

Bereichsgegliedertes Modulhandbuch  
für das Studienfach

# Medienkommunikation

als 1-Fach-Master  
mit dem Abschluss "Master of Science"  
(Erwerb von 120 ECTS-Punkten)

Prüfungsordnungsversion: 2015  
verantwortlich: Fakultät für Humanwissenschaften  
verantwortlich: Institut Mensch-Computer-Medien

## 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 Schwerpunktbereichs 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 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):

**13.07.2015 (2015-29)**

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.

## Bereichsgliederung des Studienfachs

Kurzbezeichnung	Modulbezeichnung	ECTS-Punkte	Bewertung	Seite
<b>Pflichtbereich (Erwerb von 80 ECTS-Punkten)</b>				
o6-MK-E-152-m01	Entertainment	5	NUM	18
o6-MK-SC-152-m01	Strategic Communication	5	NUM	31
o6-MK-ENM-152-m01	Education in New Media	5	NUM	20
o6-MK-IM-152-m01	Immersive Media	5	NUM	21
o6-MK-AS1-152-m01	Advanced Studies 1	10	NUM	16
o6-MK-AS2-152-m01	Advanced Studies 2	10	NUM	17
o6-MK-RP-152-m01	Research Project	15	NUM	30
o6-MK-ME1-152-m01	Methods 1	5	NUM	24
o6-MK-ME2-152-m01	Methods 2	5	NUM	25
o6-MK-JOB-152-m01	MK On the Job	5	NUM	22
o6-MK-PR-152-m01	Internship	10	B/NB	26
<b>Wahlpflichtbereich (Erwerb von 10 ECTS-Punkten)</b>				
<b>Allgemeines</b>				
o6-MK-EinfM-CS-152-m01	Einführung in die Mensch-Computer-Interaktion für Medienkommunikation	5	NUM	19
o4-DH-A1-152-m01	Digital Humanities im Überblick	5	B/NB	11
o6-MCS-VUEx-152-m01	Vertiefung User Experience	5	NUM	14
o6-MCS-AkTre1-152-m01	Aktuelle Trends der Mensch-Computer-Systeme	5	NUM	13
12-NW-EBWL-152-m01	Einführung in die Betriebswirtschaftslehre für Nicht-Wirtschaftswissenschaftler/-innen	5	NUM	67
12-GP-G-152-m01	Integrierte Geschäftsprozesse	5	NUM	39
12-Ebus-F-152-m01	eBusiness	5	NUM	33
12-FRBE-F-152-m01	Forward und Reverse Business Engineering	5	NUM	37
12-P&O-F-152-m01	Personal und Organisation	5	NUM	69
12-IM-152-m01	Innovationsmanagement	5	NUM	41
12-EPS-152-m01	Entrepreneurship	5	NUM	35
12-M-MUS-152-m01	Mobile and Ubiquitous Systems	5	NUM	54
o2-N-P-Wo6-152-m01	Deutsches und europäisches Markenrecht	3	NUM	8
o2-N-P-Wo7-152-m01	Urheberrecht und Grundzüge gewerblichen Rechtsschutzes mit europäischen Bezügen	2	NUM	9
o6-MK-PSY1-152-m01	Psychologie 1	5	NUM	27
o6-MK-PSY2-152-m01	Psychologie 2	5	NUM	28
o6-MK-PSY3-152-m01	Psychologie 3	10	NUM	29
10-l=PM-152-m01	Professionelles Projektmanagement in der Praxis	5	NUM	32
<b>Wirtschaftsjournalismus</b>				
12-M-WJ1-152-m01	Recherche und Journalistische Darstellungsformen im crossmedialen Wirtschaftsjournalismus 1	5	NUM	61
12-M-WJ2-152-m01	Recherche und Journalistische Darstellungsformen im crossmedialen Wirtschaftsjournalismus 2	5	NUM	63
12-M-EMP-152-m01	Europäische Makropolitik	5	NUM	49
12-M-WPE-152-m01	Wettbewerbspolitik in Europa	5	NUM	65

12-M-EG1-152-m01	Geldpolitik und Finanzsystem	5	NUM	45
12-M-PS-152-m01	Produktion eines crossmedialen Wirtschaftsmagazins	5	NUM	57
12-M-EG2-152-m01	Geldpolitik, Devisenmärkte und internationales Währungssystem	5	NUM	47
12-M-EWS-152-m01	Europäische Wirtschaftsstatistik	5	NUM	51
12-M-EFP-152-m01	Europäische Finanzpolitik	5	NUM	43
12-M-OEA-152-m01	Ökonomie des Arbeitsmarktes	5	NUM	55
12-M-TP-152-m01	Handelspolitik und Welthandelsordnung	5	NUM	59
12-M-ITMF-152-m01	International Trade and the Multinational Firm	5	NUM	52
<b>Abschlussbereich (Erwerb von 30 ECTS-Punkten)</b>				
o6-MK-MA-152-m01	Master-Thesis Medienkommunikation	30	NUM	23

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Deutsches und europäisches Markenrecht		02-N-P-W06-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Studiendekan/-in Juristische Fakultät		Juristische Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
3	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	grundständig	--
<b>Inhalte</b>		
<p>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.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
Die Studierenden können markenrechtliche Fragestellungen unter Gesichtspunkten des deutschen und europäischen Rechts analysieren.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<p>a) Klausur (ca. 120 Min.) oder b) mündliche Prüfung (ca. 15 Min.) Prüfungsturnus: i.d.R. jährlich, SS</p>		
<b>Platzvergabe</b>		
<p>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.</p>		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
90 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
<p>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)</p>		
1-Fach-Master Medienkommunikation (2015)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 18.04.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Medienkommunikation - 2015	Seite 8 / 70

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
<b>Urheberrecht und Grundzüge gewerblichen Rechtsschutzes mit europäischen Bezügen</b>		02-N-P-W07-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b> anbietende Einrichtung</b>
Studiendekan/-in Juristische Fakultät		Juristische Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
2	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	grundständig	--
<b>Inhalte</b>		
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.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
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.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (1)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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		
<b>Platzvergabe</b>		
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.		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
60 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
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)		
1-Fach-Master Medienkommunikation (2015)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 18.04.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Medienkommunikation - 2015	Seite 9 / 70

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Digital Humanities im Überblick		04-DH-A1-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Computerphilologie und Neuere Deutsche Literaturgeschichte		Lehrstuhl für Computerphilologie und neuere deutsche Literaturgeschichte
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	bestanden / nicht bestanden	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	grundständig	--
<b>Inhalte</b>		
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.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
Die Studierenden kennen die wichtigsten Grundprinzipien der Digital Humanities und haben einen Überblick über das Fach gewonnen.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + T (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Klausur (ca. 60 Min.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
Lehrturnus: jährlich, WS		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
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)		
1-Fach-Master Medienkommunikation (2015)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 18.04.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Medienkommunikation - 2015	Seite 11 / 70

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/Südasiastudien (2024)  
 Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Indologie/Südasiastudien (2024)  
 Bachelor (2 Hauptfächer) Digital Humanities (2024)  
 Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Digital Humanities (2024)  
 Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Digital Humanities (Nebenfach, 2024)  
 Bachelor (1 Hauptfach) Human-Computer-Interaction (2024)  
 Bachelor (1 Hauptfach) Classics (2024)  
 Bachelor (1 Hauptfach, 1 Nebenfach) Europäische Ethnologie/Empirische Kulturwissenschaft (2025)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Aktuelle Trends der Mensch-Computer-Systeme		o6-MCS-AkTre1-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Prüfungsausschussvorsitzende/-r Bachelor-Studiengang Mensch-Computer-Systeme		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	grundständig	--
<b>Inhalte</b>		
keine Inhaltsangabe verfügbar		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
keine Kompetenzbeschreibung verfügbar		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Referat (ca. 20 Min.) mit schriftlicher Ausarbeitung (ca. 12 S.) Prüfungssprache: Deutsch oder Englisch		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Vertiefung User Experience		o6-MCS-VUsEx-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Psychologische Ergonomie		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	grundständig	--
<b>Inhalte</b>		
<p>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.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>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.</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<p>Für die Vertiefungen MCS ist die Auswahl an Prüfungsformen, wenn nicht anders angegeben, folgendermaßen festgesetzt:</p> <p>a) Klausur (ca. 90 Min.) oder  b) Referat (ca. 20 Min.) und Handout (ca. 5 S.) oder  c) Vorstellung der Projektergebnisse (ca. 30 Min.) oder  d) Referat (ca. 45 Min.) oder  e) mündliche Einzelprüfung (ca. 30 Min.) oder  f) Hausarbeit (ca. 10 S.).</p> <p>Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch  bonusfähig</p>		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
Lehrturnus: jedes Semester		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
<p>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)</p>		
1-Fach-Master Medienkommunikation (2015)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 18.04.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Medienkommunikation - 2015	Seite 14 / 70

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)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Advanced Studies 1		06-MK-AS1-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b> anbietende Einrichtung</b>
Alle vier Kern-Professuren im Studiengang Medienkommunikation		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
10	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
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.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
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.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (4)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
300 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Advanced Studies 2		o6-MK-AS2-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Alle vier Kern-Professuren im Studiengang Medienkommunikation		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
10	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
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.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
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.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (4)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
300 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Entertainment		o6-MK-E-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Medienpsychologie		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>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.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>Die Studierenden sollen sowohl ihr Fachwissen im Gegenstandsbereich "mediales Entertainment" erweitern als auch ein vertieftes Verständnis für die Entstehung und Logik empirischer Studien in diesem Themenfeld entwickeln.</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<p>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</p>		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
<p>Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)</p>		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
<b>Einführung in die Mensch-Computer-Interaktion für Medienkommunikation</b>		o6-MK-EinfMCS-152-mo1
<b>Modulverantwortung</b>		<b> anbietende Einrichtung</b>
Prüfungsausschussvorsitzende/-r Bachelor-Studiengang Mensch-Computer-Systeme		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	grundständig	--
<b>Inhalte</b>		
<p>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.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>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.</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (3)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<p>Klausur (ca. 90 Min.) Prüfungssprache: Deutsch oder Englisch bonusfähig</p>		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
<p>Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)</p>		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Education in New Media		06-MK-ENM-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Instruktionspsychologie und Neue Medien		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>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.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>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.</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<p>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</p>		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Immersive Media		o6-MK-IM-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in der Professur für Medieninformatik		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
Das Modul vermittelt einen Einblick in den aktuellen Forschungsstand zu einem aktuellen Thema der Medieninformatik. Dabei werden sowohl wissenschaftliche, gesellschaftliche oder technische Sichtweisen auf digitale Artefakte oder multimediale Anwendungen im Bereich moderner Mensch-Maschine-Schnittstellen beleuchtet.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
Studierende kennen zentrale Konzepte bei der Konzeptionierung und Implementierung neuartiger interaktiver Medien und können diese praktisch anwenden.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
MK On the Job		o6-MK-JOB-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Alle vier Kern-Professuren im Studiengang Medienkommunikation		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
Im Sinne der "employability" des Studiengangs sollen im Modul berufsbezogene Kenntnisse und Kompetenzen vermittelt werden (Verfahren der Bewerber/innen/selektion, Selbstpräsentation im Bewerbungskontext, etc.)		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
Berufs- und praxisbezogene Kompetenzen, z.B. Personalauswahl, Selbstpräsentation/Selbstvermarktung		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Master-Thesis Medienkommunikation		06-MK-MA-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Alle vier Kern-Professuren im Studiengang Medienkommunikation		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
30	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
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.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
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/antworten die Forschungsfrage. Ziel ist ein bedeutender 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.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
keine LV zugeordnet		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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.		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
Bearbeitungszeit: 6 Monate		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
900 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Methods 1		o6-MK-ME1-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Alle Professor(inn)en des Instituts Mensch-Computer-Medien		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
Im Modul werden komplexe Datenanalyseverfahren behandelt (z.B. Multivariate Verfahren), die grundlegend in den Forschungsbereichen der Medienkommunikation sind.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
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.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Methods 2		06-MK-ME2-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Alle vier Kern-Professuren im Studiengang Medienkommunikation		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
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.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
Die Studierenden eignen sich ein umfangreiches Wissen zu den jeweiligen Datenerhebungsmethoden an und vertiefen Ihre Methodenkenntnisse. Zudem sollen die Studierenden innovative Datenerhebungsverfahren kennenlernen.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
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)		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Internship		o6-MK-PR-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b> anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in der Professur für Medien- und Wirtschaftskom- munikation		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
10	bestanden / nicht bestanden	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	Vor Praktikumsbeginn ist eine Genehmigung beim Praktikumsbetreuer einzuholen.
<b>Inhalte</b>		
Das berufsorientierte Praktikum soll Einblicke in Tätigkeitsfelder der Medien- und Kommunikationsbranche er- möglichern. Dabei sollen die Studierenden ihre im Studium erworbenen Kenntnisse auf Fragestellungen der Pra- xis anwenden und entsprechend vertiefen.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
Ziel des Praktikums ist es, dass die Studierenden ihr im Studium erworbenes Wissen auf die Medienpraxis an- wenden. Sie sollen praktische Fertigkeiten aus dem Feld der Medienberufe erlernen und diese vor dem theoretischen Hintergrund ihres Studiums reflektieren.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
P (o)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Praktikumsbericht (ca. 8 S.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
Zusatzangaben zur Dauer: 8 Wochen		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
300 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Psychologie 1		06-MK-PSY1-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Medienpsychologie		Institut für Psychologie
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
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.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
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.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + V (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Klausur (ca. 75 Min.)		
<b>Platzvergabe</b>		
max. 15 Plätze. Für den Fall, dass die Zahl der Bewerbungen die verfügbaren Plätze übersteigt, erfolgt die Verteilung der Plätze nach Los.		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018) Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Psychologie 2		06-MK-PSY2-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Medienpsychologie		Institut für Psychologie
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>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.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>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.</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + V (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Klausur (ca. 75 Min.)		
<b>Platzvergabe</b>		
max. 15 Plätze. Für den Fall, dass die Zahl der Bewerbungen die verfügbaren Plätze übersteigt, erfolgt die Verteilung der Plätze nach Los.		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
<p>Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)  Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)  Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)  Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)</p>		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Psychologie 3		06-MK-PSY3-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Medienpsychologie		Institut für Psychologie
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
10	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
2 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>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.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>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.</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + V (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Klausur (ca. 120 Min.)		
<b>Platzvergabe</b>		
max. 15 Plätze. Für den Fall, dass die Zahl der Bewerbungen die verfügbaren Plätze übersteigt, erfolgt die Verteilung der Plätze nach Los.		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
300 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
<p>Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)  Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2016)  Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2018)  Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2019)</p>		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Research Project		o6-MK-RP-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Alle vier Kern-Professuren im Studiengang Medienkommunikation		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
15	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
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.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
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.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
R (6)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
450 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Strategic Communication		o6-MK-SC-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in der Professur für Medien- und Wirtschaftskom- munikation		Institut Mensch-Computer-Medien
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
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.		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
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.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015) Master (1 Hauptfach) International Economic Policy (2015)		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Professionelles Projektmanagement in der Praxis		10-I=PM-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Informatik III		Institut für Informatik
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	Es wird empfohlen, das Modul 10-I=PRJ parallel zu absolvieren.
<b>Inhalte</b>		
<p>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.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>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.</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<p>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</p>		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
§ 22 II Nr. 3 b)		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
<p>Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015) Erste Staatsprüfung für das Lehramt an Gymnasien Informatik (2015)</p>		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
eBusiness		12-Ebus-F-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik und Systementwicklung		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	grundständig	--
<b>Inhalte</b>		
<p>Das Modul gibt eine Einführung in die Auswirkungen der Digitalisierung auf Branchen, Wertschöpfungsketten und Geschäftsmodelle. Im Vordergrund stehen dabei der Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien zur Neugestaltung überbetrieblicher Integration und der Interaktion mit Endkunden sowie unterstützenden Dienstleistungen (z.B. Zahlungsdienste, Logistik). Die vermittelten Konzepte werden anhand zahlreicher Beispiele u.a. aus dem Handel, der Medien- oder Bankenbranche illustriert.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verstehen ausgewählter technischer Grundlagen der Digitalisierung</li> <li>- Anwenden verschiedener Konzepte und Bezugsrahmen für digitale Prozesse und Geschäftsmodelle</li> <li>- Analysieren der betriebswirtschaftlichen Treiber und Hemmnisse hinter dem Einsatz digitaler Technologien in Organisationen</li> </ul>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
Lehrturnus: Sommersemester		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
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) Bachelor (1 Hauptfach) Wirtschaftsmathematik (2017)		
1-Fach-Master Medienkommunikation (2015)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 18.04.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Medienkommunikation - 2015	Seite 33 / 70

Master (1 Hauptfach) China Business and Economics (2019)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Entrepreneurship		12-EPS-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensgründung und Unternehmensführung		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	grundständig	--
<b>Inhalte</b>		
<p>Dieses theoriebasierte und anwendungsorientierte Modul vermittelt Grundkenntnisse im Bereich des Entrepreneurship und bereitet hierdurch auf spätere gründungsbezogene oder gründungsnahe Tätigkeiten vor.</p> <p>(1) Einführung</p> <p>(2) Determinanten der Gründungsentscheidung</p> <p>(3) Identifikation und Verwertung von Geschäftsmöglichkeiten</p> <p>(4) Geschäftsmodell</p> <p>(5) Business Plan</p> <p>(6) Unternehmerische Strategien</p> <p>(7) Entrepreneurial Finance</p> <p>(8) Marketing für Unternehmensgründer</p> <p>(9) Unternehmerische Netzwerke</p> <p>(10) Schutz geistigen Eigentums</p> <p>(11) Führung und Teams in Startups</p> <p>(12) Exit und Failure</p> <p>(13) Corporate Entrepreneurship und Innovation</p> <p>(14) Zusammenfassung und Fragen</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p><i>Qualifikationsziele</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Rolle von Entrepreneurship verdeutlichen</li> <li>• Theoretische Konzepte und Wirkungsweisen von Entrepreneurship aufzeigen</li> <li>• Studierende befähigen, alternative, unternehmerische Handlungsoptionen differenziert einschätzen zu können</li> <li>• Studierende befähigen, unternehmerische Grenzen und Risiken zu beurteilen</li> </ul> <p><i>Kompetenzen</i></p> <p>Nach erfolgreicher Teilnahme können Studierende</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unterschiedliche Ansätze zur Schaffung und Verteidigung von Wettbewerbsvorteilen bei neugegründeten Unternehmen einschätzen</li> <li>• Entrepreneurship-Konzepte entwickeln und bewerten</li> <li>• die organisatorischen und managementbezogenen Auswirkungen von Entrepreneurship beurteilen</li> </ul>		
1-Fach-Master Medienkommunikation (2015)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 18.04.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Medienkommunikation - 2015	Seite 35 / 70

<ul style="list-style-type: none"> <li>eine fundierte Auswahl unter verschiedenen Handlungsoptionen treffen</li> </ul>
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)
V (2) + Ü (2)
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)
Klausur (ca. 60 Min.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch
<b>Platzvergabe</b>
--
<b>weitere Angaben</b>
--
<b>Arbeitsaufwand</b>
150 h
<b>Lehrturnus</b>
Lehrturnus: Wintersemester
<b>Bezug zur LPO I</b>
--
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>
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)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Forward und Reverse Business Engineering		12-FRBE-F-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	grundständig	--
<b>Inhalte</b>		
<p>"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 Innovationspotenziale. Die daraus resultierenden Änderungsanforderungen gilt es in Organisationen, Geschäftsprozessen und Informationssystemen zu implementieren.</p> <p>Die Veranstaltung folgt dem Implementierungs-Zyklus einer Unternehmenssoftware aus Sicht eines Projektmitarbeiters. Neben der Vermittlung theoretischer Grundlagen der Adaption werden auch Projektbespiele aus der Praxis diskutiert.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>Das Modul "Forward and Reverse Business Engineering" strebt folgende Lernergebnisse an:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Die Studierenden erlangen tiefgreifendes Fachwissen über den Prozess der Adaption von betriebswirtschaftlichen Softwarebibliotheken und lernen, wie man dieses Wissen auf praktische Szenarien anwendet.</li> <li>2. Beherrschung von Forward Engineering-Methoden wie Situationsanalyse, Anforderungsanalyse, Prozessmodellierung und Business Blueprint sowie Reverse Engineering-Methoden wie Reverse Business Engineering und deren praktische Umsetzung in entsprechenden Werkzeugen.</li> <li>3. Die Studierenden entwickeln überfachliche methodische Fähigkeiten, die es ihnen ermöglichen, komplexe Herausforderungen selbstständig und flexibel zu bewältigen. Dazu zählt insbesondere die Anwendung der oben genannten Methoden des Forward und Reverse Engineering.</li> </ol>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<p>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</p>		
<b>Platzvergabe</b>		
<p>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.</p>		
<b>weitere Angaben</b>		
--		

<b>Arbeitsaufwand</b>
150 h
<b>Lehrturnus</b>
Lehrturnus: Wintersemester
<b>Bezug zur LPO I</b>
--
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>
<p>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)</p>

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Integrierte Geschäftsprozesse		12-GP-G-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	grundständig	--
<b>Inhalte</b>		
<p>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.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>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.</p> <p>Nach Abschluss des Moduls "Integrierte Geschäftsprozesse" können Studierende</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. technische Grundlagen und Betriebsmodelle von ERP-Systemen wiedergeben,</li> <li>2. den Funktionsumfang von ERP-Systemen verstehen und</li> <li>3. bestimmte Geschäftsprozesse innerhalb des ERP-Systems SAP Business ByDesign operativ durchführen und verstehen.</li> </ol>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<p>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</p>		
<b>Platzvergabe</b>		
<p>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.</p>		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
Lehrturnus: Sommersemester		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		

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)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Innovationsmanagement		12-IM-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensgründung und Unternehmensführung		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	grundständig	--
<b>Inhalte</b>		
<p>Dieses theoriebasierte und praxisbezogene Modul vermittelt grundlegende Kenntnisse im Bereich strategisches und Innovationsmanagement. Als Einführungsveranstaltung konzipiert bietet es einen breiten Überblick über diese Themenfelder.</p> <p><i>Strategisches Management</i></p> <p>(1) Einführung</p> <p>(2) Strategische Analyse</p> <p>(3) Geschäftsbereichsstrategie</p> <p>(4) Unternehmensstrategie</p> <p>(5) Strategieumsetzung</p> <p>(6) Strategische Führung</p> <p>(7) Internationalisierung, Corporate Governance und Corporate Social Responsibility</p> <p><i>Innovationsmanagement</i></p> <p>(8) Einführung</p> <p>(9) Quellen von Technologie und Innovation</p> <p>(10) Entwicklung neuartiger Produkte und Dienstleistungen</p> <p>(11) Einführung neuartiger Produkte und Dienstleistungen</p> <p>(12) Technologie- und Innovationsstrategie</p> <p>(13) Open Innovation</p> <p>(14) Zusammenfassung und Fragen</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p><i>Qualifikationsziele</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Rolle von strategischem und Innovationsmanagement verdeutlichen</li> <li>• Theoretische Konzepte und Wirkungsweisen des strategischen und Innovationsmanagement aufzeigen</li> <li>• Studierende befähigen, alternative Handlungsoptionen zum strategischen und Innovationsmanagement differenziert einschätzen zu können</li> <li>• Studierende befähigen, die Grenzen und Risiken des strategischen und Innovationsmanagement zu beurteilen</li> </ul> <p><i>Kompetenzen</i></p>		
1-Fach-Master Medienkommunikation (2015)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 18.04.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Medienkommunikation - 2015	Seite 41 / 70

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**

Lehrturnus: Sommersemester

**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)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Europäische Finanzpolitik		12-M-EFP-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Finanzwissenschaft		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>Beschreibung: Die Vorlesung vermittelt ein grundlegendes Verständnis über das Finanzsystem der Europäischen Union sowie ausgewählte Aspekte der europäischen Agrar-, Steuer- und Klimapolitik. Literaturgrundlage ist ein vom Lehrstuhl bereitgestelltes Skript.</p> <p>Gliederung: 1. Der Haushalt der Europäischen Union 2. Die Gemeinsame Agrarpolitik (GAP) 3. Der Stabilitäts- und Wachstumspakt (SGP) 4. Steuerwettbewerb oder Steuerkoordination in Europa? 5. Emissionshandel und Europäische Klimapolitik</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>Nach Abschluss des Moduls "Europäische Finanzpolitik" können Studierende die zentralen Einnahmen und Ausgaben der Europäischen Union unterscheiden. Sie kennen die wichtigsten Instrumente der Agrarpolitik und die Schuldenproblematik im Rahmen der Europäischen Währungsunion. Schließlich sind sie in der Lage im Rahmen einfacher Partialmodelle sowohl die internationale Steuerpolitik als auch die Klimapolitik kritisch zu diskutieren und evaluieren.</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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		
<b>Platzvergabe</b>		
10 Plätze. Für Studierende der Studiengänge Master Business Management, Master Economics, Master Wirtschaftsinformatik, Master Wirtschaftsmathematik und Master Chinese and Economics und Master Chinese Business and Economics erfolgt keine Begrenzung der TN-Plätze. Für die Studiengänge Master Angewandte Human-geographie und Master PSS werden insgesamt je 10 Teilnahmeplätze zur Verfügung gestellt, die per Losverfahren zugeteilt werden.		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)  
Master (1 Hauptfach) Angewandte Humangeographie (2015)  
Master (1 Hauptfach) Political and Social Sciences (2015)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Geldpolitik und Finanzsystem		12-M-EG1-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Geld und internationale Finanzmärkte		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>Der Kurs setzt sich mit den folgenden Themenstellungen auseinander:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Intertemporale Allokation -- Wie treffen Wirtschaftssubjekte optimale Entscheidungen bzgl. Investitionen und Ersparnisbildung? Weshalb sind Finanzmärkte effizient? Was sagt die Geldvermögensrechnung aus?</li> <li>2. Banken, Finanzmärkte, Krisen -- Was sind die Funktionen von Banken? Welche Rollen nehmen Banken in der Volkswirtschaft ein? Was sind die Ursachen und daraus folgende Lösungsmöglichkeiten für Liquiditäts- und Solvenzprobleme von Banken?</li> <li>3. Makroökonomische Analyse der Banken -- Die Bank als Intermediär vs. Originator von Spareinlagen. Betrachtung zweier Makro- Modelle für die Analyse von Banken. Erklärung der Rolle der Banken in der Finanzkrise.</li> <li>4. Geldnachfrage -- Was sind die entscheidenden Treiber der Geldnachfrage?</li> <li>5. Der geldtheoretische Transmissionsmechanismus -- Verbindung der Geldpolitik mit der Realwirtschaft anhand des BMW Modells. Erklärung des Grundmodells. Erweiterung des BMW Modells um die Fiskalpolitik.</li> <li>6. Theorie der Deflation -- Auswirkungen der Deflation auf Makrovariablen anhand verschiedener Modelle.</li> </ol>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>Mit Abschluss des Kurses haben sich die Studierenden ein fundiertes Verständnis über die Geldpolitik und das Finanzsystem erarbeitet. Neben einem soliden Verständnis der Funktionsweise der Banken, erlernen die Studierende die geldtheoretische Transmission bzgl. der Transmission zu den Banken sowie zur Realwirtschaft. Die Studierenden werden befähigt diese Themen sowohl auf Basis von theoretischen Modellen, als auch auf Basis der historischen Erfahrungen zu analysieren.</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<p>a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) Hausarbeit (ca. 15 S.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch</p>		
<b>Platzvergabe</b>		
<p>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 Verfahren nach folgenden Quoten: a) 1. Quote (50 % der TN-Plätze): Summe der bisher erreichten ECTS-Punkte aus dem jeweiligen Studienfach; im Falle des Gleichrangs wird gelöst. b) 2. Quote (25 % der TN-Plätze): Anzahl der Fachsemester der jeweiligen Bewerberin bzw. des jeweiligen Bewerbers; im Falle des Gleichrangs wird gelöst. c) 3. Quote (25 % der TN-Plätze): Losverfahren.(2) Für sämtliche teilnahmebeschränkten Lehrveranstaltungen des Moduls wird ein gemeinsames Verfahren durchgeführt. (3) Nachträglich freiwerdende Plätze werden verlost.</p>		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		

<b>Bezug zur LPO I</b>
--
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Geldpolitik, Devisenmärkte und internationales Währungssystem		12-M-EG2-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Geld und internationale Finanzmärkte		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>Der Kurs behandelt die folgenden Themen:</p> <p>Der Devisenmarkt: Funktionsweise des Devisenmarktes; Markt Struktur, Akteure und Entwicklung des Devisenhandels; Devisentransaktionen; Absicherung und Spekulation am Devisenmarkt.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Währungskrisen: Internationale Erfahrungen mit Währungskrisen seit den 1970er Jahren. Modellierung von Währungskrisen im Mundell-Fleming Modell.</p> <p>Managed-Floating als Lösung des Politik Trilemmas in der offenen Volkswirtschaft.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>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.</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<p>a) Klausur (ca. 60 Min.) oder b) Hausarbeit (ca. 15 S.) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch</p>		

<b>Platzvergabe</b>
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 Verfahren nach folgenden Quoten: a) 1. Quote (50 % der TN-Plätze): Summe der bisher erreichten ECTS-Punkte aus dem jeweiligen Studienfach; im Falle des Gleichrangs wird gelöst. b) 2. Quote (25 % der TN-Plätze): Anzahl der Fachsemester der jeweiligen Bewerberin bzw. des jeweiligen Bewerbers; im Falle des Gleichrangs wird gelöst. c) 3. Quote (25 % der TN-Plätze): Losverfahren.(2) Für sämtliche teilnahmebeschränkten Lehrveranstaltungen des Moduls wird ein gemeinsames Verfahren durchgeführt. (3) Nachträglich freiwerdende Plätze werden verlost.
<b>weitere Angaben</b>
--
<b>Arbeitsaufwand</b>
150 h
<b>Lehrturnus</b>
k. A.
<b>Bezug zur LPO I</b>
--
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Europäische Makropolitik		12-M-EMP-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Geld und internationale Finanzmärkte		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p><b>Beschreibung:</b> Der Kurs bietet einen Überblick über die makroökonomischen Voraussetzungen und Konsequenzen der Europäischen Integration und Währungsunion. Damit trägt der Kurs zu einem tieferen Verständnis der gegenwärtigen Krise in der Eurozone, sowie der Diskussion über die Zukunft der wirtschaftlichen Integration Europas bei.</p> <p><b>Inhalt:</b> Der Kurs beginnt mit einer Übersicht zur Geschichte der Europäischen Integration, wobei der Fokus auf die ökonomische beziehungsweise geldpolitische Integration liegt. Anschließend diskutieren wir den institutionellen Rahmen des Europäischen Währungssystems, das von 1979 bis 1998 den Vorgänger der Eurozone darstellte. Als nächstes werden die Aufnahmekriterien in die Europäische Währungsunion (EWU) und die geldpolitische Strategie der Europäischen Zentralbank präsentiert und diskutiert. Aufbauend auf das traditionelle Mundell-Fleming-Modell wird die Theorie der optimalen Währungsräume gelehrt und anschließend anhand eines einfachen Neuknesianischen Modells vertieft. Somit können die Vor- und Nachteile einer Währungsunion und deren Erfolgsbedingungen fundiert beurteilt werden. Die Veranstaltung schließt mit einer Analyse der Koordinations- und Anreizprobleme, die sich für die Fiskalpolitik in einer Währungsunion ergeben. Dabei wird insbesondere auch behandelt, wie diese Probleme innerhalb der Europäischen Währungsunion adressiert werden. Die aktuellen, makroökonomischen Entwicklungen innerhalb der EWU, sowie die Ursachen und Konsequenzen der Eurokrise werden an verschiedenen Stellen im Kurs thematisiert.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
Mit Abschluss des Kurses werden sich die Studierenden ein fundiertes Verständnis der Vor- und Nachteile einer Währungsunion erarbeitet haben. Durch die Anwendung von makroökonomischen Theorien auf aktuelle Probleme der Europäischen Integration schulen sie ihr allgemeines ökonomisches Verständnis. Konkretes Fachwissen erlangen die Studierenden über die Institutionen der europäischen Wirtschafts- und Währungspolitik.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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		
<b>Platzvergabe</b>		
10 Plätze. Für Studierende der Studiengänge Master Business Management, Master Economics, Master Wirtschaftsinformatik, Master Wirtschaftsmathematik und Master Chinese and Economics und Master Chinese Business and Economics erfolgt keine Begrenzung der TN-Plätze. Für die Studiengänge Master Angewandte Human-geographie und Master PSS werden insgesamt je 10 Teilnahmeplätze zur Verfügung gestellt, die per Losverfahren zugeteilt werden.		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
1-Fach-Master Medienkommunikation (2015)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 18.04.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Medienkommunikation - 2015	Seite 49 / 70

<b>Lehrturnus</b>
k. A.
<b>Bezug zur LPO I</b>
--
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>
<p>Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)                  Master (1 Hauptfach) Angewandte Humangeographie (2015)                  Master (1 Hauptfach) Political and Social Sciences (2015)</p>

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Europäische Wirtschaftsstatistik		12-M-EWS-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Ökonometrie		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>Gliederung:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gegenstand und Aufgaben der Wirtschaftsstatistik</li> <li>2. Das Europäische System der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen</li> <li>3. Der harmonisierte Verbraucherpreisindex</li> <li>4. Strukturindikatoren</li> <li>5. Geld und Kredit in der Europäischen Währungsunion</li> <li>6. Statistiken der Datenbanken des EuroStat</li> </ol>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
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.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
Lehrturnus: Wintersemester		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
International Trade and the Multinational Firm		12-M-ITMF-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Internationale Ökonomik		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>Beschreibung: Der Kurs beginnt mit Theorien des internationalen Handels auf der Grundlage komparativer Vorteile (Ricardo und Heckscher-Ohlin), gefolgt von Theorien basierend auf dem monopolistischen und oligopolistischen Wettbewerb um intra-industriellen Handel. Der letzte Teil umfasst feste Heterogenität und multinationale Unternehmen.</p> <p>Outline:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Struktur der Vorlesung</li> <li>2. Ricardo Handelstheorie</li> <li>3. Heckscher-Ohlin Handelstheorie</li> <li>4. Die allgemeinen neoklassischen Modelle</li> <li>5. Branchenspezifische Faktoren: Das Ricardo-Viner Modell</li> <li>6. Neue Handelstheorie: Intra-industrieller Handel, steigende Skalenerträge und unvollkommener Wettbewerb</li> <li>7. Firm Heterogenität, Handel und ausländische Direktinvestitionen</li> <li>8. Die multinationale Firma</li> </ol> <p>Literatur: Barba Navaretti, G. und A. J. Venables (2004), multinationale Unternehmen in der Weltwirtschaft. Princeton University Press. Caves, R., R. W. Jones und J. A. Frankel (2007), World Trade and Payments, Addison Wesley. Feenstra, R. C. (2004), Advanced International Trade. Theorie und Evidenz. Princeton University Press. Gandolfo, G. (1998), Internationale Fachtheorie und Entwicklungspolitik, Springer-Verlag, Berlin und New York. Helpman, Elhanan (2011), Understanding Global Trade, Harvard University Press. Markusen, J. R., J. R. Melvin, W. H. Kaempfer, KE Maskus (1995), Internationaler Handel, McGraw-Hill. Eine ausführliche Referenzliste mit weiteren Nachweisen, insbesondere Zeitschriftenartikel, mit jedem Kapitel der Vorlesung zur Verfügung gestellt.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
Die Studierenden erlangen ein kritisches Verständnis der Ursachen und Triebkräfte des Welthandels und der Spezialisierungsmuster der Weltwirtschaft. Sie werden befähigt, diese Entwicklungen zu analysieren, diskutieren und kritisch zu verteidigen und die modernsten Werkzeuge und Methoden anzuwenden, um aktuelle Fragestellungen und Kontroversen im Zusammenhang mit der fortschreitenden wirtschaftlichen Globalisierung zu analysieren, darunter im Besonderen auch die jeweiligen Rückwirkungen auf die einzelnen Länder.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
1-Fach-Master Medienkommunikation (2015)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 18.04.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Medienkommunikation - 2015	Seite 52 / 70

<b>Arbeitsaufwand</b>
150 h
<b>Lehrturnus</b>
k. A.
<b>Bezug zur LPO I</b>
--
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Mobile and Ubiquitous Systems		12-M-MUS-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b> anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik und Systementwicklung		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>Die Veranstaltung gibt einen Überblick über Basistechnologien und betriebliche Anwendungen des Mobile &amp; Ubiquitous Computing. Parallel zur Vorlesung sammeln die Studierenden in der Übung Erfahrungen mit mobilen Entwicklungsplattformen.</p> <p>Voraussetzungen für dieses Modul sind Grundlagen des E-Business; erste Erfahrungen mit SW-Entwicklungswerkzeugen sind für die Übung von Vorteil.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>Das Modul vermittelt den Studierenden Kenntnisse über:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(i) Mobile Infrastrukturen</li> <li>(ii) Mobile Business</li> <li>(iii) Auto-ID-Technologien</li> <li>(iv) Smart Metering</li> <li>(v) Sensornetze und Lokalisierungssysteme</li> </ul>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Klausur (ca. 60 Min.) oder</li> <li>b) Klausur mit Single- oder Multiple-Choice (gesamt oder anteilig, ca. 60 Min.) oder</li> <li>c) mündliche Prüfung (1TN 10-15 Min., 2 TN ca. 20 Min., 3 TN ca. 30 Min.) oder</li> <li>d) computergestützte Klausur (gesamt oder anteilig, ca. 60 Min.)</li> </ul> <p>Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch bonusfähig</p>		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)		

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Ökonomie des Arbeitsmarktes		12-M-OEA-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Wirtschaftsordnung und Sozialpolitik		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>Beschreibung: Die Veranstaltung vermittelt eine grundlegende Übersicht über die Probleme am deutschen Arbeitsmarkt. Hierzu werden ökonomische und polit-ökonomische Ansätze diskutiert, die das Phänomen "Arbeitslosigkeit" erklären können.</p> <p>Agenda: 1. Das empirische Bild der Arbeitslosigkeit 2. Weshalb gelingt es Deutschland seit einem Vierteljahrhundert nicht mehr die Arbeitsmärkte zu räumen? 3. Was muss getan werden, um mit den Problemen auf dem Arbeitsmarkt fertig zu werden? 4. Wie lässt sich das rigide polit-ökonomische Gleichgewicht in unserer Gesellschaft aufbrechen?</p> <p>Basisliteratur: BORJAS, G. J. (2010): Labor Economics. 5. Aufl., Boston u.a. EHRENBERG, R.G./SMITH, R.S. (1996): Modern Labor Economics, 6. Aufl., Addison-Wesley, Amsterdam. FRANZ, W. (2009): Arbeitsmarktökonomik. 7. Aufl., Berlin u.a. JAHN, E. J./ WAGNER, T. (2004): Neue Arbeitsmarkttheorien, 2. Aufl., Lucius &amp; Lucius, Stuttgart. LANDMANN, O./ JERGER, J. (1999): Beschäftigungstheorie, 1. Aufl., Springer, Berlin. LAYARD, R. / NICKELL, S. / JACKMAN, R. (2005): Unemployment; Macroeconomic Performance and the Labour Market, 2. Aufl., Oxford University Press Inc., New York.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
Die Studierenden erwerben ein Grundverständnis der Funktionsweise des Arbeitsmarkts sowie dessen Institutionen. Sie sind somit in der Lage, Herausforderungen und Lösungsansätze für das Problem der Arbeitslosigkeit zu identifizieren und diese kritisch zu bewerten.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
k. A.		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
1-Fach-Master Medienkommunikation (2015)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 18.04.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Medienkommunikation - 2015	Seite 55 / 70

<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>
--

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)
---

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

<b>Lehrturnus</b>
k. A.
<b>Bezug zur LPO I</b>
--
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Handelspolitik und Welthandelsordnung		12-M-TP-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Internationale Ökonomik		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>Inhalt: Aufbauend auf einer Synopse der grundlegenden Argumente für freien Handel, werden verschiedene Argumente für handelspolitische Eingriffe sowie handelspolitische Instrumente (Zölle, Quoten etc..) systematisch präsentiert und analysiert. Zu den behandelten Argumenten zählen Marktmacht auf den internationalen Märkten, heimische Verzerrungen, die Strategische Handelspolitik, das Erziehungszollargument, und die Industriepolitik. Gegenstand der Vorlesung sind auch die polit-ökonomischen Ursachen protektionistischer Politiken, die Logik internationaler Handelsabkommen und aktuelle Fragen des Welthandelssystems.</p> <p>Gliederung: 1. Entwicklungslinien des Welthandelssystems, des Welthandels und aktuelle Fragen 2. Die Lehre vom Freihandel und ihre Anfechtungen 3. Handelspolitische Instrumente und ihre Wirkung bei vollkommener Konkurrenz 4. Wettbewerbseffekte der Marktöffnung 5. Heimisches Marktversagen: Handelspolitik als Second-, Third-, oder ...-Best 6. Handelspolitik bei Marktmacht auf den internationalen Gütermärkten 7. Politische Ökonomie, Internationale Integration und das Welthandelssystem</p> <p>Literatur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• Entwicklungslinien und aktuelle Streitfragen des Welthandelssystems werden in folgenden Büchern übersichtlich und verständlich dargelegt: Bhagwati, J. (2002), Free Trade Today, Princeton University Press. Bhagwati, Jagdish (2005): In Defense of Globalization, Oxford University Press. Irwin, D. (2005), Free Trade Under Fire, Princeton University Press, 2nd Edition. Irwin, D. (1996), Against the Tide. An Intellectual History of Free Trade, Princeton University Press.</li> <li>• Die Veranstaltung setzt Grundkenntnisse der Internationalen Ökonomik voraus, die mithilfe folgender beider Lehrbücher aufgefrischt werden können: Krugman, P.R., M. Obstfeld und M. Melitz (2012), International Economics. Theory and Policy. Addison-Wesley, 9th Edition. Caves, R., R.W. Jones und J.A. Frankel (2007), World Trade and Payments. An Introduction, Addison-Wesley, 10th Edition.</li> </ul>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
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.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (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		
1-Fach-Master Medienkommunikation (2015)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 18.04.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Medienkommunikation - 2015	Seite 59 / 70

<b>Platzvergabe</b>
--
<b>weitere Angaben</b>
--
<b>Arbeitsaufwand</b>
150 h
<b>Lehrturnus</b>
k. A.
<b>Bezug zur LPO I</b>
--
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
<b>Recherche und Journalistische Darstellungsformen im crossmedialen Wirtschaftsjournalismus 1</b>		12-M-WJ1-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in der Professur für Wirtschaftsjournalismus und Wirtschaftskommunikation		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>Grundlagen der Wahrnehmung und Vermittlung erklären medienspezifische Arbeitsanforderungen. Berufsspezifische Leistungen der Recherche stehen im Mittelpunkt und werden mit regelhaften Transferv Verfahren der Vermittlung geübt. Des Weiteren werden die Darstellungsformen Meldung, Nachricht, Bericht und Hintergrundbericht in ihren Merkmalen und Funktionen erklärt. Dabei werden zunächst die Rolle der Nachrichtenwertfaktoren und ihre Auswirkung auf die journalistische Praxis beleuchtet. Im Anschluss erhalten die Studierenden einen Einblick in den Aufbau der genannten Darstellungsformen. Durch crossmediale Übungen und Reflexion ihrer Ergebnisse sollen die Studierenden lernen, die wichtigsten journalistischen Berufsregeln in den genannten Bereichen und unterschiedlichen Mediengattungen professionell anzuwenden.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>Berufsspezifische Fähigkeiten in der Recherche und im Interview; Sammeln und Ordnen von Informationen nach Kriterien der Aktualität und Relevanz; Beherrschen der Darstellungsformen Meldung, Nachricht, Bericht und Hintergrundbericht mit ihren medialen Merkmalen und kommunikativen Funktionen in unterschiedlichen Mediengattungen.</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<p>Interview, Meldung, Nachricht, Bericht und Hintergrundbericht (inkl. Rechercheprotokoll) in verschiedenen Mediengattungen (Text-, Audio- oder Videoformat möglich) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch Prüfungsturnus: im Semester der LV</p>		
<b>Platzvergabe</b>		
<p>20 Plätze. Die TN-Zahl ist auf max. 20 begrenzt, wovon bis zu 12 Plätze an Studierende des Masterstudienfachs Economics sowie bis zu 8 Plätze an Studierende des Masterstudienfachs Medienkommunikation vergeben werden. Übersteigt die Zahl der Bewerbungen die Zahl der freien Plätze, so erfolgt deren Verteilung nach folgenden Kriterien: 1. Die 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. Nachträglich freiwerdende Plätze werden verlost. 4. Etwaige Restplätze des Masterstudienfachs Economics werden dem Masterstudienfach Medienkommunikation zur Verfügung gestellt. Etwaige Restplätze des Masterstudienfachs Medienkommunikation werden an das Masterstudienfach Political and Social Studies übergeben. Werden sie dort (nach Durchführung eines Losverfahrens) nicht oder nicht vollständig in Anspruch genommen, so werden sie dem Masterstudienfach Economics zur Verfügung gestellt. Das Auswahlverfahren wird einmal im Jahr zu Beginn des Wintersemesters einheitlich für die Module 12-M-WJ1, 12-M-WJ2, 12-M-WJ3, 12-M-WJ4, 12-M-PS, 12-M-WPS und 12-M-SWJ durchgeführt. Erhält ein Bewerber oder eine Bewerberin dabei einen TN-Platz, so ist er oder sie zur Teilnahme an allen diesen Modulen zugeordneten Lehrveranstaltungen und zur Ablegung der dazugehörigen Prüfungen (nach gesonderter Anmeldung) berechtigt.</p>		
<b>weitere Angaben</b>		
--		

<b>Arbeitsaufwand</b>
150 h
<b>Lehrturnus</b>
k. A.
<b>Bezug zur LPO I</b>
--
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>
Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
<b>Recherche und Journalistische Darstellungsformen im crossmedialen Wirtschaftsjournalismus 2</b>		12-M-WJ2-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in der Professur für Wirtschaftsjournalismus und Wirtschaftskommunikation		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>Es werden auf theoretischer und praktischer Grundlage die wichtigsten praxisrelevanten Schritte methodischen journalistischen Recherchierens an Beispielen aus der Wirtschaftsberichterstattung erprobt und die Kenntnisse in speziellen Rechercheverfahren und -techniken erweitert. Daneben soll das Recherchieren in fachbezogenen (Wirtschafts-) Datenbanken eingeübt werden. Computergestützte Recherchen (computer-assisted reporting, CAR) und der daraus entwickelte Datenjournalismus (data-driven journalism, DDJ) -- mit seinen neuen Recherche- und Darstellungsformen -- sollen ebenso thematisiert werden, wie Möglichkeiten und Grenzen der Recherche im WEB 2.0 und Social Media. Nach der Vertiefung der Recherche wird das Repertoire der bisher bekannten Stilformen (Meldung, Nachricht, Bericht und Hintergrundbericht) um die essenziellen Darstellungsformen Reportage, Porträt, Kommentar und Glosse erweitert. Sie werden in ihren Merkmalen und Funktionen insbesondere für den Wirtschaftsjournalismus in unterschiedlichen Mediengattungen (Print, TV, Hörfunk, Online) erklärt. Die Studierenden üben diese neuen Darstellungsformen durch crossmediale Praxisübungen ein. Durch einen Feedback-Prozess (Redigieren) wird die Kompetenz der einzelnen Studierenden in der Anfertigung crossmedialer journalistischer Produkte in diesen Darstellungsformen gefördert.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>Die Studierenden erlernen komplexe Recherchemethoden und werden zur Anwendung moderner Internet-Recherchetechniken befähigt. Es werden Kompetenzen in der selbstständigen Recherche komplexer journalistischer Inhalte für unterschiedliche Mediengattungen und der Umsetzung in den Darstellungsformen Reportage, Porträt, Kommentar und Glosse vermittelt.</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
S (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<p>Reportage, Porträt, Kommentar und Glosse (inkl. Rechercheprotokoll) in verschiedenen Mediengattungen (Text-, Audio- oder Videoformat möglich) Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch Prüfungsturnus: im Semester der LV</p>		
<b>Platzvergabe</b>		
<p>20 Plätze. Die TN-Zahl ist auf max. 20 begrenzt, wovon bis zu 12 Plätze an Studierende des Masterstudienfachs Economics sowie bis zu 8 Plätze an Studierende des Masterstudienfachs Medienkommunikation vergeben werden. Übersteigt die Zahl der Bewerbungen die Zahl der freien Plätze, so erfolgt deren Verteilung nach folgenden Kriterien: 1. Die 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. Nachträglich freiwerdende Plätze werden verlost. 4. Etwaige Restplätze des Masterstudienfachs Economics werden dem Masterstudienfach Medienkommunikation zur Verfügung gestellt. Etwaige Restplätze des Masterstudienfachs Medienkommunikation werden an das Masterstudienfach Political and Social Studies übergeben. Werden sie dort (nach Durchführung eines Losverfahrens) nicht oder nicht vollständig in Anspruch genommen, so werden sie dem Masterstudienfach Economics zur Verfügung gestellt. Das Auswahlverfahren wird einmal im Jahr zu Beginn des Wintersemesters einheitlich für die Module 12-M-WJ1, 12-M-WJ2, 12-M-WJ3, 12-M-WJ4, 12-M-PS, 12-M-WPS und 12-M-SWJ durchgeführt. Erhält ein Bewerber oder eine Bewerberin dabei einen TN-Platz, so ist er oder sie zur Teilnahme an allen diesen Modulen zu-</p>		

geordneten Lehrveranstaltungen und zur Ablegung der dazugehörigen Prüfungen (nach gesonderter Anmeldung) berechtigt.

**weitere Angaben**

--

**Arbeitsaufwand**

150 h

**Lehrturnus**

k. A.

**Bezug zur LPO I**

--

**Verwendung des Moduls in Studienfächern**

Master (1 Hauptfach) Medienkommunikation (2015)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
<b>Wettbewerbspolitik in Europa</b>		12-M-WPE-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Industrieökonomik		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	weiterführend	--
<b>Inhalte</b>		
<p>Gliederung:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rechtliches Umfeld, Wettbewerbsrecht</li> <li>2. Marktdefinition <ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualitative Methoden</li> <li>• Einfache quantitative Methode</li> <li>• Hypothetische Monopoltest</li> </ul> </li> <li>3. Horizontale Vereinbarungen und Kollusion: Wiederholte Spiele und Einflussfaktoren auf die Wahrscheinlichkeit von Kollusion</li> <li>4. Horizontale Fusionen <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ökonomische Theorie,</li> <li>• Effizienzeffekte</li> <li>• Koordinierte Effekte</li> </ul> </li> <li>5. Vertikale Beziehungen und Verträge <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ökonomische Analyse von Verträgen</li> <li>• "More economic approach"</li> </ul> </li> <li>6. Missbrauch einer beherrschenden Position <ul style="list-style-type: none"> <li>• Klassifizieren von missbräuchlichem Verhalten</li> <li>• Ökonomische Analyse von missbräuchlichem Verhalten</li> </ul> </li> </ol> <p>Das Modul wird auf Englisch gehalten.</p>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
<p>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.</p>		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) Veranstaltungssprache: Deutsch und/oder Englisch		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
<p>a) Klausur (ca. 60-90 Min.) oder  b) Klausur (ca. 120 Min.) bei mathematisch-methodischen Fragestellungen oder  c) Hausarbeit (ca. 15-20 S.) oder  d) Projektbericht (ca. 10 S.) und Präsentation (ca. 15 Min.)  Prüfungssprache: Deutsch und/oder Englisch  bonusfähig</p>		
<b>Platzvergabe</b>		
10 Plätze. Für Studierende der Studiengänge Master Business Management, Master Economics, Master Wirtschaftsinformatik, Master Wirtschaftsmathematik und Master Chinese and Economics und Master Chinese Busi-		
1-Fach-Master Medienkommunikation (2015)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 18.04.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Medienkommunikation - 2015	Seite 65 / 70

ness und Economics erfolgt keine Begrenzung der TN-Plätze. Für die Studiengänge Master Angewandte Humangeographie und Master PSS werden insgesamt je 10 Teilnahmeplätze zur Verfügung gestellt, die per Losverfahren zugeteilt werden.

**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) Angewandte Humangeographie (2015)  
Master (1 Hauptfach) Political and Social Sciences (2015)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
<b>Einführung in die Betriebswirtschaftslehre für Nicht-Wirtschaftswissenschaftler/-innen</b>		12-NW-EBWL-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b>anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensfinanzierung		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	grundständig	--
<b>Inhalte</b>		
<p>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.</p> <p>Gliederung</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Was ist Betriebswirtschaft?</li> <li>2. Das Menschenbild in der Betriebswirtschaft</li> <li>3. Optimale Entscheidungen in der Betriebswirtschaftslehre</li> <li>4. Kooperationsvorteile</li> <li>5. Koordination üblicher Märkte</li> <li>6. Marktfehler</li> <li>7. Koordination in Unternehmen</li> <li>8. Stakeholder - vs. Shareholder-Value</li> <li>9. Finanzwirtschaftliche Umsetzung des Shareholder-Value</li> <li>10. Rechtsformen</li> </ol>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
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.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Klausur (ca. 60 Min.)		
<b>Platzvergabe</b>		
200 Plätze (Los)		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
Lehrturnus: jährlich, WS		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
Bachelor (1 Hauptfach) Geographie (2015) Bachelor (1 Hauptfach) Informatik (2015)		
1-Fach-Master Medienkommunikation (2015)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 18.04.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Medienkommunikation - 2015	Seite 67 / 70

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)

<b>Modulbezeichnung</b>		<b>Kurzbezeichnung</b>
Personal und Organisation		12-P&O-F-152-m01
<b>Modulverantwortung</b>		<b> anbietende Einrichtung</b>
Inhaber/-in des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, Personal und Organisation		Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
<b>ECTS</b>	<b>Bewertungsart</b>	<b>zuvor bestandene Module</b>
5	numerische Notenvergabe	--
<b>Moduldauer</b>	<b>Niveau</b>	<b>weitere Voraussetzungen</b>
1 Semester	grundständig	--
<b>Inhalte</b>		
Die Vorlesung "Personal" stellt grundlegende Theorien, Schätztechniken und empirische Befunde der Personalökonomie vor.		
Inhaltsübersicht		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Human Resource Management im Unternehmen</li> <li>2. Die ökonomischen Kalküle von Arbeitgebern und Arbeitnehmern</li> <li>3. Anreiz- und Entlohnungssysteme</li> <li>4. Herausforderungen bei der Führung von Teams</li> <li>5. Information als treibender Faktor der Personalführung</li> <li>6. Demographische Herausforderungen des HRM</li> </ol>		
<b>Qualifikationsziele / Kompetenzen</b>		
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.		
<b>Lehrveranstaltungen</b> (Art, SWS, Sprache sofern nicht Deutsch)		
V (2) + Ü (2)		
<b>Erfolgsüberprüfung</b> (Art, Umfang, Sprache sofern nicht Deutsch / Turnus sofern nicht semesterweise / Bonusfähigkeit sofern möglich)		
Klausur (ca. 60 Min.)		
<b>Platzvergabe</b>		
--		
<b>weitere Angaben</b>		
--		
<b>Arbeitsaufwand</b>		
150 h		
<b>Lehrturnus</b>		
Lehrturnus: Sommersemester		
<b>Bezug zur LPO I</b>		
--		
<b>Verwendung des Moduls in Studienfächern</b>		
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)		
1-Fach-Master Medienkommunikation (2015)	JMU Würzburg • Erzeugungsdatum 18.04.2025 • PO-Datensatz Master (120 ECTS) Medienkommunikation - 2015	Seite 69 / 70

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)