Fragestellungen und den Gegenstandsbereich der unterschiedlichen psychologischen Bereiche. Neben der Bedeutung für ihre forschungsbezogenen Kompetenzen, lernen sie zudem Bezüge zu anwendungsbezogenen Fragestellungen kennen.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (2) + V (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Klausur (ca. 75 Min.)

Platzvergabe

max. 15 Plätze. Für den Fall, dass die Zahl der Bewerbungen die verfügbaren Plätze übersteigt, erfolgt die Verteilung der Plätze nach Los.

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Psychologie 3			06-MK-PSY3-152-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Medienpsychologie		Institut für Psychologie	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
10	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
2 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Das Modul bietet die Möglichkeit, aus einer definierten Auswahl von Lehrveranstaltungen zu wählen, die die verschiedenen Teilbereiche der Psychologie anbieten - sofern im Rahmen der Zulassungsbeschränkungen ein Zugang ermöglicht werden kann. Das Modul vermittelt so grundlegende Theorien, Methoden und Ergebnisse der verschiedenen Teilbereiche der Psychologie, z.B. der Kognitiven Psychologie, der Sozialpsychologie, der Differentiellen Psychologie oder der Allgemeinen Psychologie.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden kennen grundlegende Theorien, Methoden und Ergebnisse aus dem jeweiligen Teilgebiet der Psychologie und erlangen einen Überblick über die zentralen Fragestellungen und den Gegenstandsbereich der unterschiedlichen psychologischen Bereiche. Neben der Bedeutung für ihre forschungsbezogenen Kompetenzen, lernen sie zudem Bezüge zu anwendungsbezogenen Fragestellungen kennen.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (2) + V (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Klausur (ca. 120 Min.)

Platzvergabe

max. 15 Plätze. Für den Fall, dass die Zahl der Bewerbungen die verfügbaren Plätze übersteigt, erfolgt die Verteilung der Plätze nach Los.

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

300 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Professionelles Projektmanagement in der Praxis			10-I=PM-161-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Informatik III		Institut für Informatik	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	Es wird empfohlen, das Modul 10-I=PRJ parallel zu absolvieren.	

Inhalte

Projektziele, Projektauftrag, Projekterfolgskriterien; Businessplan; Umfeldanalyse und Stakeholdermanagement; Initialisierung, Definition, Planung, Durchführung/Steuerung, Abschluss von Projekten; Reporting, Projektkommunikation und -marketing; Projektorganisation, Teambildung und -entwicklung; Chancen- und Risikomanagement; Konflikt- und Krisenmanagement; Change- und Claimmanagement; Vertrags- und Beschaffungsmanagement; Qualitätsmanagement; Arbeitstechniken, Methoden und Tools; Führungskompetenzen und soziale Kompetenzen im Projektmanagement; Programmmanagement, Multiprojektmanagement, Projektportfoliomanagement, PMOs; Besonderheiten von Softwareprojekten; Agiles Projektmanagement/SCRUM; Kombination von klassischen und agilen Methoden.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden verfügen danach über praxisrelevantes Wissen über Themen des Produktionsmanagements und/oder professionellen Projektmanagements. Sie kennen die kritischen Erfolgskriterien und können ein Projekt initiieren, definieren, planen, steuern und nachbetrachten.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Klausur (ca. 60-120 Min.)
Klausur kann nach Ankündigung der Dozentin bzw. des Dozenten zu LV-Beginn durch eine mündliche Einzelprüfung (ca. 20 Min.) oder mündliche Gruppenprüfung (2 TN, ca. 15 Min. je TN) ersetzt werden.
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch
bonusfähig

Platzvergabe

--

weitere Angaben

Mögliche Schwerpunkte für den MA 120 Informatik: SE, IT, IS, ES, LR, HCI.

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Informatik (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
LA Master Gymnasium MINT-Lehramt PLUS im Elitenetzwerk Bayern (ENB) (2016)
Zusatzstudium MINT-Lehramt PLUS im Elitenetzwerk Bayern (ENB) (2016)
Master (1 Hauptfach) Informatik (2017)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Recherche und Journalistische Darstellungsformen im crossmedialen Wirtschaftsjournalismus 1			12-M-WJ1-161-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/in der Professur für Wirtschaftsjournalismus und Wirtschaftskommunikation		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

In diesem Modul steht der Zusammenhang von Angebotseigenschaften mit Nutzenaspekten für den Endkonsumenten und die Geschäftsmodelle seitens der Anbieter im Vordergrund. Ausgehend von den Grundlagen des redaktionellen Arbeitens und professionellen Textmanagements werden die neuen Formen des Kommunikationsmanagements in sozialen Netzwerken dargestellt. Der Fokus in der Vorlesung liegt in dem Einsatz von Social Media in Kampagnen (Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok). Außerdem werden Übungen zu verschiedenen Web 2.0-Anwendungen (z.B. Online-Social-Networks) und zur Erhebung und Interpretation von Online- Marktforschungsdaten durchgeführt. Es wird aber auch die Krisenkommunikation von Unternehmen behandelt insbesondere die Meinungsmachern im Web sowie der Protestkultur im Web.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Mit der Teilnahme an den Modulveranstaltungen erwerben die Studierenden berufsspezifische Fähigkeiten in der Recherche und im Interview. Die Studierenden sind in der Lage Informationen nach Kriterien der Aktualität und Relevanz zu sammeln und zu ordnen. Daneben wird den Studierenden journalistisches Fachwissen vermittelt, sodass die Studierenden die Darstellungsformen Meldung, Nachricht, Bericht und Hintergrundbericht mit ihren medialen Merkmalen und kommunikativen Funktionen in unterschiedlichen Mediengattungen erkennen und selbst erstellen können. Die Studierenden können prototypisch eine Social Media Kampagne konzipieren und gestalten, die redaktionelle und technische Vorgehensweise inklusive Feedback, Response und Kundenbindung beschreiben. Außerdem können die Studierenden für Kommunikationskrisen von Unternehmen Gegenstrategie entwerfen.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Portfolioprüfung (Umfang ca. 20 S.): Interview, Meldung, Nachricht, Bericht und Hintergrundbericht (inkl. Rechercheprotokoll) in verschiedenen Mediengattungen (Text-, Audio- oder Videoformat möglich)
Prüfungsturnus: im Semester der LV
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

20 Plätze.
Die Teilnehmerzahl ist auf max. 20 begrenzt, wovon bis zu 12 Plätze an Studierende des Masterstudienfachs International Economic Policy bzw. Economics sowie bis zu 8 Plätze an Studierende des Masterstudienfachs Medienkommunikation vergeben werden. Die Plätze werden vorrangig an Studierende des Masterfachs International Economic Policy bzw. Economics mit der Vertiefung Wirtschaftsjournalismus oder dem Schwerpunkt Wirtschaftsjournalismus. Bleiben Plätze unbelegt, so können diese an Studierende des Masters Business Management vergeben werden. Übersteigt die Zahl der Bewerbungen die Zahl der freien Plätze, so erfolgt deren Verteilung nach folgenden Kriterien: 1. Die Bewerberinnen und Bewerber 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. Für nachträglich freiwerdende Plätze werden verlost. 4. Etwaige Restplätze des Masterstudienfachs International Economic Policy bzw. Economics werden dem Masterstudienfach Medienkommunikation zur Verfügung gestellt. 5. 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 International Economic Policy bzw. Economics zur Verfügung gestellt.
weitere Angaben
--
Arbeitsaufwand
150 h
Lehrturnus
k. A.
Bezug zur LPO I
--
Verwendung des Moduls in Studienfächern
Master (1 Hauptfach) Business Management (2015) Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Recherche und Journalistische Darstellungsformen im crossmedialen Wirtschaftsjournalismus 2			12-M-WJ2-161-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/in der Professur für Wirtschaftsjournalismus und Wirtschaftskommunikation		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Die Vorlesung benennt einführend relevante Kommunikationsmodelle. Es werden die relevantesten theoretischen Modelle der PR diskutiert. Dabei wird der Mehrwert von Kommunikation für Unternehmen, Wirtschaft, Politik und Wissenschaft erläutert. Es wird auf die Diskrepanz zwischen Journalismus und PR sowie auf die grundlegenden Elemente, Instrumente, Ziele und Formen der PR eingegangen. Das Vorbereiten und Durchführen von Pressegesprächen, Konferenzen, Kampagnen und Events wird systematisch erklärt, die zentralen Aspekte von Corporate Communications werden dargelegt. Die Übung behandelt die praktische Umsetzung journalistischer Stilformen in den verschiedenen Medien und schafft einen Überblick über Möglichkeiten und Konzepte der PR-Arbeit über unterschiedliche Medien und Zielgruppen.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage **PR** und ihre Formen, Elemente sowie Methoden und in einem ganzheitlichen Kontext zu verstehen und anzuwenden. Studierende erlernen Fachkompetenzen im Bereich (Wirtschafts-)Kommunikation hinsichtlich der Reflexion, Argumentation und Austausch als PR-Berater*in in verschiedenen Bereichen. Daneben können Studierende konkrete PR-Instrumente praktisch anwenden und professionell aufbereiten.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S (2) + S (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Portfolioprüfung (Umfang ca. 20 S.): Reportage, Porträt, Kommentar und Glosse (inkl. Rechercheprotokoll) in verschiedenen Mediengattungen (Text-, Audio- oder Videoformat möglich)
Prüfungsturnus: im Semester der LV
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

20 Plätze.
Die Teilnehmerzahl ist auf max. 20 begrenzt, wovon bis zu 12 Plätze an Studierende des Masterstudienfachs International Economic Policy bzw. Economics sowie bis zu 8 Plätze an Studierende des Masterstudienfachs Medienkommunikation vergeben werden. Die Plätze werden vorrangig an Studierende des Masterfachs International Economic Policy bzw. Economics mit der Vertiefung Wirtschaftsjournalismus oder dem Schwerpunkt Wirtschaftsjournalismus. Bleiben Plätze unbelegt, so können diese an Studierende des Masters Business Management vergeben werden. Übersteigt die Zahl der Bewerbungen die Zahl der freien Plätze, so erfolgt deren Verteilung nach folgenden Kriterien: 1. Die Bewerberinnen und Bewerber 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. Für nachträglich freiwerdende Plätze werden verlost. 4. Etwaige Restplätze des Masterstudienfachs International Economic Policy bzw. Economics werden dem Masterstudienfach Medienkommunikation zur Verfügung gestellt. 5. 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 International Economic Policy bzw. Economics zur Verfügung gestellt.

weitere Angaben
--
Arbeitsaufwand
150 h
Lehrturnus
k. A.
Bezug zur LPO I
--
Verwendung des Moduls in Studienfächern
Master (1 Hauptfach) Business Management (2015) Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Produktion eines crossmedialen Wirtschaftsmagazins			12-M-WPS-161-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/in der Professur für Wirtschaftsjournalismus und Wirtschaftskommunikation		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
10	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Online- und Crossmedia Journalismus tragen der aktuellen Medienkonvergenz Rechnung. Im Fokus dieses Seminars stehen die einzelnen Elemente und Phasen der Produktion für die Website, Facebook, Instagram, Twitter und Tiktok vor dem Hintergrund aktueller Trends und Entwicklungen. Daneben behandelt das Seminar aktuelle Trends im Journalismus. Im Fokus stehen neben inhaltlichen Themen auch neue Methoden (bspw. des Storytellings), sowie technische Entwicklungen.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage, die einzelnen Phasen des Online- und Crossmedia-Journalismus zu benennen und an Beispielprojekten durchzuführen, die einzelnen Produktionsstufen zu erklären und zu durchlaufen, Methoden und Werkzeuge für die einzelnen Schritte einzusetzen.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

S (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Portfolioprüfung (Recherche, Reportage, Porträt, Kommentar oder Glosse, Umfang: ca. 5 Min. pro Beitrag)
Prüfungsturnus: im Semester der LV
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

20 Plätze.
Die Teilnehmerzahl ist auf max. 20 begrenzt, wovon bis zu 12 Plätze an Studierende des Masterstudienfachs International Economic Policy bzw. Economics sowie bis zu 8 Plätze an Studierende des Masterstudienfachs Medienkommunikation vergeben werden. Die Plätze werden vorrangig an Studierende des Masterfachs International Economic Policy bzw. Economics mit der Vertiefung Wirtschaftsjournalismus oder dem Schwerpunkt Wirtschaftsjournalismus. Bleiben Plätze unbelegt, so können diese an Studierende des Masters Business Management vergeben werden. Übersteigt die Zahl der Bewerbungen die Zahl der freien Plätze, so erfolgt deren Verteilung nach folgenden Kriterien: 1. Die Bewerberinnen und Bewerber 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. Für nachträglich freiwerdende Plätze werden verlost. 4. Etwaige Restplätze des Masterstudienfachs International Economic Policy bzw. Economics werden dem Masterstudienfach Medienkommunikation zur Verfügung gestellt. 5. 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 International Economic Policy bzw. Economics zur Verfügung gestellt.

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

300 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I
--
Verwendung des Moduls in Studienfächern
Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Europäische Makropolitik			12-M-EMP-161-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/in des Lehrstuhls für VWL, insb. Geld und internationale Finanzmärkte		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Im Einzelnen sieht der Lehrplan wie folgt aus:

I. Ziele der makroökonomischen Politik

II. Die Mechanik der beiden wichtigsten makroökonomischen Modelle

a. Das klassische Modell einer sich selbst stabilisierenden Getreidewirtschaft

b. Das keynesianische Modell einer monetären Wirtschaft mit inhärenter Instabilität

c. Das Finanzsystem und die Banken in den beiden Modellen

III. Die divergierenden politischen Implikationen der beiden Paradigmen

a. Arbeitslosigkeit: Lohnrigiditäten versus Rationierung des Arbeitsmarktes durch den Gütermarkt

b. Staatsverschuldung: Crowding out versus Moderne Geldtheorie (MMT)

c. Inflation: Quantitätstheorie versus Phillipskurve

d. Die Unvereinbarkeit der beiden Welten

IV. Ein einfaches IS/MP/PC-Modell

V. Die Geldpolitik der EZB

a. Das Mandat der EZB und mögliche Zielkonflikte mit der Arbeitslosigkeit und der Finanzstabilität

b. Konventionelle/unkonventionelle Instrumente der EZB / Das Risiko einer fiskalischen Dominanz

c. Die Strategie der EZB und die Klimapolitik

d. Die Gefahr einer Deflation und die Null-Limite

VI. Die schwierige Aufgabe der Koordinierung von 19 unabhängigen nationalen Finanzpolitiken in der WWU

a. Spezifische Herausforderungen aufgrund der fehlenden politischen Integration: Mangelnde Koordinierung versus mangelnde Haushaltsdisziplin

b. Die durch den Stabilitäts- und Wachstumspakt gesetzten Grenzen

c. Die Logik der finanzpolitischen Regeln: Maastricht-Vertrag, Fiskalpakt/Schuldenbremse, Goldene Regel/Reformvorschläge

VII. Spezifische WWU-Themen

a. Ist die WWU ein optimales Währungsgebiet?

b. Die Finanzkrise und die Eurokrise: Die schwache Leistung der EZB bis 2012 und der Paradigmenwechsel von Mario Draghi ("Whatever it takes")

c. Die EZB in der Corona-Krise und die nächste Generation der EU

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Am Ende des Kurses werden die Studierenden ein grundlegendes Verständnis der europäischen Makroökonomie erworben haben.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

Ü (2) + V (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) Hausarbeit (ca. 15 S.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

20 Plätze. Für Studierende der Studiengänge Master Business Management, Master International Economic Policy bzw. Economics, Master Wirtschaftsinformatik, Master Wirtschaftsmathematik und Master Chinese and Economics und Master Chinese Business und Economics erfolgt keine Begrenzung der Teilnehmerplätze. Für andere Studienfächer werden insgesamt 20 Teilnahmeplätze zur Verfügung gestellt, die falls die Nachfrage das Angebot übersteigt, per Losverfahren zugeteilt werden.

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2016)
Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2016)
Master (1 Hauptfach) Business Management (2015)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2016)
Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) China Language and Economy (2016)
Master (1 Hauptfach) Angewandte Humangeographie (2017)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Wettbewerbspolitik in Europa			12-M-WPE-161-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/in des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Industrieökonomik		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Gliederung:
1. Rechtliches Umfeld, Wettbewerbsrecht
2. Marktdefinition
   - Qualitative Methoden
   - Einfache quantitative Methode
   - Hypothetische Monopoltest
3. Horizontale Vereinbarungen und Kollusion: Wiederholte Spiele und Einflussfaktoren auf die Wahrscheinlichkeit von Kollusion
4. Horizontale Fusionen
   - Ökonomische Theorie,
   - Effizienzeffekte
   - Koordinierte Effekte
5. Vertikale Beziehungen und Verträge
   - Ökonomische Analyse von Verträgen
   - "More economic approach"
6. Missbrauch einer beherrschenden Position
   - Klassifizieren von missbräuchlichem Verhalten
   - Ökonomische Analyse von missbräuchlichem Verhalten

Das Modul wird auf Englisch gehalten.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Nach Abschluss des Moduls können Studierende die in der Vorlesung besprochenen fortgeschrittenen Konzepte der Wettbewerbspolitik, einschließlich des Rechtsrahmens, der Modelle und Methoden zur Untersuchung wettbewerbspolitischer Fragen nachvollziehen, sowie die Vorgehensweise der europäischen Wettbewerbspolitik in prominenten Fällen verstehen. Wenn sie mit praktischen Problemen konfrontiert werden, können sie sich auf diese Fälle beziehen und dieselbe Logik auf praktische Beispiele anwenden, indem sie die relevanten ökonomischen Theorien, die zu messenden Größen und Methoden zur Bewertung identifizieren, sowie darauf basierend angemessene Folgerungen für entsprechenden Fälle ableiten. Sie werden das Thema hinreichend verstehen, um sich die darauf aufbauende Literatur in Fachzeitschriften erschließen und sie kritisch hinterfragen zu können.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

V (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Hausarbeit (ca. 15-20 S.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch
bonusfähig

Platzvergabe

20 Plätze. Für Studierende der Studiengänge Master Business Management, Master International Economic Policy bzw. Economics, Master Wirtschaftsinformatik, Master Wirtschaftsmathematik und Master Chinese and Economics und Master Chinese Business und Economics erfolgt keine Begrenzung der Teilnehmerplätze. Für andere Studienfächer werden insgesamt 20 Teilnahmeplätze zur Verfügung gestellt, die falls die Nachfrage das Angebot übersteigt, per Losverfahren zugeteilt werden.

weitere Angaben
--
Arbeitsaufwand
150 h
Lehrturnus
k. A.
Bezug zur LPO I
--
Verwendung des Moduls in Studienfächern
Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2016) Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2016) Master (1 Hauptfach) Business Management (2015) Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2016) Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016) Master (1 Hauptfach) China Language and Economy (2016) Master (1 Hauptfach) Angewandte Humangeographie (2017) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Geldpolitik und Finanzsystem			12-M-EG1-161-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/in des Lehrstuhls für VWL, insb. Geld und internationale Finanzmärkte		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Inhalte und Qualifikationsziele: Das Modul vermittelt Kenntnisse zu Kernthemen der Geldpolitik und aktuellen Zentralbankproblemen und teilt sich in vier Themenabschnitte auf. Im ersten Abschnitt werden grundlegende makroökonomische Konzepte wiederholt. Im zweiten Abschnitt geht es um Kernthemen der Geldtheorie und Geldpolitik. Im dritten Abschnitt wird die Geldpolitik unter Berücksichtigung der Nullzinsgrenze behandelt. Im vierten Abschnitt wird die Verbindung zwischen Geld- und Fiskalpolitik behandelt.

Lehr- und Lernformen: Vorlesung mit Übung

Voraussetzungen für die Teilnahme: Grundlegende Kenntnisse der Mikro- und Makroökonomik. Diese können durch den Besuch von mikro- und makroökonomischen Lehrveranstaltungen im Bachelorstudium erworben worden sein.

Verwendbarkeit: Master International Economic Policy

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten nach dem Europäischen System zur Anrechnung von Studienleistungen – European Credit Transfer System (ECTS) – (Leistungspunkte): Erfolgreiches Absolvieren der Abschlussprüfung

Leistungspunkte und Benotung: 5 ECTS, Benotung auf einer Skala von 1-5 basierend auf der Abschlussprüfung

Häufigkeit des Angebots: Jedes Wintersemester

Arbeitsaufwand: 150 Stunden (Vorlesung + Übung + Nachbereitung)

Dauer: 1 Semester

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden haben mit Abschluss des Moduls ein grundlegendes Verständnis von Theorie und Praxis der Geldpolitik erlernt und können Beispiele aus der Praxis mit geeigneten Modellen analysieren. Somit vermittelt der Kurs Fachkompetenz im Bereich Geldpolitik und Geldtheorie sowie Methodenkompetenz in Bezug auf die Modellierung wirtschaftswissenschaftlicher Zusammenhänge. Die Studierenden sollen in der Lage sein, aktuelle Entwicklungen in der Geldpolitik zu verstehen und gelernte Modelle darauf anzuwenden, um diese Entwicklungen zu analysieren und zu bewerten.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

Ü (2) + V (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) Hausarbeit (ca. 15 S.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

30 Plätze. (1) Für den Fall, dass die Zahl der Bewerbungen die Zahl der verfügbaren Plätze übersteigt, erfolgt die Verteilung der Teilnahmeplätze studienfachübergreifend in einem einheitlichen Losverfahren. (2) Für sämtliche teilnahmebeschränkte Lehrveranstaltungen des Moduls wird ein gemeinsames Verfahren durchgeführt. (3) Nachträglich freiwerdende Plätze werden verlost.

weitere Angaben
--
Arbeitsaufwand
150 h
Lehrturnus
k. A.
Bezug zur LPO I
--
Verwendung des Moduls in Studienfächern
Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2016) Master (1 Hauptfach) Business Management (2015) Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2016) Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016) Master (1 Hauptfach) China Language and Economy (2016) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Geldpolitik, Devisenmärkte und internationales Währungssystem			12-M-EG2-161-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/in des Lehrstuhls für VWL, insb. Geld und internationale Finanzmärkte		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Der Kurs behandelt die folgenden Themen:

Der Devisenmarkt:
Funktionsweise des Devisenmarktes; Markt Struktur, Akteure und Entwicklung des Devisenhandels; Devisentransaktionen; Absicherung und Spekulation am Devisenmarkt.

Wechselkurs-Ökonomie:
Theoretische Ableitung der gedeckten Zinsparität, ungedeckten Zinsparität und der Kaufkraftparität (KKP); Monetärer Ansatz: Monetäres Modell mit flexiblen und rigiden Preisen (Dornbusch's Overshooting Modell); Balassa-Samuelson Effekt; Wechselkursbewertung mit der (KKP) und dem Macroeconomic Balance Approach; Reale Effektive Wechselkurse; Empirische Validität der Wechselkursmodelle; Wechselkurse und die Leistungsbilanz.

Währungs- und Geldpolitik in der offenen Volkswirtschaft:
Klassifikation der Wechselkursregime; Trilemma der Geldpolitik in offenen Volkswirtschaften; historische Entwicklung des internationalen Währungssystems; Interventionen auf dem Devisenmarkt.

Makroökonomische Modellierung in der offenen Volkswirtschaft :
Implikationen des Mundell-Fleming Modells für die Geld- und Fiskalpolitik unter festen und flexiblen Wechselkursen. Implikationen des BMW (IS-MP-PC) Modells für die Geld- und Fiskalpolitik unter festen und flexiblen Wechselkursen. Optimale Währungsräume im BMW Modell und in der Praxis.

Währungskrisen:
Internationale Erfahrungen mit Währungskrisen seit den 1970er Jahren. Modellierung von Währungskrisen im Mundell-Fleming Modell.

Managed-Floating als Lösung des Politik Trilemmas in der offenen Volkswirtschaft.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Mit Abschluss des Kurses haben sich die Studierenden ein fundiertes Verständnis der Funktionsweise des Devisenmarktes, der Treiber von Wechselkursbewegungen und einiger Methoden zur Bewertung von Wechselkursen erarbeitet. Neben einem soliden Verständnis der Wechselkurs-Theorie behandelt der Kurs auch deren praktische Anwendung, z.B. als Anlagestrategie. Im zweiten Teil des Kurses haben die Studierenden die Grundlagen der Geldpolitik in offenen Volkswirtschaften gelernt, inklusive ihrer Zielkonflikte und Risiken wie etwa das Auftreten von Währungskrisen. Die Studierenden werden befähigt diese Themen sowohl auf Basis von theoretischen Modellen, als auch auf Basis der historischen Erfahrungen zu analysieren.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

Ü (2) + V (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) Hausarbeit (ca. 15 S.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe
30 Plätze. (1) Für den Fall, dass die Zahl der Bewerbungen die Zahl der verfügbaren Plätze übersteigt, erfolgt die Verteilung der Teilnahmeplätze studienfachübergreifend in einem einheitlichen Losverfahren. (2) Für sämtliche teilnahmebeschränkte Lehrveranstaltungen des Moduls wird ein gemeinsames Verfahren durchgeführt. (3) Nachträglich freiwerdende Plätze werden verlost.
weitere Angaben
--
Arbeitsaufwand
150 h
Lehrturnus
k. A.
Bezug zur LPO I
--
Verwendung des Moduls in Studienfächern
Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2016) Master (1 Hauptfach) Business Management (2015) Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2016) Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016) Master (1 Hauptfach) China Language and Economy (2016) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung	Kurzbezeichnung
Europäische Wirtschaftsstatistik	12-M-EWS-161-m01

Modulverantwortung	anbietende Einrichtung
Inhaber/in des Lehrstuhls für Ökonometrie	Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät

ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
5	numerische Notenvergabe	--

Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--

Inhalte

Gliederung:
1. Gegenstand und Aufgaben der Wirtschaftsstatistik
2. Das Europäische System der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen
3. Der harmonisierte Verbraucherpreisindex
4. Strukturindikatoren
5. Geld und Kredit in der Europäischen Währungsunion
6. Statistiken der Datenbanken des EuroStat

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden verfügen über ein Verständnis der wichtigsten Indikatoren und Rechnungssysteme der europäischen und deutschen Wirtschaftsstatistik. Sie sind in der Lage, diese Berichtssysteme für die verschiedensten makroökonomischen Fragestellungen und Analysen zu nutzen.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

Ü (2) + V (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) Hausarbeit (ca. 15 S.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2016)
Master (1 Hauptfach) Business Management (2015)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2016)
Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) China Language and Economy (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Europäische Finanzpolitik			12-M-EFP-161-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/in des Lehrstuhls für Finanzwissenschaft		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Der Kurs beschäftigt sich mit den zentralen Finanzwissenschaftlichen Themen in der Europäischen Union. Dazu zählen die Einnahmen und Ausgaben der Union, die Eintritts bzw. Ausscheidungsentscheidung, und spezielle Probleme der Verschuldung, der Steuerkoordination und der Klimapolitik. Die Analyse dieser Fragestellungen erfolgt im Rahmen einfacher ökonomischer Modelle, welche die zentrale Problemstellung abbilden.

Gliederung:

1. Die Europäische Union: Geschichte und Institutionen

2. Das Budget der Europäischen Union

3. Ökonomische Analyse der Brexit Entscheidung

4. Internationale Verschuldung, Finanzkrise und Fiskalische Integration in der EWU

5. Steuerwettbewerb oder Steuerkoordination in Europa?

6. Europäische Klimapolitik: Emissionshandel und Green Deal

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Nach Abschluss des Kurses haben die Studenten einen Einblick in die zentralen finanzwissenschaftlichen Politikfelder, Institutionen und Regelwerke der EU. Sie können mit Hilfe von einfachen theoretischen Modellen wirtschaftspolitische Probleme aufzeigen und analysieren.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

Ü (2) + V (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) Hausarbeit (ca. 15 S.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

20 Plätze. Für Studierende der Studiengänge Master Business Management, Master International Economic Policy bzw. Economics, Master Wirtschaftsinformatik, Master Wirtschaftsmathematik und Master Chinese and Economics und Master Chinese Business und Economics erfolgt keine Begrenzung der Teilnehmerplätze. Für andere Studienfächer werden insgesamt 20 Teilnahmeplätze zur Verfügung gestellt, die falls die Nachfrage das Angebot übersteigt, per Losverfahren zugeteilt werden.

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I
--
Verwendung des Moduls in Studienfächern
Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2016)
Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsinformatik (2016)
Master (1 Hauptfach) Business Management (2015)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2016)
Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) China Language and Economy (2016)
Master (1 Hauptfach) Angewandte Humangeographie (2017)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Ökonomie des Arbeitsmarktes			12-M-OEA-161-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/in des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Arbeitsmarktökonomik		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

The course will be taught in English. So please refer to the description in English

Qualifikationsziele / Kompetenzen

The course will be taught in English. So please refer to the description in English.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

Ü (2) + V (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) Hausarbeit (ca. 15 S.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2016)
Master (1 Hauptfach) Business Management (2015)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2016)
Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) China Language and Economy (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
Handelspolitik und Welthandelsordnung			12-M-TP-161-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/in des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Internationale Ökonomik		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Inhalt

Das Modul skizziert Fakten und Entwicklungslinien des Welthandelssystems und aktuelle handelspolitische Bezüge. Im Hauptteil werden die Wirkungsweise handelspolitischer Instrumente (Zölle, Quoten, u.a.) und Argumente für handelspolitische Eingriffe (Terms-of-Trade-Beeinflussung; Strategische Handelspolitik, Erziehungszoll, Industriepolitik, wirtschaftspolitische Implikationen der „new trade theory“) analysiert. Gegenstand der Veranstaltung sind auch polit-ökonomische Ursachen protektionistischer Politiken und die Logik internationaler Handelsabkommen.

Gliederung

1 Entwicklungslinien des Welthandelssystems, des Welthandels und aktuelle Fragen

2 Handelspolitische Instrumente und ihre Wirkung bei vollkommener Konkurrenz

3 Wettbewerbseffekte der Marktöffnung

4 Heimisches Marktversagen: Handelspolitik als Second-, Third-, oder ...-Best

5 Handelspolitik bei Marktmacht auf den internationalen Gütermärkten

6 Politische Ökonomie, Internationale Integration und das Welthandelssystem

Literatur:

Zentraler Text für viele Abschnitte der Veranstaltung ist:

Helpman, E. und P.R. Krugman (1989). Trade Policy and Market Structure. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

Entwicklungslinien und aktuelle Streitfragen des Welthandelssystems werden in folgenden Büchern übersichtlich und verständlich dargelegt:

Bhagwati, J. (2002). Free Trade Today, Princeton University Press

Bhagwati, J. (2005). In Defense of Globalization. Oxford University Press

Irwin, D. (2020). Free Trade Under Fire, Princeton University Press, 5th Edition (sowie frühere Auflagen, die teilweise noch anderes Material enthalten)

Irwin, D. (1996). Against the Tide. An Intellectual History of Free Trade, Princeton University Press

Die Veranstaltung setzt Grundkenntnisse der Internationalen Ökonomik voraus, die mithilfe folgender beider Lehrbücher aufgefrischt werden können

Krugman, P.R., M. Obstfeld und M. Melitz (2018), International Economics. Theory and Policy. Addison-Wesley, 11th Edition

Caves, R., R.W. Jones und J.A. Frankel (2007), World Trade and Payments. An Introduction. Addison-Wesley, 10th Edition

Neben diesen allgemeinen Hinweisen finden Sie bei jedem Abschnitt der Vorlesung spezifische Literaturangaben.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden erlangen ein kritisches Verständnis für die Vorteile des freien Handels und die bei verschiedenen Gegebenheiten möglicherweise angezeigten wirtschaftspolitischen Argumente. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, aktuelle handelspolitische Fragen kritisch-analytisch einzustufen und ihre Überlegungen verbal und ökonomisch-intuitiv zu präsentieren. Die Studierenden erlangen ebenfalls ein Verständnis für den Aufbau und die Dynamik der Welthandelsordnung.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

Ü (2) + V (2)

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

a) Klausur (ca. 60-120 Min.) oder b) Hausarbeit (ca. 15-20 S.)
Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch

Platzvergabe

--

weitere Angaben

--

Arbeitsaufwand

150 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2016)
Master (1 Hauptfach) Business Management (2015)
Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2016)
Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) China Language and Economy (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Modulbezeichnung			Kurzbezeichnung
International Trade and the Multinational Firm			12-M-ITMF-161-m01
Modulverantwortung		**anbietende Einrichtung**	
Inhaber/in des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Internationale Ökonomik		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
ECTS	**Bewertungsart**	**zuvor bestandene Module**	
5	numerische Notenvergabe	--	
Moduldauer	**Niveau**	**weitere Voraussetzungen**	
1 Semester	weiterführend	--	

Inhalte

Der Kurs wird in Englisch gelesen.

Content

The lecture starts out with theories of international trade based on comparative advantage (Ricardo and Heckscher-Ohlin) followed by theories based on monopolistic and oligopolistic competition to explain intra-industry trade. The final part covers firm heterogeneity and multinational firms. [If time permits the Armington model and the standard neoclassical model will be addressed.]

Outline

I Ricardian Trade Theory

II Heckscher-Ohlin Trade Theory

III New Trade Theory: Intra-Industry Trade, Increasing Returns to Scale, Imperfect Competition

IV Firm Heterogeneity, Trade and FDI

V The Multinational Firm

Literature:

The module draws heavily on articles from scholarly journals and handbooks. A detailed list of references with further references, notably journal articles, is provided with each chapter of the lecture. Material from the following books is also used:

Helpman, E. (2011). Understanding Global Trade. Princeton University Press.

Feenstra, R.C. (2016). Advanced International Trade. Theory and Evidence. Princeton University Press, Second Edition

Caves, R., R.W. Jones and J.A. Frankel (2007). World Trade and Payments. Addison Wesley

Bhagwati, J., A. Panagariya and T. N. Srinivasan (1998). Lectures on International Trade. Second Edition. MIT Press

Gandolfo, G. (1998). International Trade Theory and Policy. Springer-Verlag, Berlin and New York

Markusen, J.R., J.R. Melvin, W.H. Kaempfer, K. E. Maskus (1995). International Trade. McGrawHill

Barba Navaretti, G. and A.J. Venables (2004). Multinational Firms in the World Economy. Princeton University Press

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Der Kurs wird in Englisch gelesen.

The students acquire the ability to critically understand the causes and drivers of world trade and the developments of specialization patterns in the global economy. They learn to analyze, discuss and defend these developments and to apply the tools and methods to evaluate controversies associated with the ongoing deepening of the international division of labor, in particular the repercussions of the global economy on national economies.
Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)
Ü (2) + V (2)
Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)
a) Klausur (ca. 60-90 Min.) oder b) Hausarbeit (ca. 15 S.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch
Platzvergabe
--
weitere Angaben
--
Arbeitsaufwand
150 h
Lehrturnus
k. A.
Bezug zur LPO I
--
Verwendung des Moduls in Studienfächern
Master (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2016) Master (1 Hauptfach) Business Management (2015) Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2016) Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016) Master (1 Hauptfach) China Language and Economy (2016) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

Abschlussbereich

(30 ECTS-Punkte)

Modulbezeichnung	Kurzbezeichnung
Master-Thesis Medienkommunikation	06-MK-MA-152-m01

Modulverantwortung	anbietende Einrichtung
Alle vier Kern-Professuren im Studiengang Medienkommunikation	Institut Mensch-Computer-Medien

ECTS	Bewertungsart	zuvor bestandene Module
30	numerische Notenvergabe	--

Moduldauer	Niveau	weitere Voraussetzungen
1 Semester	weiterführend	--

Inhalte

Im Modul bearbeiten die Studierenden eine Fragestellung aus einem Spezialgebiet der vier Kern-Professuren des Studiengangs. Dabei wenden sie die Standardmethoden des Fachs an. Die Bearbeitungsdauer ist auf einen definierten Zeitraum begrenzt. Betreut werden die Studierenden von einer der vier Kern-Professuren.

Qualifikationsziele / Kompetenzen

Die Studierenden können eine wissenschaftlich relevante Fragestellung identifizieren, den Forschungsstand recherchieren, beschreiben und bewerten, um Forschungsdesiderate und Fragestellungen abzuleiten. Sie erarbeiten einen methodischen Zugang und prüfen Hypothesen/beantworten die Forschungsfrage. Ziel ist ein bedeutsamer Erkenntnisgewinn. Bei empirischen Arbeiten lernen die Studierenden, Daten zur Hypothesentestung zu sammeln und methodisch korrekt auszuwerten. Die Ergebnisse können sie dann nutzen, um die Forschungsfrage zu beantworten. Weiter können die Studierenden wissenschaftliche Arbeiten nach den Anforderungen des Fachs formulieren.

Lehrveranstaltungen (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)

keine LV zugeordnet

Erfolgsüberprüfung (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)

Master-Thesis (ca. 80 S.)
Prüfungsanmeldung fortlaufend nach Rücksprache mit der Betreuerin bzw. dem Betreuer.

Platzvergabe

--

weitere Angaben

Bearbeitungszeit: 6 Monate

Arbeitsaufwand

900 h

Lehrturnus

k. A.

Bezug zur LPO I

--

Verwendung des Moduls in Studienfächern

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)