



BEUTH HOCHSCHULE  
FÜR TECHNIK  
BERLIN

University of Applied Sciences

Master-Studiengang

# **Druck- und Medientechnik Print and Media Technology**

## **Modulhandbuch**

Stand: Juni 2014v4

**Ansprechpartner: Der Dekan / Die Dekanin Fachbereich VI**  
[ripphausen@beuth-hochschule.de](mailto:ripphausen@beuth-hochschule.de)

## Präambel

Der konsekutive Masterstudiengang fördert vor allem die Führungsqualität der Studierenden. Neben der zusätzlichen Vermittlung einzelner Fachkenntnisse liegt der Schwerpunkt auf betriebswirtschaftlichen Kenntnissen zur Unternehmensführung sowie zum Projektmanagement, auch im internationalen Umfeld. Kenntnisse auf den Gebieten Zeitungen/Verlage und Werbung runden die Fachqualifikationen ab.

Die Master Druck- und Medientechnik sind dazu befähigt, sowohl einzeln als auch als Mitglied in nach den Prinzipien des Diversity Management gebildeten Teams zu arbeiten, Projekte effektiv zu organisieren und durchzuführen sowie in eine entsprechende Führungsverantwortung hineinzuwachsen. Dabei steht den Absolventen auch die fremdsprachliche Kommunikation in einem globalen Markt zur Verfügung. Eine weitreichende Auslandssemesterregelung ergänzt bzw. ersetzt fakultativ die Ausbildung der Beuth Hochschule.

Der vorliegende Masterstudiengang Druck- und Medientechnik folgt dem wissenschaftlichen Anspruch durch die Bildung hoher fachlicher Kompetenz und den erreichten wissenschaftlichen Fähigkeiten, die sich bspw. in der Abschlussarbeit zeigen. Auch die Beschäftigung mit der aktuellen Entwicklung auf dem Gebiet der Drucktechnik oder Medientechnik (wählbar) trägt direkt zur Bildung wissenschaftlicher Kompetenz bei, hier werden Forschungsthemen behandelt und weiter entwickelt.

Die erzielte Fachkompetenz und Wissenschaftlichkeit sowie die integrale, im Master auch explizite Vermittlung von „Soft-Skills“ und Führungskompetenzen schaffen auch die Grundlagen für die Qualifikation zum höheren Dienst. Die Fähigkeiten zum analytischen und abstrakten Denken müssen mehrfach in den Abschlussarbeiten unter Beweis gestellt werden, die Personalführungskompetenz wird im Master besonders gefördert, und die Vermittlung methoden-orientierten Vorgehens sowie aller nötigen Aspekte der Betriebswirtschaften prädestiniert für diese weitere Laufbahn. Die Absolventen/-innen des Master Studienganges Druck- und Medientechnik haben gelernt, komplexe Zusammenhänge zu erfassen, zu analysieren und zu steuern.

<b>Modulnr.</b>	<b>Modulname</b>	<b>Koordinator/in</b>	<b>Seite</b>
M01	Technologie und Innovation Druck	Prof. S. Hauck	4
M02	Management von Medienprojekten	Prof. Dr. A. König	5
M03	Lehr- und Lernkonzepte	Prof. Dr. A. König	7
M04	Studium Generale	Dekan/Dekanin FB I	8
M05	Quantitative Forschungsmethoden	Prof. Dr. U. Grömping	9
M06	Publishing-Systeme	Prof. Dr. H. Peschke	10
M07	Unternehmensführung	Prof. Dr. A. König	11
M08	Interkulturelle Kompetenz / Tutoring I	Prof. Dr. A. König	12
M09	Datenbankgestütztes Publizieren	Prof. Dr. H. Peschke	13
M10	Forschung und Entwicklung	Prof. S. Hauck	14
M11	Kommunikationskonzepte	Prof. P. Schaudin	15
M12	E-Business und Online Marketing	Prof. Dr. A. König	16
M13	Personalmanagement / Tutoring II	Prof. Dr. A.König	18
M14	Innovation und Investition	Prof. Dr. A. König	19
M15	Information/Interface Design	Prof. P. Schaudin	20
M17	Abschlussprüfung	Prof. Dr. H. Peschke	22
WP01	Forschung und Entwicklung Druck	Prof. S. Hauck	23
WP02	Forschung und Entwicklung Medien	Prof. Dr. R. Strzebkowski	24

---

**In allen Teilmodulen der Lehrform Übung werden die Leistungsprüfungen ausschließlich im ersten Prüfungszeitraum angeboten.**

---

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	M01
Titel	Technologie und Innovation Druck / Print technique and innovations
Credits	5 Cr
Präsenzzeit	4 SWS SU
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Studierenden auch aus anderen Bachelor-Studiengängen haben einen Überblick über die Drucktechnik und können Verfahren und Prozesse einordnen. Sie können sich mit neuen Techniken im Bereich Druck, aber vergleichbar auch aus dem Bereich Medien, auseinandersetzen. In Gruppen werden Präsentationen und Exkursionen organisiert.
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	1. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	<u>Hinweis:</u> Innerhalb der Belegzeit müssen die Lehrenden die Modalitäten für alle Leistungsnachweise eines Moduls schriftlich und nachvollziehbar bekannt geben. Dazu gehören insbesondere Art, Umfang und Termine der geforderten Leistungsnachweise, ggf. Anforderungen hinsichtlich der studentischen Mitarbeit im Rahmen des Moduls sowie die Kriterien für die Festlegung der Modulnote.
Ermittlung der Modulnote	SU: Klausur
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	Einführung in Drucktechniken und Qualitätskriterien. Präsentationen von Techniken und Innovationen durch Studierende. Vorbereitung, Durchführung und Auswertung von Exkursionen im Raum Berlin. Themenbeispiele für Druck: 3-D Printing, Printed electronic, RFID-Techniken, Digitaldruck, JDF, MIS, Inline Veredelung, Drucken von Bio-Organen, etc. Fallweise werden auch Innovationen aus dem Bereich Medien behandelt. Die Themen wechseln und passen sich aktuellen Entwicklungen und dem Interesse der Studierenden an.
Literatur	Themenspezifische Literatur wird von den Studierenden selbst recherchiert. Aktuelle Literatur wird von der Lehrkraft zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben
Weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch und/oder Englisch angeboten.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	M02
Titel	Management von Medienprojekten / Management of Media Projects
Credits	5 Cr
Präsenzzeit	2 SWS SU + 2 SWS Ü
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Studierenden erhalten die Befähigung, die Projektwürdigkeit eines Vorhabens zu identifizieren und die methodische Entfaltung aller notwendigen Projektmanagementprozesse entlang des gesamten Projektlebenszyklus zu entwickeln und zu steuern. Dabei spielt Kundenorientierung (Stakeholder- und Anforderungsorientierung) eine primäre Rolle. Ein Medienprojekt, welches seine Zielgruppe nicht erreicht ist kein erfolgreiches Medienprojekt!
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	1. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht Projektarbeit (Bearbeitung eines Projektes im Medienkontext)
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	Hinweis: Innerhalb der Belegzeit müssen die Lehrenden die Modalitäten für alle Leistungsnachweise eines Moduls schriftlich und nachvollziehbar bekannt geben. Dazu gehören insbesondere Art, Umfang und Termine der geforderten Leistungsnachweise, ggf. Anforderungen hinsichtlich der studentischen Mitarbeit im Rahmen des Moduls sowie die Kriterien für die Festlegung der Modulnote.
Ermittlung der Modulnote	Integriertes Modul; Präsentationen, Projekt
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<p>Inhalt Seminaristischer Unterricht:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen klassisches Projektmanagement:</li> <li>▪ Zielfindung und -definition</li> <li>▪ Erstellung eines Projektauftrages</li> <li>▪ Projektplanung (Projektstrukturplan, Kapazitätenplanung, Vorgangsknotennetzplan und Risikoanalyse)</li> <li>▪ Wirtschaftlichkeitsberechnung (Business Case)</li> <li>▪ Stakeholderanalyse</li> <li>▪ Kundenanforderungsmanagement (Erstellung eines Lastenheftes/Briefings)</li> <li>▪ Linguistische Analyse von Kundenanforderungen</li> <li>▪ Fachliche Anforderungsdefinition</li> <li>▪ Lösungsfindung (unter Berücksichtigung der Aspekte Zielgruppe, Medium, Marke)</li> <li>▪ Produkthanforderungsmanagement (Erstellung eines Pflichtenheftes/Re-Briefings)</li> <li>▪ Projektanforderungsmanagement (Änderungsmanagementprozesse)</li> <li>▪ Projektüberwachung</li> <li>▪ Projektberichtswesen</li> <li>▪ Projektsteuerung</li> <li>▪ Projektcontrolling (Leistungswertanalyse)</li> <li>▪ Projektmarketing</li> <li>▪ Projektführung und -organisation (Organisationsmodelle und Projektakteure, Teamzusammensetzung, Konflikte)</li> <li>▪ Projektabschluss (Evaluierung)</li> <li>▪ Grundlagen agile Projektmanagementmethoden:</li> <li>▪ Beispiel SCRUM</li> <li>▪ SCRUM-Prozesse, -Rollen, -Artefakte, -Regeln</li> <li>▪ Exkurs:</li> <li>▪ Prozesse als Projektausgangswerte</li> <li>▪ Grundlagen Prozessmanagement</li> </ul>

	<p>Inhalt Übung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Die Übung legt den Fokus auf die Anwendung bzw. Umsetzung der theoretischen Inhalte im Rahmen eines realen Medienprojektes.</li> </ul>
Literatur	<p>A Guide to the Management Body of Knowledge (Lehrbuchsammlung FZZSB-3), ISBN: 978-1-930699-72-7</p> <p>Hans-Dieter Litke, Projektmanagement: Methoden, Techniken, Verhaltensweisen. Evolutionäres Projektmanagement (Lehrbuchsammlung FFD-5), ISBN: 978-3-446-40997-2</p> <p>Bernd B. Wirtz, Medien- und Internetmanagement (Lehrbuchsammlung FBE-7), ISBN: 3-8349-8349-2051-5</p> <p>Berta C. Schreckeneder, Projektcontrolling ISBN: 344-805349X</p> <p>Boris Gloger, Scrum: Produkte zuverlässig und schnell entwickeln ISBN: 978-3446425248</p> <p>Dietmar Vahs/Achim Weiland: Workbook Change Management ISBN: 978-3-7910-2860-6</p>
Weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch und/oder Englisch angeboten.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	M03
Titel	Lehr- und Lernkonzepte / Concepts of Teaching and Learning
Kreditpunkte / Credits	5 Cr
Präsenzzeit	2 SWS SU
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden können Fachthemen aus ihrem Erststudium und/oder ihrer Berufserfahrung in Eigen- und Gruppenarbeit selbständig vertiefen mit dem Ziel, das Wissen an Grundlagenstudierende weiter zu geben. Sie können Lehr- und Lernmethoden ziel- und situationsgerecht auswählen und in ein zielgruppengerechtes didaktisches Design überführen.
Voraussetzungen	-
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Niveaustufe	1. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht / Gruppenarbeit
Status	Pflichtmodul
Lerngebiet	Sozial- und Methodenkompetenz
Prüfungsform / Leistungsnachweise	<u>Hinweis:</u> Innerhalb der Belegzeit müssen die Lehrenden die Modalitäten für alle Leistungsnachweise eines Moduls schriftlich und nachvollziehbar bekannt geben. Dazu gehören insbesondere Art, Umfang und Termine der geforderten Leistungsnachweise, ggf. Anforderungen hinsichtlich der studentischen Mitarbeit im Rahmen des Moduls sowie die Kriterien für die Festlegung der Modulnote.
Ermittlung der Modulnote	SU: Klausur
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlagen der Pädagogik und des Lernens von Erwachsenen</li> <li>- Leitbegriffe der Didaktik und des Life Long Learning</li> <li>- Formen der Weiterbildung: Präsenz / Digital / Kollegial / selbstgesteuert</li> <li>- Methoden der Weiterbildung</li> <li>- Zielgruppenanalyse und Veranstaltungsmarketing</li> <li>- Festlegung von Lernzielen</li> <li>- Zeitliche, inhaltliche und methodische Gestaltung von Lernszenarien</li> <li>- Planung von Ressourcen</li> <li>- Gestaltung von Materialien vor, während und nach einer Weiterbildungsmaßnahme</li> <li>- Stoffreduktion</li> <li>- Zertifikate und Evaluationen</li> </ul> <p>Der Schwerpunkt der Projektarbeiten befindet sich an der Schnittstelle des Masterstudiengangs zum Bachelorstudiengang. Als „Tutoren“ übernehmen die Studierenden Aufgaben im Bachelorstudiengang. Insbesondere die Workshops im 1. und 2. Semester werden von den Studierenden in diesem Modul vorbereitet und in den Folgesemestern zweimal lehrend erprobt.</p>
Literatur	<p>Erpenbeck, John und Heyse, Volker: Kompetenztraining: Informations- und Trainingsprogramme, Schäfer Poeschel Verlag</p> <p>Lehner, Martin und Fredersdorf, Frederice: Fachtrainings erfolgreich gestalten, Haupt Verlag</p> <p>Lipp, Ulrich; Will Herrmann: Das große Workshop-Buch, Beltz Verlag</p> <p>Pöhm, Matthias: Präsentieren Sie noch oder faszinieren Sie schon? Der Irrtum PowerPoint, mvg Verlag</p> <p>Seifert, Josef W.: Visualisieren, Präsentieren, Moderieren, Gabal Verlag</p> <p>Weidenmann, Bernd: Erfolgreiche Kurse und Seminare, Beltz Verlag</p>
Weitere Hinweise	Das Modul wird auf Deutsch angeboten

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	M04
Titel	Studium Generale I und II / Obligatory Option General Studies
Credits	5 Cr (2,5 Cr + 2,5 Cr)
Präsenzzeit	4 SWS SU oder 2 SWS SU + 2 SWS Ü oder 4 SWS Ü
Zeit für Selbststudium und Prüfungsvorbereitung	82 Zeitstunden für Vor- und Nachbereitung sowie für die Prüfungsvorbereitung
Lerngebiet	Allgemeinwissenschaftliche Ergänzungen
Lernziele/Kompetenzen	Die fachübergreifende Lehrinhalte dienen der interdisziplinären Erweiterung des Fachstudiums und dem Erkennen von Zusammenhängen zwischen Gesellschaft und ihren Teilsystemen, wie z.B. Technik, Wirtschaft, Politik und Recht, unter besonderer Berücksichtigung genderspezifischer Fragestellungen
Voraussetzungen	Keine (Ausnahmen können für die Fremdsprachen festgelegt werden)
Niveaustufe	1. – 4. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht, Übungen, Referate, Rollenspiele, Textarbeit und andere Je nach gewähltem Modul
Status	Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Jedes Semester
Prüfungsform	Die Prüfungsform der Teilleistungen wird in der Beschreibung der Lehrveranstaltungen festgelegt.
Ermittlung der Modulnote	Die Ermittlung der Modulnote für die beiden Teilleistungsnachweise wird in der Beschreibung der Lehrveranstaltungen festgelegt. Die Modulnote ergibt sich aus dem Mittel (50%/50%) der Leistungsnachweise beider Lehrveranstaltungen
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	In den ingenieur- und naturwissenschaftlichen Studiengängen sind dazu Lerninhalte aus den Bereichen: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Politik- und Sozialwissenschaften</li> <li>▪ Geisteswissenschaften</li> <li>▪ Wirtschafts-, Rechts- und Arbeitswissenschaften</li> <li>▪ Fremdsprachen</li> </ul> zu berücksichtigen. In den wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen sind jeweils Lerninhalte aus den Bereichen: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Politik- und Sozialwissenschaften</li> <li>▪ Geisteswissenschaften</li> <li>▪ Natur- und Ingenieurwissenschaften</li> <li>▪ Fremdsprachen</li> </ul> zu berücksichtigen.
Literatur	Wird in den jeweiligen Beschreibungen der Lehrveranstaltungen angegeben.
Weitere Hinweise	Die Auswahl der Lehrveranstaltungen dieses Moduls obliegt der Eigenverantwortung der Studierenden. Die Auswahl der Lehrveranstaltungen müssen die Studierenden aus den für ihren Studiengang zugelassenen Bereichen treffen (siehe Inhalt).



Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	M05
Titel	Quantitative Forschungsmethoden / Quantitative Research Methods
Credits	5 Cr
Präsenzzeit	2 SWS SU + 2 SWS Ü
Lerngebiet	Fachübergreifende Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden lernen Kriterien für die Planung und Durchführung wissenschaftlicher Untersuchungen kennen. Sie erwerben die Kompetenz, einfache Untersuchungen und Auswertungen selbst durchzuführen. Ebenso werden sie in die Lage versetzt, komplexere Untersuchungen (z.B. Marktforschungsstudien) in Auftrag zu geben bzw. deren Ergebnisse kompetent zu bewerten.
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	1. Studienplansemester
Lernform	4 SWS als seminaristischer Unterricht
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	<u>Hinweis:</u> Innerhalb der Belegzeit müssen die Lehrenden die Modalitäten für alle Leistungsnachweise eines Moduls schriftlich und nachvollziehbar bekannt geben. Dazu gehören insbesondere Art, Umfang und Termine der geforderten Leistungsnachweise, ggf. Anforderungen hinsichtlich der studentischen Mitarbeit im Rahmen des Moduls sowie die Kriterien für die Festlegung der Modulnote. Zur Erteilung der Note ist die erfolgreiche Beurteilung der Übung erforderlich.
Ermittlung der Modulnote	SU: Präsentation Übung: Projekt
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	Einführung in die Verwendung der gewählten Software (z.B. SPSS, Minitab oder R) Vertiefte Kenntnisse der Planung und Durchführung von Umfragen <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gütekriterien für Messmethoden</li> <li>▪ Überblick über Stichprobenverfahren</li> <li>▪ Fragebogendesign</li> </ul> Auswertungsmethoden für Beobachtungsstudien <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Explorative Datenanalyse</li> <li>▪ Multiple Regression, Logistische Regression</li> <li>▪ Multivariate Verfahren (Cluster-, Faktorenanalyse)</li> </ul>
Literatur	P.Hague: Market Research: A Guide to Planning, Methodology and Evaluation. L.G.Grimm & P.R. Yarnold: Reading and understanding multivariate statistics. L.G.Grimm & P.R. Yarnold: Reading and understanding more multivariate statistics.
Weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Englisch und Deutsch (50/50) angeboten.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	M06
Titel	Publishing-Systeme / Publishing Systems
Credits	5 Cr
Präsenzzeit	2 SWS SU + 2 SWS Ü
Lerngebiet	Fachspezifische Grundlagen
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden kennen die Besonderheiten der crossmedialen Medienproduktion in der Anwendung verteilter Systeme. Die typografische und funktionale Gestaltung unterschiedlicher digitaler und analoger Medien sind ihnen vertraut, ebenso die Abläufe der Medienproduktion in Verlagen.
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	1. Studienplansemester
Lernform	Referate, Betriebsbesichtigungen, Übungen als Projekt
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	<b>Hinweis:</b> Innerhalb der Belegzeit müssen die Lehrenden die Modalitäten für alle Leistungsnachweise eines Moduls schriftlich und nachvollziehbar bekannt geben. Dazu gehören insbesondere Art, Umfang und Termine der geforderten Leistungsnachweise, ggf. Anforderungen hinsichtlich der studentischen Mitarbeit im Rahmen des Moduls sowie die Kriterien für die Festlegung der Modulnote.
Ermittlung der Modulnote	Integriertes Modul; Projekt
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	Aufbau von Content Management Systemen und Redaktionssystemen Verteilte Inhaltserstellung und vernetzte Produktion Groupware Digitaler crossmedialer Workflow Zeitungsherstellung für verschiedene Ausgabekanäle in der Praxis Arbeitsorganisation in Zeitungsverlagen Einrichtung von Medienworkflows Templates für Content Management Systeme Produktion in einem Content Management System / Redaktionssystem Webseiten- und Magazinherstellung als praktisches Beispiel
Literatur	Bauer, Florian, u.a.: Alles Digital – Zeitungen im Crossmedia-Zeitalter. ZV Zeitungs.Verlag Service GmbH. Böhringer, Joachim, u.a.: Kompendium der Mediengestaltung. Springer-Verlag. Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger: Zeitungen (aktuelles Jahrbuch). ZV Zeitungs.Verlag Service GmbH. Garcia, Mario R.: iPad Design-Lab – Storytelling in the Age of the Tablet. iBook. F+W Media. Hoffmann-Walbeck, Thomas, u.a.: Standards in der Medienproduktion. X.media.press. Maurice, Florence: Mobile Webseiten. Hanser-Verlag. Stahl, Friedrich, Schettler, Olav: Praxiswissen Drupal 7, O'Reilly. Turtschi, Ralf: Mediendesign. Niggli AG.
Weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch und/oder Englisch angeboten.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	M07
Titel	Unternehmensführung / Business Management
Credits	5 Cr
Präsenzzeit	2 SWS SU + 2 SWS Ü
Lerngebiet	Fachübergreifende Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden kennen methodische Grundlagen der operativen und strategischen Unternehmensführung und -entwicklung. Anhand von Fallbeispielen haben sie Methoden erprobt und kennen die Erfolgs- und Misserfolgskriterien, die Chancen und Risiken erfolgreicher zukunftsorientierter und nachhaltiger Unternehmensführung.
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	2. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht und Arbeit an Fallbeispielen
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	Hinweis: Innerhalb der Belegzeit müssen die Lehrenden die Modalitäten für alle Leistungsnachweise eines Moduls schriftlich und nachvollziehbar bekannt geben. Dazu gehören insbesondere Art, Umfang und Termine der geforderten Leistungsnachweise, ggf. Anforderungen hinsichtlich der studentischen Mitarbeit im Rahmen des Moduls sowie die Kriterien für die Festlegung der Modulnote. Zur Erteilung der Note ist die erfolgreiche Beurteilung der Übung erforderlich.
Ermittlung der Modulnote	SU: Hausarbeit Übung
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<p>Management als Funktion und Institution</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Historische Entwicklung der Führungslehre – von Taylor über die Hawthorne Studien zur team- und projektorientierten Führung komplexer Organisationen</li> <li>▪ Managementethische Orientierung</li> </ul> <p>Unternehmensführung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Unternehmensverfassung</li> <li>▪ Strategische Planung – Methoden, Fallbeispiele bei Gründung / Neuausrichtung</li> <li>▪ Operative Planung – Methoden, Fallbeispiele</li> <li>▪ Vorgehensmodelle und Einzelmethoden der Entscheidungsfindung</li> </ul> <p>Organisation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundmodelle organisatorischer Strukturgestaltung</li> <li>▪ Zwischenbetriebliche Zusammenarbeit</li> <li>▪ Organisatorische Veränderungen unter besonderer Berücksichtigung der Globalisierung</li> <li>▪ Visuelle Unternehmen / projektbezogene Unternehmen</li> </ul> <p>Arbeit an Fallbeispielen</p>
Literatur	<p>Staehe, Wolfgang u.a.: Management – eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive. München: Vahlen, aktuellste Auflage.</p> <p>Aktuelle Literatur wird von der Lehrkraft zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</p>
Weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch und/oder Englisch angeboten.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	M08
Titel	Interkulturelle Kompetenz / Tutoring I / Crosscultural Competence / Tutoring I
Kreditpunkte / Credits	5 Cr
Präsenzzeit	2 SWS SU
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden erwerben Kenntnisse über ihre eigene kulturelle Identität, um ihre Perspektiven, Sichtweisen und Erwartungen mit denen von Menschen aus anderen Kulturkreisen vergleichen zu können. Barrieren der interkulturellen Kommunikation werden sichtbar und leichter bewältigt, der Mehrwert interkultureller Vielfalt wird erkannt. Sie sind in der Lage, strukturelle Spezifika anderer Kulturen zu erkennen und interpersonelle Konflikte zu vermeiden oder zu lösen, um erfolgreich inner- und überbetriebliche Aufgaben technologischer und wirtschaftlicher Art zu bewältigen. Sie erwerben die Kompetenz, ein selbst entwickeltes Lehr-Lernkonzept im Team an Bachelorstudierenden zu erproben und die Erfahrungen – auch unter dem Gesichtspunkt der interkulturellen Kompetenz – kritisch zu reflektieren. Sie erkennen Verbesserungspotenziale und können diese in ein verändertes didaktisches Design überführen.
Voraussetzungen	Teilnahme an einer Gruppe im Modul Lehr-Lernkonzepte, 1. Semester
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Niveaustufe	2. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht / Gruppenarbeit
Status	Pflichtmodul
Lerngebiet	Sozial- und Methodenkompetenz
Prüfungsform / Leistungsnachweise	<u>Hinweis:</u> Innerhalb der Belegzeit müssen die Lehrenden die Modalitäten für alle Leistungsnachweise eines Moduls schriftlich und nachvollziehbar bekannt geben. Dazu gehören insbesondere Art, Umfang und Termine der geforderten Leistungsnachweise, ggf. Anforderungen hinsichtlich der studentischen Mitarbeit im Rahmen des Moduls sowie die Kriterien für die Festlegung der Modulnote.
Ermittlung der Modulnote	SU: Klausur
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	Möglichkeiten eines Auslandssemesters im Rahmen des Masterstudiums, Vorgehensweisen. Auswertung von Erfahrungen anderer Masterstudierender mit Auslandserfahrung. Einführung in die Kulturforschung: Kulturstandards und -werte, Kulturdimensionen, Kulturschock, Konzept des Diversity Managements u.a.m. Unterscheidungsmerkmale der Tätigkeit im Inland von der im internationalen Umfeld; Generelle Kriterien und Vorgehensweisen zur Vor- und Nachbereitung eines erfolgreichen Auslandseinsatzes. Umgang mit Menschen unterschiedlicher Mentalitäten und kultureller Prägungen; Aspekte des interkulturellen Managements <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kommunikation</li> <li>▪ Mitarbeiterführung</li> <li>▪ Konflikt</li> <li>▪ Verhandlung</li> <li>▪ Unternehmenskultur</li> </ul> Der Schwerpunkt der Projektarbeiten befindet sich an der Schnittstelle des Masterstudiengangs zum Bachelorstudiengang. Als „Tutoren“ führen die Studierenden in Teams Workshops für Bachelorstudierende durch und erproben und verbessern damit ihre Lehr-Lernkompetenz. Die Ergebnisse der Reflektion fließen in die Folgeveranstaltung ein.
Literatur	Aktuelle Literatur wird von der Lehrkraft zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Weitere Hinweise	Das Modul wird auf Deutsch oder Englisch angeboten

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	M09
Titel	Datenbankgestütztes Publizieren / Database Publishing
Credits	5 Cr
Präsenzzeit	2 SWS SU + 2 SWS Ü
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden kennen die automatisierte bzw. crossmediale Produktion aus großen Datenbeständen heraus, sowie die Trennung von Datenerfassung und -speicherung von der Datenverwendung.
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	2. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht, Übungen
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	<u>Hinweis:</u> Innerhalb der Belegzeit müssen die Lehrenden die Modalitäten für alle Leistungsnachweise eines Moduls schriftlich und nachvollziehbar bekannt geben. Dazu gehören insbesondere Art, Umfang und Termine der geforderten Leistungsnachweise, ggf. Anforderungen hinsichtlich der studentischen Mitarbeit im Rahmen des Moduls sowie die Kriterien für die Festlegung der Modulnote.
Ermittlung der Modulnote	SU: Referat oder Hausarbeit Übung: Übungsaufgaben
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	Datenbanken für Medieninhalte Datenstrukturierung Auszeichnungssprachen Medien-neutrale Datenerfassung Mehrfachverwendung von Daten Automatisierte Vorlagenerstellung Praktische Anwendungen Print & Digital
Literatur	Aktuelle Literatur wird von der Lehrkraft zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch und/oder Englisch angeboten.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	M10
Titel	Forschung und Entwicklung / Research and Technology Development
Credits	5 Cr
Präsenzzeit	4 SWS SU
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden bekommen einen Überblick über die Tätigkeit in Forschung und Entwicklung und sie lernen exemplarisch, sich mit technischen Problemen auseinanderzusetzen und eine Modelllösung zu entwerfen.
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	2. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	<u>Hinweis:</u> Innerhalb der Belegzeit müssen die Lehrenden die Modalitäten für alle Leistungsnachweise eines Moduls schriftlich und nachvollziehbar bekannt geben. Dazu gehören insbesondere Art, Umfang und Termine der geforderten Leistungsnachweise, ggf. Anforderungen hinsichtlich der studentischen Mitarbeit im Rahmen des Moduls sowie die Kriterien für die Festlegung der Modulnote.
Ermittlung der Modulnote	SU: Klausur
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	Einführung in die F&E-Arbeit und die Literaturrecherche Modellierung und Darstellung technischer Probleme anhand eines vereinfachten Modells Modellbeispiel für den grafischen Bereich (Modelle für die Messung von Farbtrapping)
Literatur	Themenspezifische Literatur wird von den Studierenden selbst recherchiert. Aktuelle Literatur wird von der Lehrkraft zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch und/oder Englisch angeboten.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	M11
Titel	Kommunikationskonzepte / Concepts of Communication
Credits	10 Cr
Präsenzzeit	2 SWS SU + 2 SWS Ü
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Ziel des Moduls ist die Beherrschung einer voll integrierten Pitchpräsentation auf Basis eines Kampagnen-Briefings für eine gemeinnützige Institution oder auch ein Unternehmen aus der Wirtschaft. Dabei sollen möglichst viele bereits erlernte Kompetenzen zu einem sinnvollen Ganzen zusammengeführt und zu einem schlüssigen Endergebnis gebracht werden.
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	2. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht Projekt-Arbeit in einzelnen Entwicklungsstufen, Gruppen von 4 bis 6 Studenten
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	<u>Hinweis:</u> Innerhalb der Belegzeit müssen die Lehrenden die Modalitäten für alle Leistungsnachweise eines Moduls schriftlich und nachvollziehbar bekannt geben. Dazu gehören insbesondere Art, Umfang und Termine der geforderten Leistungsnachweise, ggf. Anforderungen hinsichtlich der studentischen Mitarbeit im Rahmen des Moduls sowie die Kriterien für die Festlegung der Modulnote.
Ermittlung der Modulnote	Integriertes Modul; Klausur, Projekt
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	Es werden alle Abläufe integriert, wie sie in einer Kommunikationsagentur stattfinden: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interpretation des Kunden-Briefings / Debrief</li> <li>- Zielgruppen und Marktanalyse per Desk-Research und Straßenreportage</li> <li>- Ableitung des Markenmodells</li> <li>- Entwicklung Kreativ-Briefing</li> <li>- Entwicklung einer Leitidee</li> <li>- Mediaplanung anhand einer Consumer-Journey</li> <li>- Entwicklung und Ausarbeitung erster kommunikativer Maßnahmen</li> <li>- Überprüfung der Kampagne im Umfeld</li> <li>- Entwicklung und Ausarbeitung aller kommunikativen Maßnahmen</li> <li>- Detaillierte Ausarbeitung einer attraktiven, überzeugenden Präsentationsargumentation</li> <li>- Rehearsal(s)</li> <li>- Präsentation</li> <li>- agiles Vorgehensmodell</li> </ul>
Literatur	Detlev Hagemann, Georg Obermayr, Matthias Günther: Agiles Publishing Heribert Meffert: „Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung“ J.-R. v. Matt: „Momentum“ Kevin Roberts: „The Lovemarks Effect“ Aktuelle Literatur wird von der Lehrkraft zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch und/oder Englisch angeboten.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	M12
Titel	E-Business und Online-Marketing / E-Business and Online-Marketing
Credits	5 Cr
Präsenzzeit	2 SWS SU + 2 SWS Ü
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden erkennen die Chancen, die sich im Rahmen des E-Business und des Online-Marketing für Unternehmen aus der Investitionsgüter-, Konsumgüter- und Dienstleistungsbranche sowie für Non-Profit-Organisationen ergeben. Sie kennen die Rahmenbedingungen, die für nationale und internationale Online-Kommunikation über digitale Informationsnetze gelten.</p> <p>Sie verfügen über die Kompetenz, die klassischen Marketinginstrumente in die Online-Welt zu übertragen und das Potenzial neuer Kommunikationsformen zu erkennen. Sie sind in der Lage, Online-Marktforschung anzuwenden und darauf aufbauend ein integriertes Marketingkonzept aus Sicht einer Agentur zu entwickeln.</p>
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	3. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht und Übung
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	<p><u>Hinweis:</u> Innerhalb der Belegzeit müssen die Lehrenden die Modalitäten für alle Leistungsnachweise eines Moduls schriftlich und nachvollziehbar bekannt geben. Dazu gehören insbesondere Art, Umfang und Termine der geforderten Leistungsnachweise, ggf. Anforderungen hinsichtlich der studentischen Mitarbeit im Rahmen des Moduls sowie die Kriterien für die Festlegung der Modulnote.</p>
Ermittlung der Modulnote	<p>SU: Klausur</p> <p>Übung: Hausarbeit, Referat</p>
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<p>E-Business</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen des E-Business (Informationstechnik, Informationstechnologie, Informationsaustausch, Informationswettbewerb)</li> <li>▪ Analysen im E-Business (Produktanalyse, Kundenanalyse, Wettbewerbsanalyse, Lieferantanalyse, Strategieanalyse)</li> <li>▪ Prozesse im E-Business (Prozessanforderungen, Prozessgestaltung, Prozessmanagement für Online-Produktsuche, Online-Kauf, Online-Bezahlung, Online-Auftragsbearbeitung, Online-Produktauslieferung, Online-Controlling)</li> <li>▪ Beispiele und Geschäftsmodelle</li> </ul> <p>Online-Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen: Technik, Medien, Kommunikation, Wettbewerb</li> <li>▪ Methoden der Online-Marktforschung</li> <li>▪ Produktpolitik: Produktanalyse, Nachfrageranalyse, Strategieanalyse</li> <li>▪ Preispolitik: Preissetzung, Preisfindung, Preisvergleich</li> <li>▪ Vertriebspolitik: Vertriebsziele, Vertriebsprozesse, Vertriebsmanagement</li> <li>▪ Kommunikationspolitik: Kundengewinnung, -bewertung, -bindung</li> <li>▪ Integrierte Marketingkonzepte und Fallbeispiele</li> </ul>
Literatur	<p>Kollmann, Tobias: Online-Marketing. Grundlagen der Absatzpolitik in der Net Economy, Kohlhammer Stuttgart</p> <p>Kollmann, Tobias: E-Business. Grundlagen elektronischer Geschäftsprozesse in der Net Economy. Gabler Wiesbaden</p> <p>Laudon K.C. / Traver C.G.: E-Commerce 2011. Business. Technology Society. Pearson Essex</p> <p>Weitere aktuelle Literatur wird zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</p>



Weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch und/oder Englisch angeboten.
------------------	------------------------------------------------------------

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	M13
Titel	Personalmanagement / Tutoring II / Human Resources Management / Tutoring II
Kreditpunkte / Credits	5 Cr
Präsenzzeit	2 SWS SU + 2 SWS Ü
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden kennen die wesentlichen Maßnahmen zur Bereitstellung, Entwicklung und Aufrechterhaltung von Mitarbeiterpotentialen und deren Bedeutung für die Tätigkeit als Führungskraft mit Personal- und/oder Projektverantwortung.</p> <p>Sie kennen Instrumente zur Mitarbeiterauswahl und zur Teamzusammensetzung sowie zur Beeinflussung von Arbeitsmotivation und Arbeitsleistung.</p> <p>Sie erwerben die Kompetenz, ein Seminar wiederholt an Bachelorstudierenden zu erproben, Änderungen und ihre Einflussfaktoren zu erkennen und mögliche Maßnahmen zur langfristigen Motivation von Mitarbeitern zur kontinuierlichen Weiterbildung und zum selbstgesteuerten Lernen zu erkennen. Außerdem lernen sie die Fähigkeit, Feedback im Team zu geben und Feedback als Ressource für die eigene persönliche Weiterentwicklung zu nutzen.</p>
Voraussetzungen	Teilnahme an einer Gruppe im Modul Lehr-Lernkonzepte, 1. Semester
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Niveaustufe	3. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht / Gruppenarbeit
Status	Pflichtmodul
Lerngebiet	Sozial- und Methodenkompetenz
Prüfungsform / Leistungsnachweise	<p><u>Hinweis:</u> Innerhalb der Belegzeit müssen die Lehrenden die Modalitäten für alle Leistungsnachweise eines Moduls schriftlich und nachvollziehbar bekannt geben. Dazu gehören insbesondere Art, Umfang und Termine der geforderten Leistungsnachweise, ggf. Anforderungen hinsichtlich der studentischen Mitarbeit im Rahmen des Moduls sowie die Kriterien für die Festlegung der Modulnote.</p>
Ermittlung der Modulnote	SU: Präsentation, Projekt
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<p>Theoretische Grundlagen und praktische Anwendungsbeispiele mit Schwerpunkt auf die Medienbranche und die Digitale Wirtschaft in den Themengebieten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompetenz- und Personalplanung</li> <li>• Personalrekrutierung/E-Recruiting</li> <li>• Vorgehensweisen der Personalauswahl und Zusammensetzung des Auswahlteams</li> <li>• Personalentwicklung und Personalbeurteilung</li> <li>• Bedeutung und Durchführung von anlassfreien Mitarbeitergesprächen</li> <li>• Personalführung und Kommunikation</li> <li>• Aspekte der Motivation und Arbeitszufriedenheit</li> <li>• Gender- und diversityspezifische Aspekte des Personalmanagements</li> <li>• Fehlzeiten und ihr Potenzial für Verbesserungen der Führung</li> <li>• Gesundheit und Work-Life Balance</li> <li>• Erkennen, bewerten und bearbeiten von Konflikten</li> <li>• Umgang mit Kündigungen</li> </ul> <p>Der Schwerpunkt der Projektarbeiten befindet sich an der Schnittstelle des Masterstudiengangs zum Bachelorstudiengang. Als „Tutoren“ führen die Studierenden in Teams Workshops für Bachelorstudierende durch und erproben und verbessern damit ihre Lehr-Lernkompetenz. Die Ergebnisse der Reflektion fließen in die Folgeveranstaltung ein.</p>
Literatur	Aktuelle Literatur wird von der Lehrkraft zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Weitere Hinweise	Das Modul wird auf Deutsch oder Englisch angeboten

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	M14
Titel	Innovation und Investition / Innovation and Investment
Credits	5 Cr
Präsenzzeit	4 SWS SU
Lerngebiet	Fachübergreifende Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden kennen die Bedeutung und die Vorgehensweise des Innovationsmanagements, die Voraussetzungen zur Entscheidungsfindung und die Umsetzung von Investitionsmaßnahmen.
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	3. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht und Arbeit an Fallbeispielen
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Sommersemester
Prüfungsform	Hinweis: Innerhalb der Belegzeit müssen die Lehrenden die Modalitäten für alle Leistungsnachweise eines Moduls schriftlich und nachvollziehbar bekannt geben. Dazu gehören insbesondere Art, Umfang und Termine der geforderten Leistungsnachweise, ggf. Anforderungen hinsichtlich der studentischen Mitarbeit im Rahmen des Moduls sowie die Kriterien für die Festlegung der Modulnote.
Ermittlung der Modulnote	SU: Klausur und Gruppenarbeit
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<p>Innovation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bedeutung (Produkt- und Prozessinnovationen)</li> <li>▪ Quellen (Patente, Kunden, Lieferanten, Kreativitätsproz.)</li> <li>▪ Zusammenarbeit mit Forschungspartnern (Hochschulen, Forschungseinrichtungen)</li> <li>▪ Der Innovationsprozess</li> <li>▪ Management von Innovationsprozessen</li> </ul> <p>Investition</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Die Investitionsentscheidung</li> <li>▪ Die Investitionsrechnung</li> <li>▪ Grundlagen, Zinsberechnungen</li> <li>▪ Dynamische Verfahren am Beispiel der Kapitalwertmethode</li> <li>▪ Statische Verfahren am Beispiel der Kostenvergleichsrechnung</li> </ul> <p>Finanzierung und Kapitalbeschaffung Vorgehensweise an einem Fallbeispiel</p>
Literatur	<p>Hauschildt, Jürgen: Innovationsmanagement, aktuellste Auflage. München: Verlag Vahlen.</p> <p>Aktuelle Literatur wird von der Lehrkraft zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</p>
Weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch und/oder Englisch angeboten.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	M15
Titel	Information/Interface Design / Information/Interface Design
Credits	5 Cr
Präsenzzeit	2 SWS SU + 2 SWS Ü
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	<p>Die Studierenden können komplexe Probleme des Interface Designs lösen und Informationen verständlich, rasch erfassbar und gut auffindbar in visuellen Systemen zusammenzufassen. Sie entwickeln bereits erworbene, tiefgreifende Kenntnisse zur plattformübergreifenden Konzeption und Gestaltung von Interface Design für interaktive Anwendungen weiter.</p> <p>Anhand einer konkreten Themenstellung werden wichtige Aspekte des Information Design in interaktiven Medien praxisbezogen erprobt. Mittels verschiedener Lernetappen – mit unterschiedlichem Fokus – werden schrittweise komplexe Gestaltungsaufgaben und Projektanforderungen interaktiver Anwendungen angewendet. Die Studierenden entwickeln eine anspruchsvolle, interaktive Anwendung, die ein komplexes Thema mit visuellen Mitteln und insbesondere unter Einbeziehung von Nutzerinteraktion zeitgemäß und attraktiv vermittelt.</p> <p>Referate mit Workshop-Charakter zu wichtigen Themenaspekten dienen der inhaltlichen Vertiefung und der Entwicklung der Präsentationsfähigkeiten.</p> <p>Die Urteilskraft in Theorie und Praxis im Umgang mit den Medien wird geschärft. Analytisch-kritische, theoretische, organisatorische und praktische Kompetenzen werden weiter ausgebildet. Die Studierenden werden befähigt anwenderorientiert, praxisorientiert und interdisziplinär zu arbeiten.</p>
Voraussetzungen	Keine
Niveaustufe	3. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht, Projekte
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	<u>Hinweis:</u> Innerhalb der Belegzeit müssen die Lehrenden die Modalitäten für alle Leistungsnachweise eines Moduls schriftlich und nachvollziehbar bekannt geben. Dazu gehören insbesondere Art, Umfang und Termine der geforderten Leistungsnachweise, ggf. Anforderungen hinsichtlich der studentischen Mitarbeit im Rahmen des Moduls sowie die Kriterien für die Festlegung der Modulnote.
Ermittlung der Modulnote	SU Übung: Projekt
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<p>Screen- und Interface-Design digitaler Medien unter Einbeziehung folgender Aspekte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Medienarten, interaktive Medienapplikationen und interaktive Mediensysteme</li> <li>▪ Informationsarchitektur (Struktur, Navigation, Benutzerführung)</li> <li>▪ Strukturierung / Komposition (Wireframes, Flowcharts)</li> <li>▪ Informationsvisualisierung (Methoden zur Planung, Strukturierung und Visualisierung von komplexen Daten und Prozessen)</li> <li>▪ Kompositionsregeln, medienadäquate/medienoptimale Gestaltung</li> <li>▪ Digitaler Content (Gestaltung und Aufbereitung statischer, dynamischer und interaktiver Inhalte)</li> <li>▪ Animation und Bewegtbild (vor allem im Spannungsfeld von Raum, Zeit, Dynamik, Dramaturgie, Timing, usw.)</li> <li>▪ Interaktionsdesign (Methoden, linear vs. nonlinear, Orientierung, nutzerorientiertes Design, Ergonomie und Usability,)</li> <li>▪ Konzeption und Entwurf (grafische Grundbausteine des Interface Designs, Abstraktion und Visualisierung)</li> <li>▪ Interface Design im interdisziplinären Kontext</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interface Design im Alltag und an Alltagsgegenständen</li> <li>▪ Aufbereitung, Präsentation und Strukturierung von Informationen</li> <li>▪ Empirische Daten und Studien zu Internet, mobilen, crossmedialen Anwendungen und medienübergreifendem, integriertem Marketing</li> </ul> <p>Übung/Projekt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lösung hochkomplexer Aufgaben der visuellen Gestaltung von anspruchsvollen, zeitgemäßen, ästhetisch attraktiven und interaktiven Anwendungen. Diese Anwendungen müssen dem aktuellen Stand der Technik sowie dem modernen Designtendenzen entsprechen.</li> </ul>
Literatur	<p>Torsten Stapelkamp: Screen- und Interfacedesign. Gestaltung und Usability für Hard- und Software, Springer Verlag</p> <p>Jenn &amp; Ken Visocky O'Grady: The Information Design Handbook, F &amp; W Publications</p> <p>R. Klanten, N. Bourquin, S. Ehrmann: Data Flow: Visualising Information in Graphic Design, Die Gestalten Verlag</p> <p>Richard Saul Wurman und Peter Bradford: Information Architects - The Design of Information to Improve, Clarify and Facilitate the Process of Communication, Gingko Press</p> <p>Alan Cooper, Robert Reimann und David Cronin: About Face 3 -The Essentials of Interaction Design, John Wiley &amp; Sons</p> <p>Jenifer Tidwell: Designing Interfaces, O'Reilly Media</p> <p>Aktuelle Literatur wird von der Lehrkraft zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.</p>
Weitere Hinweise	<p>Empfehlung: bestehende Kenntnisse zu den Grundlagen des Interface Design und den damit verbundenen Grundlagen von Information Architektur, Interaction Design. Grundlegende Kenntnisse über die Historie der Entwicklung von multimedialen Anwendungen und dem Internet. Vertrautheit mit aktuellen Entwicklungen, den Fachmedien und aktuellen Diskussionen.</p> <p>Gute Englischkenntnisse in Schrift und Sprache werden vorausgesetzt.</p> <p>Dieses Modul wird auf Deutsch und/oder Englisch angeboten.</p>

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	M17
Titel	Abschlussprüfung / Final Examination 17.1 Master-Arbeit / Bachelor Thesis 17.2 Mündliche Abschlussprüfung / Oral Examination (Abschlussprüfung gemäß jeweils gültiger Rahmenprüfungsordnung)
Credits	30 Cr
Präsenzzeit	2 SWS Ü und 45 – 60 Minuten Mündliche Abschlussprüfung
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Master-Arbeit Selbstständige Bearbeitung eines anspruchsvollen wissenschaftlichen Projektes mit schriftlicher Ausarbeitung einschl. deutscher und/oder englischer Zusammenfassung. Mündliche Abschlussprüfung Die mündliche Abschlussprüfung orientiert sich schwerpunktmäßig an den Fachgebieten der Abschlussarbeit sowie an den Inhalten des Master-Studiums. Durch sie soll festgestellt werden, ob der/die Studierende Methodenwissen in den Fachgebieten des Master-Studiums besitzt, das ihn/sie zu wissenschaftlicher Arbeit in diesem Arbeitsgebiet befähigt, und ob er/sie die Ergebnisse der Abschlussarbeit in einem größeren Fachkontext selbständig kritisch hinterfragen kann.
Voraussetzungen	Zulassung gemäß jeweils gültiger Rahmenprüfungsordnung.
Niveaustufe	4. Studienplansemester
Lernform	Master-Arbeit Wissenschaftliche Arbeit; die Betreuung erfolgt durch den/die Betreuer/in der Master-Arbeit in seminaristischer Form Mündliche Abschlussprüfung Präsentation (ca. 15 min) und mündliche Prüfung
Status	Pflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Jedes Semester
Prüfungsform	Abschlussprüfung
Ermittlung der Modulnote	Benotung der Abschlussarbeit und der Abschlussprüfung durch die Prüfungskommission
Anerkannte Module	Keine
Inhalte	Master-Arbeit Lösung praxisnaher Problemstellungen mit wissenschaftlichen Methoden Mündliche Abschlussprüfung Verteidigung der Master-Arbeit und ihrer Ergebnisse in kritischer Diskussion; Präsentationstechniken
Literatur	Fachspezifisch
Weitere Hinweise	Master-Arbeit Dauer der Bearbeitung: 5 Monate Abschlussprüfung Nach Vereinbarung zwischen Prüfling und Prüfungskommission kann die Abschlussprüfung auch auf Englisch erfolgen.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	WP01
Titel	Forschung und Entwicklung Druck / Research and Development of Printing Technologies
Credits	10 Cr
Präsenzzeit	2 SWS SU + 4 SWS UE
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	Die Studierenden sind in der Lage, Forschungsprojekte zu planen und zu leiten.
Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss des Moduls Forschung und Entwicklung
Niveaustufe	3. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht und Übungen
Status	Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	<u>Hinweis:</u> Innerhalb der Belegzeit müssen die Lehrenden die Modalitäten für alle Leistungsnachweise eines Moduls schriftlich und nachvollziehbar bekannt geben. Dazu gehören insbesondere Art, Umfang und Termine der geforderten Leistungsnachweise, ggf. Anforderungen hinsichtlich der studentischen Mitarbeit im Rahmen des Moduls sowie die Kriterien für die Festlegung der Modulnote.
Ermittlung der Modulnote	Integriertes Modul; Klausur, Gruppenarbeit
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<p>Vertiefung in die Tätigkeit im Bereich Forschung und Entwicklung.</p> <p>Vertiefung des Fachs Forschung und Entwicklung anhand einer konkreten Forschungs- und Entwicklungsaufgabe. In diesem Zusammenhang werden folgende Schritte durchlaufen:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1-Schilderung und Beschreibung des Problems</li> <li>2-Breite Recherche aus wissenschaftlichen Textquellen</li> <li>3--Feststellung der Stand der Technik</li> <li>4-Stärke und Schwäche der bereits existierenden Lösung/en</li> <li>5-Entwurf einer eigenen Modelllösung</li> <li>6-Beschreibung der Randbedingungen und Working Area</li> <li>7-Simulation</li> <li>8-Praxistest</li> <li>9-Messtechnik und Auswertung</li> <li>10-Bewertung des eigenen Modells und Ausblick</li> </ol> <p>Modellbeispiele für grafische Bereich (Modelle für die Messung von Registervariationen, Modelle für die Messung von Farbtrapping, Modelle für die Messung der automatischen CTP-Kalibrierung, Modelle für die Farbproduktion im Digitaldruck (Dot off Dot))</p>
Literatur	Themenspezifische Literatur wird von den Studierenden selbst recherchiert. Aktuelle Literatur wird von der Lehrkraft zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Weitere Hinweise	Dieses Modul wird auf Deutsch und/oder Englisch angeboten.

Datenfeld	Erklärung
Modulnummer	WP02
Titel	Forschung und Entwicklung Medien / Research and Development of Media Technologies
Credits	10 Cr
Präsenzzeit	2 SWS SU + 4 SWS UE
Lerngebiet	Fachspezifische Vertiefung
Lernziele / Kompetenzen	<p>Es werden die neuesten Entwicklungen im Medienbereich sowie in den Bereichen Medienforschung und Medienpsychologie vorgestellt, analysiert und diskutiert. Der Schwerpunkt liegt auf der eigenständigen Forschung im Bereich interaktiver Medien, Medienforschung, HCI, Design und der dazugehörigen aktuellen Technologien.</p> <p>Die Studierenden kennen die wesentlichen weltweiten Forschungseinrichtungen, digitale Publikationsplattformen und Fachkongresse für die o.g. Bereiche. Darüber hinaus wissen Sie, wie eine wissenschaftliche Publikation in diesen Fachgebieten aufgebaut ist.</p>
Voraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss des Moduls Forschung und Entwicklung
Niveaustufe	3. Studienplansemester
Lernform	Seminaristischer Unterricht, Seminar, Übung
Status	Wahlpflichtmodul
Häufigkeit des Angebotes	Wintersemester
Prüfungsform	<p><u>Hinweis:</u> Innerhalb der Belegzeit müssen die Lehrenden die Modalitäten für alle Leistungsnachweise eines Moduls schriftlich und nachvollziehbar bekannt geben. Dazu gehören insbesondere Art, Umfang und Termine der geforderten Leistungsnachweise, ggf. Anforderungen hinsichtlich der studentischen Mitarbeit im Rahmen des Moduls sowie die Kriterien für die Festlegung der Modulnote.</p>
Ermittlung der Modulnote	Integriertes Modul; Klausur, Übungen, Projekt
Anerkannte Module	Module vergleichbaren Inhalts
Inhalte	<p>Neue Entwicklungen sowohl auf dem Markt als auch in der Forschung in den Bereichen interaktive Medien, Medienforschung, Medienpsychologie, HCI, Design und aktuellen Technologien.</p> <p>Führende weltweite Forschungseinrichtungen, Marktanalyseinstitute und Verbände im Bereich digitaler Medien.</p> <p>Techniken des Verfassens wissenschaftlicher Beiträge für die o.g. Fachgebiete.</p>
Literatur	Aktuelle Literatur wird von der Lehrkraft zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.
Weitere Hinweise	<p>Dieses Modul wird auf Deutsch und/oder Englisch angeboten.</p> <p>Empfehlung: Gute Englischkenntnisse Schrift/Sprache</p>