

der Bundeswehr
Universität  **München**

Universität der Bundeswehr München
Werner-Heisenberg-Weg 39
85577 Neubiberg

Modulhandbuch des Studiengangs

Management und Medien
(Master of Arts)

an der
Universität der Bundeswehr München

(Version 2016)

Inhaltsverzeichnis

Pflichtmodule Studienrichtung Journalistik - MM 2016

2000 Journalismusforschung im Medienwandel.....	4
2001 Journalistische Kern- und Handlungskompetenzen.....	7
2002 Journalistisches Kolloquium.....	10

Pflichtmodule Studienrichtung Strategische Kommunikation: Sektorale / Organisationale Ebene - MM 2016

2003 Markt- und Markenkommunikation.....	13
2004 NPO: Non-Profit- und politische Kommunikation.....	15
2005 Kampagnen, Krisen- und Issuemanagement.....	17

WPFL für beide Studienrichtungen: HAW-Bereich - MM 2016

2008 Interkulturelle Kommunikation.....	20
2010 Führung: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung.....	22
2011 Entscheidungsunterstützung.....	24
2012 IT-Projekte.....	25
2014 Investition und Finanzierung in Medienunternehmen.....	27
2015 Controlling in Medienunternehmen.....	29
2017 Krisenkommunikation und Konfliktmanagement am Beispiel unterschiedlicher Organisations- und Praxisfelder.....	31
2018 Öffentliche Finanzen in der Demokratie.....	33
2019 Angewandte Wirtschaftspolitik.....	35
2020 Evaluation und Bewertung sowie qualitative und quantitative Forschungs- und Auswertungsmodelle.....	38
2021 Aktuelle Rechtsprobleme aus dem Medien- und Wirtschaftsrecht.....	40
2022 Folgen der Internationalisierung des nationalen Rechts.....	41
2023 Psychologie im Projektmanagement.....	42
2025 System Dynamics.....	44
2026 Unternehmensplanspiel TOPSIM Global Management.....	46
2026 Unternehmensplanspiel TOPSIM Global Management.....	48
2027 Finanzierung in Medienunternehmen.....	50
2028 Strategisches Management II.....	52
2029 Businessplan.....	54
2031 Strategisches Management.....	56
2032 Medien und Migration.....	58

WPFL Uni-Bereich - MM 2016

1047 IT-Management.....	60
1156 Entwicklung von Geschäftsmodellen.....	62

1164	Rechnergestützte Gruppenarbeit.....	64
1167	Mensch-Computer-Interaktion.....	66
1360	IT-Governance.....	68
1362	Innovationsmanagement Digitaler Medien.....	70
1500	Mensch-Computer-Interaktion.....	71
1528	Anerkennung auswärtiger Prüfungsleistung.....	73
Masterarbeit - MM 2016		
2024	Master-Arbeit MM.....	74
Studium plus - MM 2016		
1008	Seminar Studium plus, Training *).....	76

Modulname	Modulnummer
Journalismusforschung im Medienwandel	2000

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Judith Pies	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20001	VÜ	1. Theorien des Medienwandels: Hier wird theoretisches Basiswissen zur Analyse des Medienwandels vermittelt.	Pflicht	4
20002	VÜ	2. Praxis des Medienwandels: Die Konzeption und Durchführung eines eigenen Forschungsprojekts zum Medienwandel steht im Zentrum.	Pflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Qualifikationsziele

Die Studierenden lernen Theorien und Ergebnisse kennen, die den Medien- und Journalismuswandel multiperspektivisch thematisieren. Je nach Thema können auch innovative Produkte und Produktionsweisen anwendungsbezogen entwickelt und analysiert werden. Die Studierenden erwerben Kompetenzen, um sich innerhalb eines Medienmarktes, der von permanenter Veränderung gekennzeichnet ist, pro-aktiv zu verhalten. Ziel ist es, dass die Studierenden den Medienwandel in der täglichen Medienarbeit nicht nur reaktiv nachvollziehen, sondern Innovationskompetenz besitzen, die es ihnen erlaubt, in ihrer täglichen Arbeit die neuen Optionen selbstständig zu erschließen. Dies qualifiziert sie für Leitungsfunktionen innerhalb von Medienunternehmen.

Inhalt

Journalismus im Medienwandel verändert sich auf nationaler und internationaler Ebene grundlegend: Der Wandel betrifft sowohl die Arbeit der Kommunikatoren als auch das Funktionsfeld Öffentlichkeit. Theoretische Konzepte zum Medienwandel werden vorgestellt, darüber hinaus wird gemeinsam mit Studierenden ein eigenes Forschungsprojekt zum Medienwandel entwickelt und durchgeführt. Die Studierenden erwerben so Kompetenzen zu eigenständigen Forschungsleistungen in der Master-Arbeit.

Zu Theorien des Medienwandels:

Der Medienwandel im Journalismus betrifft sowohl die Arbeit der professionellen Kommunikatoren als auch ihr Publikum und ihre Quellen. Theorien und Modelle des Medienwandels, soziologische Grundlagen sowie Theorien und empirische Ergebnisse der Journalismus- und Publikumsforschung werden vermittelt. Im Vordergrund steht der gegenwärtige Medienwandel, der vor allem durch die Digitalisierung vorangetrieben wird.

Zu Praxis des Medienwandels:

Die Entwicklung eigener Forschungsdesigns zum Medien- und Journalismuswandel und deren Umsetzung in empirischen Projekten stehen im Mittelpunkt. Innovative mediale Produkte werden analysiert oder eigenständig entwickelt. Dabei wird auch die Mediennutzung mit einbezogen. Redaktionelle Strukturen werden konzipiert, durch die innovative Produkte und Produktionsweisen in der Praxis implementiert werden.

Literatur

- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press.
- Bruns, A. (2005). *Gatewatching. Collaborative Online News Production*. New York: Peter Lang.
- Castells, M. (2004). *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft*. Opladen: VS.
- Fengler, S. & Kretzschmar, S. (Hrsg.) (2009). *Innovationen im Journalismus*. Wiesbaden: VS.
- Kolodzy, J. (2006). *Convergence Journalism. Writing and Reporting across the News Media*. Oxford: Rowman & Littlefield Publishers.
- Kretzschmar, S. (2009). Media "to go": Die Flexibilisierung von Raum- und Zeitbezügen im Journalismus. In: Neuberger, C., Nuernbergk, C. & Rischke, M. (Hrsg.): *Journalismus im Internet. Profession - Partizipation – Technisierung*, S. 335-352. Wiesbaden: VS.
- Neuberger, C., Nuernbergk, C. & Rischke, M. (Hrsg.) (2009). *Journalismus im Internet: Profession – Partizipation – Technisierung*. Wiesbaden: VS.
- Neuberger, C. & Gehrau, V. (Hrsg.) (2011). *Studi VZ: Diffusion, Nutzung und Wirkung eines sozialen Netzwerks im Internet*. Wiesbaden: VS.
- Rosa, H. (2005). *Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstruktur in der Moderne*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.

Rössler, P., Kirchner, J. & Kretzschmar, S. (2011). Qualitätsmedien auf dem Weg in die digitale Zukunft. Programmangebote von deutschsprachigen Informationssendern im Vergleich. In: Blum, R., Bonfadelli, H., Imhof, K. & Jarren, O. (Hrsg.): Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation. Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien, S.65-77. Wiesbaden: VS.

Rusch, G. (2007). Mediendynamik. Explorationen zur Theorie des Medienwandels. In: Navigationen. 7. Jg., H. 1, S. 13-93.

Leistungsnachweis

Studienarbeit zum Projekt mit namentlich gekennzeichneten Teilen und Präsentation

Verwendbarkeit

Grundlage für eine Master-Arbeit im Bereich Journalistik

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester.

Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Journalistische Kern- und Handlungskompetenzen	2001

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Sonja Kretzschmar	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20011	VL	Qualitätsjournalismus in Theorie und Praxis	Pflicht	4
20012	VÜ	Aktuelle Medienentwicklung: a.) Innovationsjournalismus	Pflicht	2
20013	VÜ	Aktuelle Medienentwicklung: b.) E-Publishing	Pflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Qualifikationsziele

Der Master-Studierende in der Studienrichtung Journalistik wird vertraut gemacht mit Qualitätsjournalismus in Theorie und Praxis sowie mit der aktuellen Medienentwicklung, v.a. im Bereich des Social-Media-Contents und des E-Publishings, die in dem Veränderungsprozess durch die Digitalisierung und die Globalisierung am nationalen wie internationalen Medienmarkt für publizistisch Tätige relevant sind.

Inhalt

Journalistische Kern- und Handlungskompetenzen Qualitätsjournalismus in Theorie und Praxis:

In dieser Lehrveranstaltung steht der Qualitätsjournalismus in Theorie und Praxis im Mittelpunkt. Dabei soll journalistische Qualität anhand unterschiedlicher Dimensionen erklärt und anhand verschiedener Blickwinkel erörtert werden. Die Studierenden sollen dabei unterschiedliche Qualitätsmerkmale für den Print-, Radio, TV-, Online- und Multimedia-Bereich kennenlernen. Des Weiteren soll ein Einblick ins redaktionelle Qualitätsmanagement gegeben und internationale Vergleiche journalistischer Qualität behandelt werden. Die Analyse journalistischer Qualität soll dabei sowohl aus wissenschaftlicher Perspektive, als auch aus Sicht der Praxis erfolgen.

Aktuelle Medienentwicklung:

a.) Social-Media-Content

Der Begriff Social-Media-Content ist in aller Munde. In dieser Lehrveranstaltung, die als Kurs in der Virtuellen Hochschule Bayern konzipiert ist, beschäftigen sich die Studierenden mit der Definition dieses Begriffs, mit den Hintergründen der Entwicklung von der Individual- zur Social-Media-Kommunikation, mit Chancen und Risiken, die damit für Unternehmen und auch für Journalisten verbunden sind. Dabei wird Content-Qualität in den Mittelpunkt gerückt. Die Studierenden lernen unter anderem, wie Content für Social Media zielgruppengerecht konzipiert, erstellt und verbreitet wird – und wie journalistische Inhalte in den sozialen Medien klassische Medienplattformen wie Print, Radio und Fernsehen ergänzen. Neue Online-Medien wie Corporate Websites, Blogs und soziale Plattformen werden ebenfalls berücksichtigt. Präsenzveranstaltungen ergänzen das E-Learning.

b.) E-Publishing:

In dieser Veranstaltung, die als Kurs der Virtuellen Hochschule Bayern (vhb) konzipiert ist, geht es um die ökonomischen Grundlagen und inhaltlichen Ausrichtungen von Verlagen und wie sie sich mit der Digitalisierung verändert haben. Die Studierenden setzen sich zunächst theoretisch mit den Veränderungsprozessen auseinander. Mithilfe von Analysen innovativer E-Publishingformate und eigener Produktionen von Content befassen sie sich anschließend auch praktisch mit dem Kursinhalt. Präsenzveranstaltungen ergänzen das E-Learning.

Literatur

Qualitätsjournalismus in Theorie und Praxis

Anderson, P. J., Ogola, G. & Williams, M. (Hrsg.). (2014). *The Future of Quality News Journalism. A Cross-Continental Analysis*. New York: Routledge.

Arnold, K. (2009). *Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum*. Konstanz: UVK.

Meier, K. & Neuberger, C. (Hrsg.). (2013). *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven*. Baden-Baden: Nomos.

Neuberger, C. (2011). Definition und Messung publizistischer Qualität im Internet. Herausforderungen des Drei-Stufen-Tests. Berlin: Vistas.

Weischenberg, S., Loosen, W. & Beuthner, M. (Hrsg.). (2006). Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischen Kalkül und Sozialverantwortung. Konstanz: UVK.

Wyss, V. (2002). Redaktionelles Qualitätsmanagement. Konstanz: UVK.

Aktuelle Medienentwicklung: a.) Social-Media-Content

Goderbauer-Marchner, G. & Büsching, T. (2015). Social-Media-Content. Konstanz: UVK.

Michelis, D. & Schildhauer, T. (Hrsg.) (2015). Social-Media-Handbuch. Theorien, Methoden, Modelle und Praxis (3. Aufl). Baden-Baden: Nomos.

Aktuelle Medienentwicklung: b.) E-Publishing

Büsching, T. & Goderbauer-Marchner, G. (2014). E-Publishing Management. Wiesbaden, Springer.

Leistungsnachweis

Studienarbeit (inklusive Teilstudien) und sP - 90

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester.

Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Journalistisches Kolloquium	2002

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Sonja Kretzschmar	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20021	VÜ	1. Journalistisches Kolloquium: Theorien und Fragestellungen des nationalen und internationalen Journalismus (SU)	Pflicht	2
20022	VÜ	2. Journalistisches Kolloquium: Fragestellungen und Forschungsprojekte im nationalen und internationalen Journalismus (SU)	Pflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele

Die Studierenden lernen, Produkte einer globalen Medienwelt zu analysieren; daraus lassen sich Richtlinien ableiten, im globalen Medienmarkt selber verantwortungsvoll journalistisch zu handeln. Sie erwerben hier die erforderlichen Kompetenzen für spätere journalistische Leitungsfunktionen in Bundeswehrmedien, aber auch in Redaktionen, Newsrooms/ Newsdesks und weiteren crossmedial arbeitenden Medien- und Unternehmenskonzernen, die national oder international aufgestellt sind, in Behörden und Ministerien sowie als Korrespondenten.

Inhalt

In dieser Lehrveranstaltung befassen sich die Studierenden einerseits mit den Theorien und aktuellen Fragestellungen des nationalen und internationalen Journalismus und andererseits mit den Bearbeitungen dieser Fragestellungen in ausgewählten Forschungsprojekten. Die theoretische Herleitung der Fragestellung sowie die Datenerhebung, speziell auf internationaler Ebene, werden anhand von internationalen Beispielstudien aufgezeigt. So werden Rahmenbedingungen vermittelt, innerhalb derer die Studierenden in einem globalen Medienmarkt agieren.

Zu Theorien und Fragestellungen des nationalen und internationalen Journalismus:

Hier werden an unterschiedlichen Aspekten und Case Studies journalistische Kompetenzen und Gestaltungsvariationen vertieft mit dem Ziel, durch diese Befähigung den nationalen wie internationalen Journalismus und seine Veränderungen durch die Globalisierung und die damit verbundenen unterschiedlichen Kulturen zu verstehen und selbst als Agierender zu betreiben.

Zu Fragestellungen und Forschungsprojekte im nationalen und internationalen Journalismus:

Zentrale Fragestellungen der Journalistik und ihre Bearbeitung in internationalen und nationalen Forschungsprojekten werden beispielhaft aufgezeigt. Fragestellungen und Forschungsdesigns auf nationaler und internationaler Ebene gelten als Orientierung für die Bearbeitung eigener Forschungsfragen in der Masterarbeit.

Literatur

Esser, F. & Hanitzsch, T. (2012). *The Handbook of Comparative Communication Research*. New York: Routledge

Hafez, K. (2005). *Mythos Globalisierung: Warum die Medien nicht grenzenlos sind*. Wiesbaden: VS.

Hafez, K. (2011). Global Journalism for Global Governance? Theoretical Visions, Practical Constraints, in: *Journalism: Theory, Practice and Criticism* 12, 4, S. 483-496.

Hahn, O., Lönnendonker, J. & Schröder, R. (Hrsg.) (2008). *Deutsche Auslandskorrespondenten. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK.

Hepp, A., Krotz, F. & Winter, C. (2005). *Globalisierung der Medienkommunikation: Eine Einführung*. Wiesbaden: VS.

Jandura, O., Quandt, T. & Vogelgesang, J. (2011). *Methoden der Journalismusforschung*. Wiesbaden: VS.

Jarren, O. (2002). *Journalismus - Medien - Öffentlichkeit. Eine Einführung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Wessler, H. & Brüggemann, M. (2012). *Transnationale Kommunikation. Eine Einführung*. Wiesbaden: Springer VS.

Leistungsnachweis

Seminararbeit (inklusive journalistische Teilleistungen und Präsentationen)

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester.

Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Markt- und Markenkommunikation	2003

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Carsten Rennhak	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20031	VL	Markt- und Markenkommunikation	Pflicht	6
20032	VÜ	Markt- und Markenkommunikation	Pflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Qualifikationsziele

Die Studierenden kennen nach erfolgreicher Teilnahme die relevanten innovativen Instrumenten der Markt- und Markenkommunikation und deren Einsatz- und Wirkungsmöglichkeiten sowie die entsprechenden Entwicklungspotenziale. Sie sind in der Lage über den abgestimmten Einsatz dieser Instrumente im Rahmen eines optimierten Kommunikations-Mix zu entscheiden und haben erste Erfahrungen in der wirkungsmaximalen Umsetzung des Instrumentariums im Rahmen praktischer Fragestellungen.

Inhalt

Das Modul Markt- und Markenkommunikation vertieft die bereits im Bachelor-Studium erworbenen Kenntnisse der Unternehmenskommunikation und der marktorientierten Unternehmensführung. Aktuelle Trends der Marktkommunikation (innovative Kommunikation, z. B. Guerilla-, Ambush- und Sensation Marketing und Ambient Media, sowie Online-Kommunikation, z. B. virales Marketing) werden neben grundständigen above- und below the line-Maßnahmen sowohl in ihrer Managementpraxis als auch in wissenschaftlicher Hinsicht beleuchtet. Besondere Bedeutung kommt in diesem Zusammenhang der Theorie und Praxis der Markenführung zu, die in ihrer strategischen, aber auch operativen Dimension betrachtet werden soll.

Literatur

Rennhak, Carsten (Hrsg.): Aktuelle Instrumente der Marketingpraxis, Ibidem, 2012.

Rennhak, Carsten (Hrsg.): Kommunikationspolitik im 21. Jahrhundert, 2010.

Rennhak, Carsten/Nufer, Gerd: Kommunikationspolitik. In: Häberle, Siegfried (Hrsg.): Das neue Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, Oldenbourg, 2008, Band F-M, S. 685-688.

Rennhak, Carsten/Nufer, Gerd: Sponsoring. In: Häberle, Siegfried (Hrsg.): Das neue Lexikon der Betriebswirtschaftslehre, Oldenbourg, 2008, Band N-Z, S. 1168-1170.

Schwaiger, Manfred/Rennhak, Carsten/Cannon, Hugh/Taylor, Charles: Can Comparative Advertising be Effective in Germany? A Tale of Two Campaigns. In: Journal of Advertising Research, Volume 47, No. 1, March 2007, S. 2-13.

Rennhak, Carsten (Hrsg.): Unternehmenskommunikation 2.0, 2006.

Leistungsnachweis

Seminararbeit inklusive Präsentation notwendiger Zwischenarbeiten

Verwendbarkeit

Grundlage für eine Master-Arbeit im Bereich Organisationskommunikation

Dauer und Häufigkeit

Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester.

Modulname	Modulnummer
NPO: Non-Profit- und politische Kommunikation	2004

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Natascha Zowislo-Grünewald	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20040	VSÜ	NPO: Non-Profit- und politische Kommunikation	Pflicht	8
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Qualifikationsziele

- Vertiefte Kenntnisse der Theorie und empirischen Forschung Non-Profit Kommunikation
- Fähigkeit zur Analyse aktueller Herausforderungen der Non-Profit Kommunikation
- Beurteilung von (aktuellen) Kampagnen sowie strategische Planung von Kampagnen

Inhalt

Das Modul Non-Profit Kommunikation beschäftigt sich mit der Theorie und Praxis dieses Teilfeldes der Organisationskommunikation, deren Grundlagen sich die Studierenden im Bachelor-Studium angeeignet haben. Zunächst werden die Unterschiede zur For-Profit Kommunikation theoretisch beleuchtet sowie eine Einführung in die Organisationssoziologie gegeben. Anschließend wird auf diesen Grundlagen ein anwendungsorientiertes Verständnis vermittelt, um die Zusammenhänge von anspruchsvollem Reputationsmanagement in Bezug auf Aufmerksamkeits- und Sozialkapital übertragbar zu machen: Wählerstimmen, Spendenaufkommen oder Mitgliederzahlen erlangen entscheidende Wichtigkeit. Im Anschluss werden die daraus erwachsenden Herausforderungen des Managements von Non-Profit Kommunikation analysiert und nach der praktischen Übertragbarkeit von Konzepten der For-Profit Kommunikation und umgekehrt gefragt.

Konkret sollen Erkenntnisse der For-Profit Kommunikation auf praktische Fragestellungen der Non-Profit Kommunikation angewendet werden, indem Handlungsfelder gemeinsam mit einem Praxispartner analysiert, bewertet und strategisch (neu) konzipiert werden.

Literatur

- Bockstette, C; Jertz, W; Quandt, S (Hrsg; 2006): Strategisches Informations- und Kommunikationsmanagement. Handbuch der Sicherheitspolitischen Kommunikation und Medienarbeit, Bonn.

- Clausewitz, C v (1832): Vom Kriege. Berlin [<http://www.clausewitz.com/readings/VomKriege1832/>].
- Esser, F; Pfetsch, B (Hrsg, 2003): Politische Kommunikation im internationalen Vergleich: Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven, Wiesbaden 2003.
- Iyengar, S; Kinder, D (1987): News that matters. Television and American opinion. Chicago.
- Jarren, O; Donges, P (2011): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. 3., grundlegend überarbeitete Auflage, Wiesbaden.
- Kaid, L (2004): Handbook of Political Communication Research.
- Leonhard, N; Werkner, I-J (Hrsg, 2005): Militärsoziologie - eine Einführung, Wiesbaden.
- Mintzberg, H; Waters, J (1985): Of Strategies, Deliberate and Emergent. In: Strategic Management Journal, 6(3)/1985, S. 257-272.
- Negrine, R; Stanyer, J (Hrsg, 2007): The Political Communication Reader, London.
- Nissen, Thomas Elkjer (2013): Narrative Led Operations. In: Militært Tidsskrift, 141(4)/2013, S. 67-77.
- Norris, P; Inglehart, R (2009): Cosmopolitan Communications. Cultural Diversity in a Globalized World. Cambridge.
- Ose, D (Hrsg, 2008): Sicherheitspolitische Kommunikation im Wandel, Baden-Baden.
- Sarcinelli, U (2011): Politische Kommunikation in Deutschland. Medien und Politikvermittlung im demokratischen System. 3., erweiterte und überarbeitete Auflage, Wiesbaden.
- Schulz, W (2011): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. 3., überarbeitete Auflage, Wiesbaden.
- Vogel, F (2014): Die Zukunft im Visier. Die mediale Selbstinszenierung der Bundeswehr gegenüber Jugendlichen aus der Perspektive engagierter Diskurslinguistik, in: Medien und Kommunikationswissenschaft 2014 (2), S. 190-215.
- Wolfsfeld, M (2003): Political Communication in a New Era, London/New York.
- Zowislo-Grünewald, N; Schulz, J (2011): Kommunikation vom Kriege. Fast nicht herstellbar, kaum noch darstellbar. In: Zowislo-Grünewald, N; Schulz, J; Buch, D (Hrsg.): Den Krieg erklären. Sicherheitspolitik als Problem der Kommunikation. Frankfurt/Main, S. 37-56.

Leistungsnachweis

Studienarbeit mit Präsentation eines executive summary

Verwendbarkeit

Voraussetzung für eine Master-Arbeit im Bereich Non-Profit Kommunikation

Dauer und Häufigkeit

Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester.

Modulname	Modulnummer
Kampagnen, Krisen- und Issuemanagement	2005

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Natascha Zowislo-Grünewald	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20050	VÜ	Kampagnen, Krisen- und Issuemanagement	Pflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen

2003 Markt- und Markenkommunikation

2004 Non-Profit- und politische Kommunikation

Qualifikationsziele

Die Studierenden können nach erfolgreicher Teilnahme die in den Modulen Markt- und Markenkommunikation und Non-Profit- und politische Kommunikation erworbenen Erkenntnisse praktisch anwenden. Sie sind in der Lage über den abgestimmten Einsatz der entsprechenden Instrumente zu entscheiden, diese zu implementieren und die eigene Umsetzung kritisch zu reflektieren.

Inhalt

Das Modul Kampagnen, Krisen- und Issuemanagement ergänzt die Module Markt- und Markenkommunikation sowie Non-Profit- und politische Kommunikation, indem es den Studierenden in beiden Bereichen ermöglicht, ihr theoretisches und Management-Wissen in konkreten Kommunikationsaufgaben anzuwenden. Angestrebt wird die Kooperation mit Unternehmen und anderen Organisationen. Von der Analyse der Problemstellung über die Definition der kommunikativ zu erreichenden Anspruchsgruppen bis hin zur operativen Umsetzung und Ergebniskontrolle betrachtet dieses Modul den gesamten Prozess des Kommunikationsmanagements. Dies umfasst folgende Bausteine:

- Kampagnenplanung
- Strategischer und taktischer Umgang mit Issues
- Kommunikatives Krisenmanagement
- Umsetzung in Fallbeispielen

- Analyse der eigenen Umsetzung auf Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse

Literatur

Zielkampagnen für NGO: Strategische Kommunikation und Kampagnenmanagement im Dritten Sektor [Broschiert] Michael Buchner (Herausgeber), Fabian Friedrich (Herausgeber), Dino Kunkel (Herausgeber), 2006.

Strategisches Issues Management: Vom erfolgreichen Umgang mit Krisen und Profilierungsthemen. Konzepte - Innovationen - Best Practices: Konzepte - Implikationen - Best Practices [Gebundene Ausgabe] Michael Kuhn (Autor), Achim Kinter (Autor), Gero Kalt, 2009.

Praxishandbuch Krisenkommunikation: Von Ackermann bis Zumwinkel: PR-Störfälle und ihre Lektionen [Taschenbuch] Daniela Puttenat, 2009.

Belz: Interaktives Marketing, Springer, 2008.

Hofmann/Braun: Die Rolle der Kommunikation im interdisziplinären Krisenmanagement, Springer, 2008.

Jacques: Issue management as a post-crisis discipline: identifying and responding to issue impacts beyond the crisis, Journal of Public Affairs, Vol. 9 (1), pp. 35-44, 2009.

Koller/Alpar: Die Bedeutung privater Weblogs für das Issue-Management in Unternehmen, Springer, 2008.

Nohr/Roos/Vöhringer: Relationship Management von Verbundgruppen, Springer, 2008.

Nolting/Thießen: Krisenmanagement in der Mediengesellschaft, Springer, 2008.

Leistungsnachweis

Seminararbeit inklusive Präsentation notwendiger Zwischenarbeiten

Dauer und Häufigkeit

Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester.

Modulname	Modulnummer
Interkulturelle Kommunikation	2008

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. soc. habil. Sigrid Roterding-Steinberg	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	96	54	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20080	SE	Interkulturelle Kommunikation	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele

Unterschiedliche Länder (z.B. Kanada, Indien, Vietnam, Italien) haben verschiedene Kulturstandards, die bekannt und internalisiert sein müssen, um professionell erfolgreich handeln zu können.

Die Studierenden erwerben Wissen zu Theorie, Konzepten, Modellen und Methoden, die sich mit interkultureller Kommunikation in beruflichen Kontexten beschäftigen. Die Fallstudienübung soll dazu befähigen, berufliches Verhalten aus interkultureller Sicht zu analysieren und zu präsentieren.

Inhalt

Jedes Trainingsprogramm geht von authentischen Beispielen oder kommunikativen Missverständnissen aus, die von deutschen Führungskräften in einem bestimmten Land berichtet worden sind. Anschließend erfolgen Deutungen oder Interpretationen, wie diese Problem-Situation erklärt werden könnte. Wichtig ist dabei, dass dieser 'Zwischenschritt' eine vorschnelle Lösungsfindung verzögern soll, um die Perspektiven beider (beteiligter) Kulturen/Menschen verstehen zu lernen. Die Verankerung der individuellen Handlungsweisen mit den Kulturstandards des Landes sowie die kulturhistorischen Hintergründe bilden die Basis der Trainingskonzepte. Alle Trainingsmanuale sind wissenschaftlich fundiert und im Rahmen von empirischen Studien entstanden.

Literatur

Kinast, E.-U. Schroll-Machl, S. & Thomas, A. (2009): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation Band 1 und 2. Vandenhoeck & Ruprecht

Kumbier, D. & Schulz von Thun, F. (2008): Interkulturelle Kommunikation: Methoden, Modelle, Beispiele. rororo

Thomas, A. et al. : Beruflich in ...* . Vandenhoeck & Ruprecht (2003-2011)

- 32 Länder*: Beruflich in den arabischen Golfstaaten, Argentinien, Australien, Brasilien, Bulgarien, China, Frankreich, Groß Britannien, Indien, Indonesien, Irland, Italien, Japan, Kanada, Kenia und Tansania, Malaysia, Mexiko, den Niederlanden, Norwegen, Polen, Russland, der Slowakei, Spanien, Südafrika, Südkorea, Thailand, Tschechien, der Türkei, der Ukraine, Ungarn, den USA, Vietnam.

Leistungsnachweis

Fallstudie/ Referat

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Führung: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung	2010

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Rafaela Kraus	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	40	110	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20100	SSÜ	Führung: Ansätze, Ergebnisse und Kritik der Führungsforschung	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele

Die Studierenden lernen u.a.:

- Führung zu definieren
- Persönlichkeitstheorien der Führung kritisch einzuordnen
- die zentralen Erkenntnisse und die Grenzen von Verhaltenstheorien der Führung zu identifizieren
- Kontingenztheorien und entsprechende empirische Befunde zu würdigen
- Charismatische und transformationale Führung zu vergleichen und abzugrenzen
- die Bedeutung von Führungsethik und Vertrauen für effektive Führung zu verstehen
- die Bedeutung von Mentoring im Rahmen von Führung kennen
- Voraussetzungen und Herausforderungen in Bezug auf effektive Führung zu identifizieren
- interkulturelle Unterschiede in Bezug auf Führung zu beurteilen

Inhalt

- Umfassender und kritischer Überblick über die wichtigsten Richtungen der Führungsforschung
- Führungsdefinitionen und -theorien
- Diskussion ideologischer Begründungen von Führung

Literatur

Neuberger, O. (2002). Führen und führen lassen. Stuttgart: UTB

Yukl, G., (2012). Leadership in Organizations. Boston: Prentice Hall International

Leistungsnachweis
Seminararbeit inkl. Referat
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Entscheidungsunterstützung	2011

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. nat. Bo Hu	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20110	SE	Entscheidungsunterstützung	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> • Erlernen von Verfahren, Prozesse und Anwendungen zur systematischen Analyse (Sammlung, Auswertung und Darstellung) von Daten in elektronischer Form • Ziel ist die Gewinnung von Erkenntnissen, die eine bessere operative oder strategische Entscheidungsfindung ermöglichen • Mit Hilfe analytischer Konzepte und IT-Systeme, die Daten aus unterschiedlichen Quellen im Hinblick auf den gewünschten Erkenntnisgewinn auswerten
Inhalt
Die Studierenden lernen Verfahren, Prozesse und Anwendungen zur systematischen Analyse (Sammlung, Auswertung und Darstellung) von Daten in elektronischer Form kennen. Ziel ist die Gewinnung von Erkenntnissen, die eine bessere operative oder strategische Entscheidungsfindung ermöglichen. Dies geschieht mit Hilfe analytischer Konzepte und IT-Systeme, die Daten aus unterschiedlichen Quellen im Hinblick auf den gewünschten Erkenntnisgewinn auswerten.
Literatur
Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben.
Leistungsnachweis
Hausarbeit mit Vortrag
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
IT-Projekte	2012

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. nat. Bo Hu	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20120	SE	IT-Projekte-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis der Prinzipien, Konzepte und Methoden einer zielorientierten Erstellung der Datenverarbeitungssysteme • praxisorientierte Anwendung der Kenntnisse in Übungsprojekten, u.a.: Lebenszyklus eines Datenverarbeitungssystems, Systematik der Systemerstellung, objektorientierte Analyse, objektorientiertes Design und objektorientierte Entwicklung
Inhalt
<p>Die Lehrveranstaltung führt in die Prinzipien, Konzepte und Methoden einer zielorientierten Erstellung der Datenverarbeitungssysteme ein und bietet den Studierenden die Möglichkeit, die gewonnenen Kenntnisse praxisorientiert in Übungsprojekten einzusetzen.</p> <p>Folgende Inhalte werden behandelt:</p> <p>Lebenszyklus eines Datenverarbeitungssystems, Systematik der Systemerstellung, objektorientierte Analyse, objektorientiertes Design und objektorientierte Entwicklung.</p>
Literatur
Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben.
Leistungsnachweis
Hausarbeit mit Vortrag

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Investition und Finanzierung in Medienunternehmen	2014

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Manfred Sargl	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20140	SE	Investition und Finanzierung in Medienunternehmen	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele
<p>Die Studierenden gewinnen einen Einblick in die Funktionsweise moderner Managementmethoden in Bezug auf Investitions- und Finanzierungsentscheidungen.</p> <p>Sie beherrschen die statischen und dynamischen Verfahren der Investitionsrechnung und sind in der Lage, eine Kapitalbedarfsplanung sowie eine kurzfristige Finanz- und Liquiditätsplanung zu erstellen und auszuwerten.</p> <p>Sie verstehen die Interdependenz von Investitions- und Finanzierungsplanung sowie Möglichkeiten zu deren Bewältigung.</p>
Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> • statische und dynamische Investitionsrechnung • Investition unter Unsicherheit • verschiedene Formen der Innen- und Außenfinanzierung • Finanzplan
Literatur
Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben.
Leistungsnachweis
sP - 90
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Controlling in Medienunternehmen	2015

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Manfred Sargl	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20150	SE	Controlling in Medienunternehmen-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen
<p>profunde Kenntnisse in Kostenrechnung</p> <p>z.B. aus dem BA PF Modul 1358 "Bilanzierung, Jahresabschlussanalyse und Kostenrechnung"</p> <p>UND</p> <p>vorherige Teilnahme an dem BA WP Modul 1184 "Angewandtes Controlling"</p>
Qualifikationsziele
<p>Die Studierenden kennen und verstehen die Aufgaben des Controlling und sind in der Lage das entsprechende Instrumentarium anzuwenden.</p> <p>Sie erwerben die Fähigkeiten Controlling-Kennzahlen zu ermitteln, zu interpretieren und Entscheidungen daraus abzuleiten.</p>
Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> • Anwendung verschiedener Verfahren der Kosten- und Leistungsrechnung • Controlling, Kennzahlen und Kennzahlensysteme • Grundzüge einer wertorientierten Unternehmensführung

Literatur
Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben.
Leistungsnachweis
sP - 90
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Krisenkommunikation und Konfliktmanagement am Beispiel unterschiedlicher Organisations- und Praxisfelder	2017

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. soc. habil. Sigrid Roterung-Steinberg	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	96	54	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20171	VÜ	Theoretische Grundlagen von Krisenkommunikation und Konfliktmanagement	Wahlpflicht	2
20172	VÜ	Fallstudie aus Praxisbereichen von Profit- oder Non-Profit-Organisationen	Wahlpflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele
Die Studierenden erwerben Wissen zu Theorie, Konzepten, Modellen und Methoden, die sich mit Krisenkommunikation und Konfliktmanagement in Gruppen und Organisationen beschäftigen. Die Fallstudienübung soll dazu befähigen, Konflikte und Interventionen zu analysieren und zu präsentieren
Inhalt
Ziele und Inhalte von Krisenkommunikation, Zielgruppenanalysen, Instrumente der Krisenkommunikation, Aktionspläne und Evaluationsmöglichkeiten.
Konfliktmanagement: Entstehung, Diagnose, Beratungs- und Interventionsmöglichkeiten sowie Prävention.
Kosten von Konflikten und Konfliktcontrolling.
Literatur
Dollinger, A.; Müller-Kalthoff, B. & Schmidt, G. (2011): Gut beraten in der Krise. managerSeminare
Nolting, T. & Thießen, A. (2008): Krisenmanagement in der Medien- gesellschaft: Potenziale und Perspektiven der Krisenkommunikation. VS Verlag

Puttenat, D. (2009): Praxishandbuch Krisenkommunikation: Von Ackermann bis Zumwinkel: PR-Störfälle und ihre Lektionen. Gabler Verlag

Glasl, F. (2011): Konfliktmanagement: Ein Handbuch für Führungs- kräfte, Beraterinnen und Berater. Freies Geistesleben

Becker, H. & Hugo-Becker, A. (2004): Psychologisches Konflikt-management. Deutscher Taschenbuchverlag

Meyer, S. (2007): Umgang mit Widerstand in Veränderungs-prozessen - Konfliktmanagement. Grin Verlag

Höher, F. & Höher, P. (2002): Konflikt Management. Konflikte kompetent erkennen und lösen. Haufe

Schuler, H. & Sonntag, K. (2007): Handbuch der Arbeits- und Organisationspsychologie. Hogrefe

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Öffentliche Finanzen in der Demokratie	2018

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Thomas Wüstrich	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20181	VÜ	Öffentliche Finanzen in der Demokratie	Wahlpflicht	2
20182	UE	Öffentliche Finanzen in der Demokratie	Wahlpflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen

Die Teilnahme setzt die erfolgreiche Absolvierung des Modul Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik im Bachelor-Studiengang Wirtschaft und Journalismus oder eines gleichwertigen Moduls an einer anderen Hochschule voraus.

Qualifikationsziele

Das Wahlpflichtmodul Öffentlichen Finanzen in der Demokratie soll die Studierenden auf der Grundlage der Theorie der öffentlichen Wahlhandlungen befähigen, das Zustandekommen wirtschafts- und finanzpolitischer Entscheidungen in demokratisch verfassten Gesellschaften zu verstehen und zu beurteilen. Dies umfasst die Kenntnis über die Verknüpfung der klassischen finanzwissenschaftlichen Institutionenlehre mit wohlfahrtsökonomischen Fragestellungen (von der Theorie des Marktversagens über das optimale Budget bis hin zu den Staatseinnahmen, Staatsausgaben und zur Staatsverschuldung).

Inhalt

Die Vorlesung soll den Studierenden den Grund, den Umfang und die Probleme staatlicher Aktivität im Wirtschaftsprozess verdeutlichen. Darüber hinaus soll der Student befähigt werden, finanzwissenschaftliche Grundfragen in den polit-ökonomischen Rahmen der Bundesrepublik Deutschland und der europäischen Integration einzuordnen und praktische Bezüge zur aktuellen wirtschafts- und finanzpolitischen Diskussion herzustellen.

- Warum überhaupt Staat?
- Gründe des staatlichen Handelns in der Wirtschaft
- Funktionen staatlichen Handelns im Wirtschaftsprozess
- Theorie der öffentlichen Güter

- Staatliche Umverteilung
- Finanzpolitische Willensbildung
- Finanzverfassung der Bundesrepublik Deutschland
- Ursachen des Staatsausgabenwachstums
- Möglichkeiten der Staatsfinanzierung
- Grenzen der Staatsverschuldung

Literatur

Blankart, Ch.B., Öffentliche Finanzen in der Demokratie, 8. Auflage, München 2011.

Brümmerhoff, F., Finanzwissenschaft, 11. Auflage, München u.a. 2015.

Zimmermann, H., Henke, K.-D, Finanzwissenschaft, Eine Einführung in die Lehre der öffentlichen Finanzwissenschaft, 10. Auflage, München 2009.

Leistungsnachweis

Referat

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Angewandte Wirtschaftspolitik	2019

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Thomas Wüstrich	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20190	SE	Angewandte Wirtschaftspolitik	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen

Die Teilnahme am Planspiel setzt die erfolgreiche Ablegung des Moduls Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftspolitik im Bachelor-Studiengang Wirtschaft und Journalismus oder eines gleichwertigen Moduls an einer anderen Hochschule voraus.

Qualifikationsziele

Das Lernprogramm TOPSIM - Applied Economics soll grundlegende volkswirtschaftliche Zusammenhänge vermitteln und die Folgen von Veränderungen volkswirtschaftlicher Größen deutlich machen.

Die Studierenden lernen, wie sich diese Veränderungen auf den in der Rollenverteilung vertretenen eigenen Sektor (Unternehmen, Banken, Regierung, Interessenverbände, Zentralbank) auswirken und wie sich diese Sektoren gegenseitig beeinflussen.

Sie lernen den Handlungsspielraum insbesondere für den eigenen Sektor kennen und im Zusammenspiel der einzelnen Akteure zielorientiert zu nutzen.

Die Studierenden lernen ferner, die Veränderungen im wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Umfeld zu analysieren, die Auswirkungen dieser Veränderungen für den eigenen Sektor zu bewerten, strategische Ziele für den eigenen Sektor zu formulieren, zu den Zielen geeignete Handlungen zu planen und zu entscheiden.

Dabei soll ihre Kompetenz gestärkt werden, systematisch zu denken, im Team zu arbeiten und fachbezogen zu kommunizieren sowie Interessen des eigenen Sektors mit Interessen anderer gesellschaftlicher Gruppen abzustimmen.

Inhalt

Gegenstand des Planspiels sind aktuelle Probleme der Wirtschaftspolitik, die schwerpunktmäßig dargestellt und anhand eines computergestützten Planspiels simuliert und aufgearbeitet werden.

Im Verlauf des Lernprogramms TOPSIM -Applied Economics sollen zuvor in volks- und betriebswirtschaftlichen Modulen erlernte grundlegende ökonomische Zusammenhänge vertieft und die Folgen von Veränderungen volkswirtschaftlicher Größen deutlich gemacht werden.

Dabei sollen die Studierenden:

- Unternehmensführung unter Konkurrenzverhältnissen in einem sich ändernden wirtschaftlichen, ökologischen, sozialen und politischen Umfeld trainieren,
- die zentrale volkswirtschaftliche Relevanz und Besonderheiten des Bankensektors erkennen,
- anhand volkswirtschaftlicher Indikatoren die gesamtwirtschaftliche Entwicklungen eines Landes analysieren und beurteilen sowie Interdependenzen zwischen Wirtschaft, Politik und Gesellschaft kennenlernen,
- ausgehend von konkreten wirtschaftspolitischen Zielsetzungen situationsadäquat Instrumente der Finanz-, Fiskal-, Geld-, Währungs-, Einkommens-, Außenwirtschafts- und Sozialpolitik praktisch anwenden
- und erfahren, dass Wirtschaftspolitik in einem polit-ökonomischen Kontext stattfindet.

Literatur

Baßeler, U., Heinrich, J., Utecht, B., (2010), Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. Auflage, Stuttgart.

Krugman, P., Wells, R., (2010), Volkswirtschaftslehre, 7. Auflage, Stuttgart, Verlag Schäffer-Poeschel.

Mankiw, N. G., Taylor, M. P., (2016), Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 6. überarbeitete Auflage, Stuttgart, Verlag Schäffer-Poeschel.

Mussel, G., Pätzold, J., (2012), Grundfragen der Wirtschaftspolitik, 8. überarbeitete Auflage, München, Verlag Franz Vahlen.

TATA Interactive Systems (2015), TOPSIM - Applied Economics (Version mit Geschäftsbanken), Version 7.2 - Deutsch, Tübingen. (Das Teilnehmerhandbuch wird vor Beginn des Planspiels an alle Teilnehmer als pdf-file verteilt)

Leistungsnachweis

Hausarbeit mit Vortrag

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Evaluation und Bewertung sowie qualitative und quantitative Forschungs- und Auswertungsmodelle	2020

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. soc. habil. Sigrid Roterling-Steinberg	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	96	54	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20201	VÜ	Theoretische Grundlagen der Forschungsbeschreibung und -bewertung	Wahlpflicht	2
20202	VÜ	Anwendungsbeschreibung	Wahlpflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele

Die Studierenden erwerben Wissen zu Theorie, Konzepten, Modellen und Methoden der qualitativen und quantitativen Forschungsarbeit. Evaluation und Forschungsbewertung stehen im Fokus des Seminars. Die Fallstudienübung soll dazu befähigen, Forschungsmethoden und Forschungsevaluation differenziert zu analysieren und zu präsentieren.

Inhalt

Grundlagen, Modelle und Formen der Evaluation: summative, formative, Bedarfs- und Konzeptanalyse

Evaluationsstudien in verschiedenen Praxisfeldern: Gesundheits-management, Bildungsmanagement, Arbeitsmarkt, Kommunikationsforschung, Medienanalyse, Massenmedieneffekte, Rezipientenforschung, Inhaltsanalysen usw.

Forschungsmethoden werden entwickelt und miteinander verglichen, z.B. der Einsatz von Fragebogen (quantitativ) im Vergleich zum Interview (qualitativ). Im Zentrum steht auch das Transfermanagement und die Transfersicherung von empirischen Analysen.

Literatur

Bortz, J & Döring, N. (2009): Forschungsmethoden und Evaluation. Springer.

Stockmann, R. (2006): Evaluation und Qualitätsentwicklung. Waxmann.

Dresing, T.; Kuckartz, U; Rädiker, S. & Stefer, C. (2007): Qualitative Evaluation: Der Einstieg in die Praxis. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Gollwitzer, M. & Jäger, R. S. (2009): Evaluation kompakt. Beltz Psychologie.

Kühl, S.; Strodtholz, P. & Taffertshofer, A. (2009): Handbuch Methoden der Organisationsforschung. VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Hochholdinger, S.; Rowold, J. & Schaper, N. (2008): Evaluation und Transfersicherung betrieblicher Trainings. HOGREFE.

Kluge, A. (1999): Erfahrungsmanagement in lernenden Organisationen. Verlag für Angewandte Psychologie.

Lemke, S. G. (1995): Transfermanagement. Verlag für Angewandte Psychologie.

Leistungsnachweis

Fallstudie/ Referat

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Aktuelle Rechtsprobleme aus dem Medien- und Wirtschaftsrecht	2021

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20210	VL	Aktuelle Rechtsprobleme aus dem Medien- und Wirtschaftsrecht-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele
<p>Beherrschung der Auslegungsmethoden für Rechtsnormen.</p> <p>Verständnis dafür, dass es oft nicht nur eine "richtige" Lösung gibt.</p> <p>Stärkung der Fähigkeit, selbstständig Gerichtsurteile zu verstehen und zu bewerten.</p>
Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> • die mit Medien- und Wirtschaftsrecht befassten Gerichte (Aufbau und Funktion) • neue Urteile der Obergerichte (insbesondere BGH, BVerfG u. EuGH) zu wichtigen Aspekten des Medien- und Wirtschaftsrechts, über die in der Presse berichtet wird
Literatur
Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben.
Leistungsnachweis
Referat mit ausführlichem Handout
Dauer und Häufigkeit
<p>Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.</p> <p>Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.</p>

Modulname	Modulnummer
Folgen der Internationalisierung des nationalen Rechts	2022

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20220	VL	Folgen der Internationalisierung des nationalen Rechts-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis der Regelungsebenen für internationale Rechtsnormen • Sensibilisierung dafür, dass kaum noch ein Rechtsbereich nur vom nationalen Gesetzgeber reguliert wird
Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> • Die Elemente des internationalen Rechts (EU-Recht, Völkerrecht etc.) • Rechtssetzung und Bindungswirkung im internationalen Recht • Umsetzungspflichten des internationalen Rechts ins nationale Recht • Auswirkungen der Internationalisierung von Recht auf die Auslegung von Rechtsnormen
Literatur
Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben.
Leistungsnachweis
Referat mit ausführlichem Handout
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.
Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Psychologie im Projektmanagement	2023

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. oec. publ. Rafaela Kraus	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	40	110	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20230	SSÜ	Psychologie im Projektmanagement	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele
<p>Die Studierenden lernen, welche Strategien für das Management von Projekten sich aus der psychologischen Perspektive ergeben und wie diese in die Praxis des Projektmanagements implementiert werden können.</p> <p>Folgende Aspekte werden dabei beleuchtet:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Management von Prozessen in Projekten • Das Management des Projektumfeldes • Das Management von Personen in Projekten • Das Management von Innovation und Kreativität in Projekten • Das Management besonderer Herausforderungen: Risiken und Krisen, Diversität und Distanz in Projekten
Inhalt
<p>Umfassender, praktisch und wissenschaftlich fundierter Überblick über die psychologischen Facetten des Projektmanagements auf Basis aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse und konkreter Fallbeispiele aus dem Projektmanagement</p>
Literatur
<p>Wastian, M., Braumandl, I., & Rosenstiel, L.v. (Hrsg.) (2009). Angewandte Psychologie für Projektmanager. Heidelberg: Springer.</p>
Leistungsnachweis
<p>Seminararbeit inkl. Referat</p>

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
System Dynamics	2025

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. nat. Bo Hu	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20250	SE	System Dynamics	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen
<p>Modul 1100 "Wirtschaftsmathematik und Statistik"</p> <p>Modul 1107 "Wirtschaftsinformatik" bzw.</p> <p>Modul 1359 "Wirtschafts- und medieninformatik"</p>
Qualifikationsziele
Fähigkeit, komplexe Zusammenhänge in der Wirtschaft und in der Gesellschaft mit Hilfe von System Dynamics Modellen und Simulationen zu verstehen und ggfs. geplante Eingriffe zu überprüfen.
Inhalt
<ul style="list-style-type: none"> • Vorgehensweise bei der Modellbildung und Simulation • Vorstellung diverser System Dynamics Modelle • Umgang mit einem Softwaresystem, das System Dynamics Modellierung und Simulation unterstützt
Literatur
Hartmut Bossel: Systeme Dynamik Simulation. Books on Demand GmbH, Norderstedt, 2004
Leistungsnachweis
Projektstudie, benotet
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Unternehmensplanspiel TOPSIM Global Management	2026

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Gerhard Hessenberger	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20260	S,V,Ü	Unternehmensplanspiel TOPSIM Global Management	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele
Systematisches Denken verbessern. Strategien mit Zielen verbinden und diese in Entscheidungen umsetzen. Zielgerichtete Nutzung von Management Tools. Entscheidungskompetenz unter Zeit- und Komplexitätsdruck.
Inhalt
<p>Globale Strategien entwickeln und betriebswirtschaftliche Entscheidungen treffen:</p> <p>Chancen und Risiken des Internationalen Managements verstehen; Globales Wachstum managen; Internationale und saisonale Fluktuationen in die Entscheidungsprozesse einbeziehen; Kritische Analysen komplexer Geschäftsbeziehungen im Technologiesektor durchführen.</p> <p>Wertorientierte Unternehmensführung:</p> <p>Systematisches Festlegen, Umsetzen und Messen von unternehmerischen Zielen; Unternehmerisches Denken, Planen und Handeln im internationalen Rahmen entwickeln; Ergebnisorientierte Teamarbeit und Organisation trainieren; Prozesse der Entscheidungsfindung im Team effizient und konstruktiv gestalten.</p>
Literatur
Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben.

Leistungsnachweis
Hausarbeit einschließlich Vortrag
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Unternehmensplanspiel TOPSIM Global Management	2026

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Gerhard Hessenberger	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20260	S,V,Ü	Unternehmensplanspiel TOPSIM Global Management	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele
Systematisches Denken verbessern. Strategien mit Zielen verbinden und diese in Entscheidungen umsetzen. Zielgerichtete Nutzung von Management Tools. Entscheidungskompetenz unter Zeit- und Komplexitätsdruck.
Inhalt
<p>Globale Strategien entwickeln und betriebswirtschaftliche Entscheidungen treffen:</p> <p>Chancen und Risiken des Internationalen Managements verstehen; Globales Wachstum managen; Internationale und saisonale Fluktuationen in die Entscheidungsprozesse einbeziehen; Kritische Analysen komplexer Geschäftsbeziehungen im Technologiesektor durchführen.</p> <p>Wertorientierte Unternehmensführung:</p> <p>Systematisches Festlegen, Umsetzen und Messen von unternehmerischen Zielen; Unternehmerisches Denken, Planen und Handeln im internationalen Rahmen entwickeln; Ergebnisorientierte Teamarbeit und Organisation trainieren; Prozesse der Entscheidungsfindung im Team effizient und konstruktiv gestalten.</p>
Literatur
Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben.

Leistungsnachweis
Hausarbeit einschließlich Vortrag
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Finanzierung in Medienunternehmen	2027

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Manfred Sargl	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20270	VL	Finanzierung in Medienunternehmen-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen

profunde Kenntnisse in Bilanzierung und Statistik

z.B. aus dem BA PF Modul 1358 "Bilanzierung, Jahresabschlussanalyse und Kostenrechnung"

Qualifikationsziele

Die Studierenden gewinnen einen Einblick in die Funktionsweise moderner Managementmethoden in Bezug auf Finanzierungsentscheidungen.

Inhalt**Finanzierung**

- Grundlagen der Finanzierung
- Kapitalbedarfsplanung
- Finanzmärkte
- Innenfinanzierung
- Eigenfinanzierung
- Kreditfinanzierung
- Kreditfähigkeit und Rating
- Sonderformen der Finanzierung

Literatur
Literaturhinweise werden zu Beginn der Veranstaltung gegeben.
Leistungsnachweis
sP - 90
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Strategisches Management II	2028

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Peter Weinert	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20280	SE	Strategisches Management II	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis der theoretischen und empirischen Grundlagen sowie der Methoden und Techniken des strategischen Managements • Fähigkeit zur Anwendung des methodischen Instrumentariums des strategischen Managements • Fähigkeit zur strategischen Analyse und zur Entwicklung von Unternehmensstrategien
Inhalt
<p>Die Studierenden erhalten eine Einführung in das strategische Management und entwickeln in kleinen Teams Strategien für ausgewählte Großunternehmen.</p> <p>Inhalte im Einzelnen: Überblick zum strategischen Management: Gegenstand und Begriff, Erfolgsfaktoren/ Erfolgspotentiale/ Erfolg, Prozessmodelle, empirische Grundlagen, Umwelt- und Unternehmens-analyse, Corporate Strategy, generische und hybride Markt- und Wettbewerbsstrategien, Wertschöpfungs- und Ressourcenstrategien.</p> <p>Empirische Untersuchung: Markt- und Wettbewerbsanalyse, Unternehmensanalyse, SWOT-Analyse, Strategieformulierung für ausgewählte Unternehmen geeigneter Branchen.</p>
Literatur
<ul style="list-style-type: none"> • Müller-Stewens/ Lechner: Strategisches Management. 4. Aufl., Stuttgart 2011 • Porter: Wettbewerbsstrategie. 11. Aufl., Frankfurt/ New York 2008

<ul style="list-style-type: none">• Welge/ Al-Laham: Strategisches Management. 12. Aufl., Wiesbaden 2012
Leistungsnachweis
Hausarbeit und Vortrag, benotet
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Businessplan	2029

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Peter Weinert	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
300	96	204	10

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20290	SE	Businessplan	Wahlpflicht	8
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis der Bedeutung und Elemente eines Businessplans • Kenntnis der zu seiner Erstellung erforderlichen Techniken • Fähigkeit zur Erstellung eines Businessplans einschließlich der ihm zugrundeliegenden Markt- und Wettbewerbsanalyse und der sich aus ihm ergebenden Finanzplanung
Inhalt
<p>Die Studierenden erhalten eine ausführliche Einführung zu den Inhalten eines Businessplans und ausgewählten Einzelproblemen der Businessplan-Erstellung und erarbeiten auf dieser Grundlage in kleinen Teams einen Businessplan für eine von ihnen selbst gewählte Geschäftsidee.</p> <p>Inhalte im Einzelnen:</p> <p>Geschäftsidee und -konzept, Absicherung der Geschäftsidee, Bedeutung und Elemente des Businessplans, Inhalte der einzelnen Businessplan- Elemente und Techniken zur Erarbeitung dieser Elemente (Executive Summary, Produkt und Dienstleistung, Markt und Wettbewerb, Marketing und Vertrieb, Geschäftsmodell und Organisation, Unternehmer, Management und Personal, Zeitplan, Chancen und Risiken, Finanzplanung und Finanzierung)</p>
Literatur
<p>Evobis GmbH (Hrsg.): Handbuch Businessplan-Erstellung. Unter: www.evobis.de</p>

Leistungsnachweis
Studienarbeit einschließlich Vortrag, benotet
Dauer und Häufigkeit
Das Modul erstreckt sich über 2 Trimester. Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Strategisches Management	2031

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Peter Weinert	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20310	VL	Strategisches Management-V1	Wahlpflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Qualifikationsziele
<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis der theoretischen und empirischen Grundlagen sowie der Methoden und Techniken des strategischen Managements • Fähigkeit zur Anwendung des methodischen Instrumentariums des strategischen Managements • Fähigkeit zur Analyse und Beurteilung von Unternehmensstrategien
Inhalt
<p>Die Studierenden erhalten eine Einführung in das strategische Management und führen auf dieser Grundlage eine Analyse der Markt- und Wettbewerbssituation und der Strategien von Großunternehmen geeigneter Branchen durch.</p> <p>Inhalte im Einzelnen: Gegenstand und Begriff, Erfolgsfaktoren/ Erfolgspotentiale/ Erfolg, Prozessmodelle, empirische Grundlagen, Umwelt- und Unternehmensanalyse, Corporate Strategy, generische und hybride Markt- und Wettbewerbsstrategien, Hyperwettbewerb, Wertschöpfungs- und Ressourcenstrategien, ausgewählte Funktionalstrategien, Strategieevaluation, Strategieimplementierung, Erfolgsmessung, Empirische Untersuchung von Markt, Wettbewerb und Strategien von Großunternehmen geeigneter Branchen.</p>
Literatur
<ul style="list-style-type: none"> • Müller-Stewens/ Lechner: Strategisches Management. 4. Aufl., Stuttgart 2011 • Porter: Wettbewerbsstrategie. 11. Aufl., Frankfurt/ New York 2008 • Welge/ Al-Laham: Strategisches Management. 12. Aufl., Wiesbaden 2012
Leistungsnachweis
Hausarbeit einschließlich Vortrag, benotet

Dauer und Häufigkeit

Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.

Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.

Modulname	Modulnummer
Medien und Migration	2032

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. phil. Judith Pies	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
20321	VÜ	Theoretische Grundlagen	Pflicht	2
20322	UE	Praktische Anwendungen	Pflicht	2
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				4

Empfohlene Voraussetzungen

Die Teilnahme setzt die erfolgreiche Absolvierung des Moduls "Mediensoziologie" und des Moduls "Radio- und Fernsehjournalismus" voraus.

Qualifikationsziele

Die Studierenden sollen sich mit einem aktuellen Medienthema intensiv wissenschaftlich wie journalistisch auseinandersetzen. Sie vertiefen hierbei nicht nur Theorien der transnationalen und transkulturellen Kommunikation, der Mediensoziologie und -psychologie (z.B. transkulturelle Mediennutzung, Medien und gesellschaftliche Integration, Feindbildproduktion), sondern lernen auch, sich ein komplexes Themenfeld selbst zu erschließen. Die gleichzeitige journalistische Aufarbeitung des Themas soll es den Studierenden ermöglichen, ihre journalistischen Erfahrungen auszuweiten und ihnen aufzeigen, wie Theorie und Praxis sich wechselseitig befruchten können.

Inhalt

Das Thema Medien und Migration ist nicht erst seit der Flüchtlingskrise aktuell. Immer wieder tauchen Facetten des Themenkomplexes in der öffentlichen Diskussion auf: Welche Rolle spielen nicht-deutschsprachige Medienangebote bei der gesellschaftlichen Integration? Kann stereotype Berichterstattung über Migranten fremdenfeindliche Einstellungen in der Bevölkerung verstärken? Stellt die fehlende Repräsentanz von Kommunikatoren mit Migrationshintergrund ein Defizit für eine gesellschaftlich repräsentative Themenagenda dar? Solch - häufig populistisch - diskutierte Fragen will das Seminar aufgreifen und einen Überblick über die bisherige Forschung geben. Neben empirischen Studien sollen auch verschiedene theoretische Ansätze aus der Kommunikationswissenschaft (v.a. Mediensoziologie, Medienpsychologie, transnationale und transkulturelle Kommunikation) herangezogen werden, um neue Perspektiven auf das Thema zu eröffnen. Dabei stehen folgende Themenkomplexe im Vordergrund:

- Darstellung von Migranten in den Medien
- Medienrezeption von Migranten

<ul style="list-style-type: none"> • Migranten als Publikums/Werbezielgruppe • Migranten als Kommunikatoren <p>Parallel zur wissenschaftlichen Aufarbeitung sollen die Studierenden eigene journalistische Fragestellungen entwickeln, mithilfe derer sie einen eigenen journalistischen Beitrag produzieren.</p>
Literatur
<ul style="list-style-type: none"> • Bonfadelli, Heinz & Priska Bucher (2008): Jugend, Medien und Migration. Empirische Ergebnisse und Perspektiven. Wiesbaden, VS Verlag. • Hunger, Uwe & Kathrin Kissau (Hg.) (2009): Internet und Migration. Theoretische Zugänge und empirische Befunde. Wiesbaden, VS Verlag. • Pies, Judith (2004): Mediennutzung arabischer Migranten in Deutschland. Ein Indikator kultureller Identität? Mainz. • Pies, Judith (2008): 'I Can Watch Both Sides.' Media Use among Young Arabs in Germany. In: Al-Harmaneh, Ala & J. Thielmann (Hg.): Islam and Muslims in Germany. Leiden et al.: Brill. 395-421. • Pöttker, Horst & R. Geißler (Hg.) (2005): Massenmedien und die Integration ethnischer Minderheiten in Deutschland. Problemaufriss, Forschungsstand, Bibliographie. Bielefeld: Transcript. • Pöttker, Horst & R. Geißler (Hg.) (2006): Integration durch Massenmedien. Medien und Migration im internationalen Vergleich. Bielefeld, transcript, 2006. • Wellgraf, Stefan (2008) Migration und Medien. Wie Fernsehen, Radio und Print auf die Anderen blicken. Münster, LIT.
Leistungsnachweis
Portfolio (bestehend aus Referat und journalistischem Beitrag; Seminararbeit ist möglich)
Verwendbarkeit
Grundlage für eine Masterarbeit im Bereich Journalistik
Dauer und Häufigkeit
<p>Das Modul erstreckt sich über 1 Trimester.</p> <p>Das Modul wird im Rahmen des Wahlpflichtangebots regelmäßig angeboten.</p>

Modulname	Modulnummer
IT-Management	1047

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Ulrike Lechner	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
90	36	54	9

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
10471	VÜ	IT-Governance	Pflicht	5
10472	P	IT-Management	Pflicht	3
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				8

Empfohlene Voraussetzungen

Kenntnisse ausgewählter Themen des IT-Managements, sowie betriebswirtschaftlicher Fragestellungen

Qualifikationsziele

- Die Studierenden lernen zentrale Fragestellungen und wichtige Instrumente der Organisation, Steuerung und Kontrolle der IT und der IT- Prozesse von Organisationen kennen.
- Die Studierenden lernen Fragestellungen und Methoden der Praxis im IT-Management kennen.
- Die Studierenden werden befähigt Methoden des IT-Managements zu gestalten und zu evaluieren.

Inhalt

Wie kann die IT-Landschaft einer Organisation gestaltet werden? Heute spielt IT in vielen Organisationen eine zentrale Rolle für den Erfolg einer Organisation. Viele Skandale oder Misserfolge lassen sich auch darauf zurückführen, dass die IT die Unternehmensstrategie nicht richtig umsetzt. Beispielsweise haben fehlende Limits für den Börsenhandel bzw. fehlende Instrumente zur Überwachung der Börsengeschäfte und Durchsetzung dieser Limits Banken und ganze Volkswirtschaften in Bedrängnis bringen können. IT-Sicherheit und Privacy sind weitere zentrale Fragestellungen im IT-Betrieb. Hier müssen Regeln genauso wie ihre Umsetzung in der Organisation und ihrer IT geklärt sein. Auch moderne Formen des Betriebs der IT, wie IT-Outsourcing oder Cloud Computing können nur dann erfolgreich sein, wenn die Regeln für den Betrieb der IT klar formuliert, in Verträgen geregelt sind und professionell umgesetzt werden können. Gesetzliche Regelungen stellen sich als schwierig dar und häufig genug „über- holt“ die Technologie die Regelungen. Man denke hier an die Diskussionen um die Panorama Dienste von Google und Microsoft genauso wie über die sozialen Netzwerke. Heute geben z.B. für die Finanzwirtschaft Basel II und Sarbanes-Oxley Regeln für den Betrieb der IT vor.

IT-Governance ist ein vergleichsweise neues Gebiet der Informatik und Wirtschaftsinformatik, das der zentralen Rolle der IT für Organisationen Rechnung trägt. In diesem Themenfeld gibt es einige zentrale Aufgaben. Die IT mit ihren Prozessen ist so zu gestalten, dass Sie den gesetzlichen Vorgaben entspricht und die Geschäftsstrategie umsetzt. Weitere Aufgaben sind Schaffung von Werten durch IT und die Minimierung von IT-Risiken. IT-Governance soll den Rahmen schaffen, IT-Services effektiv und effizient zu erbringen.

IT-Management soll den Betrieb der IT effektiv und effizient sicherstellen. Dazu müssen Strategien mittels IT umgesetzt werden. Relevant sind für das IT-Management auch Fragen des Medien- und Kommunikationsmanagements und seiner Umsetzung in der IT.

Das Praktikum IT-Management will den Studierenden Erfahrung in der Gestaltung, Realisierung und Evaluation von Methoden und Werkzeugen des IT-Managements vermitteln. Die Studierenden sollen im Rahmen eines Praxisprojekts Erfahrung mit IT-Management erwerben können.

Das Praktikum IT-Management ist forschungsnah: Studierende sollen mit wissenschaftlichen Methoden eine Fragestellung des IT-Managements beantworten.

Leistungsnachweis

Notenschein oder mündliche Prüfung von 30min.

Verwendbarkeit

IT-Management ist eine zentrale Aufgabe in Organisationen. Die Studierenden lernen Konzepte des IT-Management in der Umsetzung betriebswirtschaftlicher Fragestellungen und Fragestellungen des Kommunikations- und Medienmanagements kennen.

Modulname	Modulnummer
Entwicklung von Geschäftsmodellen	1156

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Ulrike Lechner	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
180	60	120	6

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11561	VÜ	Entwicklung von Geschäftsmodellen	Pflicht	5
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				5

Empfohlene Voraussetzungen
Grundkenntnisse der Wirtschaftsinformatik entsprechend B.Sc. Wirtschaftsinformatik.
Qualifikationsziele
Die Studenten lernen Theorie und realistische Komplexität der Gestaltung von Geschäftsmodellen für technologische Innovationen kennen und erwerben Methodenkompetenz in der Entwicklung und Evaluation von Geschäftsmodellen.
Inhalt
<p>Entrepreneurship (Unternehmertum) befasst sich mit der Identifizierung von Markt-Chancen und Geschäftsideen und deren Umsetzung in Geschäftsmodellen und Geschäftsplänen. Die Studierenden lernen ausgewählte Teilbereiche der wissenschaftlichen Literatur zu Entrepreneurship kennen und analysieren ausgewählte Fallbeispiele.</p> <p>Die Studierenden erwerben Methodenkompetenz in der Analyse, der Gestaltung, der Evaluation von Geschäftsmodellen und von Systemen von Geschäftsmodellen. Sie lernen Methoden der Erstellung von Geschäftsplänen kennen. Die Studierenden erwerben und vertiefen dabei Kenntnisse von Modellen und Theorien elektronischer Märkte, des Innovationsmanagements, der Diffusion von Innovationen in Märkten, der Standardisierung und Regulation.</p> <p>Anhand einer ausgewählten Industrie werden an Beispielen (Systeme von) Geschäftsmodellen entwickelt und evaluiert.</p>

Leistungsnachweis
Notenschein.
Verwendbarkeit
Die Wirtschaftsinformatik will Technologie wirtschaftlich sinnvoll gestalten und technologische Innovationen in einen wirtschaftlich sinnvollen Rahmen von Geschäftsprozessen, Organisation und Strategie einbetten. Die Studierenden lernen hierzu Methoden kennen.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul dauert 1 Trimester. Das Modul wird jedes zweite Studienjahr angeboten und beginnt jeweils im Frühjahrstrimester. Als Startzeitpunkt ist das Frühjahrstrimester im 1. Studienjahr vorgesehen.

Modulname	Modulnummer
Rechnergestützte Gruppenarbeit	1164

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Michael Koch	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
270	84	186	9

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11641	VÜ	Rechnergestützte Gruppenarbeit	Pflicht	3
11642	VÜ	Projekt Rechnergestützte Gruppenarbeit	Pflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				7

Empfohlene Voraussetzungen

Vorausgesetzt werden Grundkenntnisse in Rechnernetzen und Verteilten Systemen. Für das selbständige Durcharbeiten der Fachliteratur des Moduls sind grundlegende Englische Sprachkenntnisse erforderlich.

Qualifikationsziele

Die Teilnehmer kennen die Grundlagen, Prinzipien und Anwendungsmöglichkeiten computergestützter, kooperativer Arbeit (CSCW). Sie kennen repräsentative CSCW-Plattformen und CSCW-Systeme. Sie können verschiedene Kommunikations- und Kooperationssituationen unterscheiden und Wirkungen und Angemessenheit unterschiedlicher Medien und Systeme einschätzen. Sie sind in der Lage CSCW-Systeme anwendungs- und benutzergerecht zu analysieren, auszuwählen, zu konzipieren, zu realisieren und zu evaluieren.

Inhalt

Im Modul Rechnergestützte Gruppenarbeit (engl. Computer-Supported Cooperative Work, kurz CSCW) soll einerseits verdeutlicht werden, was man unter den einschlägigen Begriffen zu verstehen hat, andererseits gezeigt werden, welche vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten, aber auch Risiken, mit ihnen verbunden sind. Ziel der Vorlesung ist dabei, einen Anwendungsbereich für verteilte Systeme vorzustellen, nämlich die Unterstützung von Zusammenarbeit in Teams, Communities und Netzwerken. Rechnergestützte Gruppenarbeit ist dabei eine fachübergreifende Anwendung. Sie kann als eine Synergie zwischen den Gebieten Verteilte Systeme und (Multimedia-) Kommunikation, aber auch zwischen Informationswissenschaften, Soziologie und Organisationstheorie gesehen werden. Neben technischen Aspekten spielt deshalb vor allem die Betrachtung der Zielsysteme als soziotechnische Systeme und deren Gestaltung eine Rolle.

Konkret werden behandelt:

- Motivation für das Anwendungsgebiet CSCW; Klärung der Begriffswelt
- Klassifizierung von CSCW-Systemen
- Allgemeine Konzepte in CSCW
- Spezialitäten verschiedener CSCW-Systemklassen
- Entwurf von CSCW-Systemen
- Technische Integration von CSCW-Systemen

Die Inhalte werden in einem Praktikum vertieft, in der die Studierenden die erworbenen Kenntnisse an der Konzeption und (technischen) Umsetzung eines CSCW-Systeme erproben.

Leistungsnachweis

Ein Notenschein für Leistungen in der Vorlesung und im Projekt.

Verwendbarkeit

Das Modul ist nicht als Grundlage für weitere Module gedacht. Es bietet sich aber eine Kombination mit dem Modul Mensch-Computer-Interaktion an. Die erworbenen Kenntnisse stellen einen wichtigen Anwendungsbezug für den Bereich Verteilte Systeme und Software- und Informationsmanagement dar.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul dauert 2 Semester.

Das Modul beginnt im Frühjahrstrimester. Der Projektanteil kann im Frühjahrstrimester oder im Herbsttrimester bearbeitet werden. Das Modul wird nicht jedes Studienjahr angeboten.

Modulname	Modulnummer
Mensch-Computer-Interaktion	1167

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Michael Koch	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
270	60	210	9

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
11671	VL	Mensch-Computer-Interaktion	Pflicht	3
11672	VÜ	Projekt Mensch-Computer-Interaktion	Pflicht	4
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				7

Empfohlene Voraussetzungen

Für das selbständige Durcharbeiten der Fachliteratur des Moduls sind grundlegende englische Sprachkenntnisse erforderlich.

Qualifikationsziele

Lernziel ist einen umfassenden Überblick über die Ziele und Forschungsfragen der Disziplin Mensch-Computer Interaktion zu erhalten. Die Studierenden erhalten ein Grundverständnis, wie man interaktive Produkte unter besonderer Berücksichtigung der Benutzer- und Aufgabenerfordernisse entwickeln kann. Ziel dieses Entwurfsprozesses ist das Design von gebrauchstauglichen Produkten, deren Benutzung auch Spass bereiten soll. Die Teilnehmer kennen die grundlegenden Gestaltungsprinzipien des Interaction Designs zur Erstellung interaktiver Produkte. Die Teilnehmer kennen die Grundlagen der menschlichen Informationsverarbeitung und deren Konsequenzen für die Gestaltung interaktiver Produkte. Die Teilnehmer kennen die gängigen Prozessmodelle, Methoden und Werkzeuge zur Erstellung interaktiver Produkte. Die Teilnehmer sind in der Lage eigene Interaktionsdesigns für interaktive Produkte zu erstellen. Die Teilnehmer kennen grundlegende Evaluationsverfahren zur Bewertung interaktiver Produkte.

Inhalt

Die Inhalte des Kurses folgen den Empfehlungen des ACM Curriculum Human-Computer-Interaction und der GI FG 2.3.1 Software-Ergonomie:

- Ziele, Prinzipien und Gestaltungsbereiche
- Historische Entwicklung
- Wahrnehmungspsychologie und Informationsverarbeitung
- Anwendungskontexte interaktiver Produkte
- Prozessmodell, Design und Prototyping
- Ein- und Ausgabegeräte, Interaktionstechniken

- Benutzerzentrierter Entwurf
- Evaluation von Gebrauchstauglichkeit
- Kooperative Systeme (Groupware, CSCW)
- Zusammenhänge mit anderen Disziplinen (z.B. Design, Pädagogik, Psychologie)
- Integration in die Software-Entwicklung

Dabei wird eine Auswahl der Themen anhand aktueller wissenschaftlicher Veröffentlichungen genauer erarbeitet und vertieft.

Die erlernten Gestaltungsprinzipien, Methoden, Werkzeuge und Vorgehensweisen werden im Praktikum praktisch angewandt.

Literatur

- Preece J., Rogers Y., Sharp H.: Interaction Design, John Wiley & Sons, 2002 (www.id-book.com)
- Dahm M.: Grundlagen der Mensch-Computer Interaktion, Pearson Studium, 2006
- Donald A. Norman, The Design of Everyday Things, Currency Doubleday, 1990
- Shneiderman B., Plaisant C.: Designing the User Interface, Addison Wesley, 4th Edition, 2005

Leistungsnachweis

Ein Notenschein für Leistungen in der Vorlesung und im Projekt.

Verwendbarkeit

Das Modul ist nicht als Grundlage für weitere Module gedacht. Es bietet sich aber eine Kombination mit dem Modul 1164 "Rechnergestützte Gruppenarbeit" an.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul dauert 2 Semester.
Das Modul beginnt jedes Studienjahr jeweils im Wintersemester. Der Projektanteil wird normalerweise im folgenden Frühjahrssemester bearbeitet.

Modulname	Modulnummer
IT-Governance	1360

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Ulrike Lechner	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
180	60	120	6

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
10471	VÜ	IT-Governance	Pflicht	5
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				5

Qualifikationsziele
Die Studierenden lernen zentrale Fragestellungen und wichtige Instrumente der Organisation, Steuerung und Kontrolle der IT und der IT-Prozesse von Organisationen kennen.
Inhalt
<p>Wie kann die IT-Landschaft einer Organisation gestaltet werden? Heute spielt IT in vielen Organisationen eine zentrale Rolle für den Erfolg einer Organisation. Viele Skandale oder Misserfolge lassen sich auch darauf zurückführen, dass die IT die Unternehmensstrategie nicht richtig umsetzt. Beispielsweise haben fehlende Limits für den Börsenhandel bzw. fehlende Instrumente zur Überwachung der Börsengeschäfte und Durchsetzung dieser Limits Banken und ganze Volkswirtschaften in Bedrängnis bringen können. IT-Sicherheit und Privacy sind weitere zentrale Fragestellungen im IT-Betrieb. Hier müssen Regeln genauso wie ihre Umsetzung in der Organisation und ihrer IT geklärt sein. Auch moderne Formen des Betriebs der IT, wie IT-Outsourcing oder Cloud Computing können nur dann erfolgreich sein, wenn die Regeln für den Betrieb der IT klar formuliert, in Verträgen geregelt sind und professionell umgesetzt werden können. Gesetzliche Regelungen stellen sich als schwierig dar und häufig genug „überholt“ die Technologie die Regelungen. Man denke hier an die Diskussionen um die Panorama Dienste von Google und Microsoft genauso wie über die sozialen Netzwerke. Heute geben z.B. für die Finanzwirtschaft Basel II und Sarbanes-Oxley Regeln für den Betrieb der IT vor.</p> <p>IT-Governance ist ein vergleichsweise neues Gebiet der Informatik und Wirtschaftsinformatik, das der zentralen Rolle der IT für Organisationen Rechnung trägt. In diesem Themenfeld gibt es einige zentrale Aufgaben. Die IT mit ihren Prozessen ist so zu gestalten, dass Sie den gesetzlichen Vorgaben entspricht und die Geschäftsstrategie umsetzt. Weitere Aufgaben sind Schaffung von Werten durch IT und die Minimierung von IT-Risiken. IT-Governance soll den Rahmen schaffen, IT-Services effektiv und effizient zu erbringen.</p>

Leistungsnachweis

Notenschein oder mündliche Prüfung von 30min.

Modulname	Modulnummer
Innovationsmanagement Digitaler Medien	1362

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Ulrike Lechner	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
180	60	120	6

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
13621	VÜ	Innovationsmanagement Digitaler Medien	Pflicht	5
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				5

Empfohlene Voraussetzungen
Grundkenntnisse zu den Methoden und Werkzeugen der Wirtschaftsinformatik (wie z.B. im Bachelor Wirtschaftsinformatik vermittelt).
Qualifikationsziele
Die Studierenden lernen Methoden des Innovationsmanagements für IT-Technologie und Informationssysteme kennen und erwerben die Fähigkeit Innovationen und Innovationsprozesse mit den entsprechenden Informationssystemen zu gestalten.
Inhalt
Gegenstand der Veranstaltung sind Methoden des Innovationsmanagements, spezifische Aspekte des Innovationsmanagements in IT-Unternehmen und für Informations- und Kommunikationstechnologie und die Auswirkungen von Innovationen aus technologischer, inhaltlicher und organisatorischer Perspektive.
Leistungsnachweis
Übungsaufgaben mit Präsentation (Notenschein) oder mündliche Prüfung über 30 Minuten. Die Prüfungsmodalitäten werden am Anfang des Trimesters bekanntgegeben.
Dauer und Häufigkeit
Das Modul dauert 1 Trimester. Das Modul wird jedes zweite Studienjahr angeboten und beginnt jeweils im Frühjahrstrimester

Modulname	Modulnummer
Mensch-Computer-Interaktion	1500

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. Michael Koch	Wahlpflicht	3

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
180	60	120	6

Empfohlene Voraussetzungen
Vorausgesetzt werden Grundkenntnisse in Software-Engineering. Für das selbständige Durcharbeiten der Fachliteratur des Moduls sind grundlegende englische Sprachkenntnisse erforderlich.

Qualifikationsziele
Lernziel ist einen umfassenden Überblick über die Ziele und Forschungsfragen der Disziplin Mensch-Computer Interaktion zu erhalten. Die Studierenden erhalten ein Grundverständnis, wie man interaktive Produkte unter besonderer Berücksichtigung der Benutzer- und Aufgabenerfordernisse entwickeln kann. Ziel dieses Entwurfsprozesses ist das Design von gebrauchstauglichen Produkten, deren Benutzung auch Spass bereiten soll. Die Teilnehmer kennen die grundlegenden Gestaltungsprinzipien des Interaction Designs zur Erstellung interaktiver Produkte. Die Teilnehmer kennen die Grundlagen der menschlichen Informationsverarbeitung und deren Konsequenzen für die Gestaltung interaktiver Produkte. Die Teilnehmer kennen die gängigen Prozessmodelle, Methoden und Werkzeuge zur Erstellung interaktiver Produkte. Die Teilnehmer sind in der Lage eigene Interaktionsdesigns für interaktive Produkte zu erstellen. Die Teilnehmer kennen grundlegende Evaluationsverfahren zur Bewertung interaktiver Produkte.

Inhalt
<p>Die Inhalte des Kurses folgen den Empfehlungen des ACM Curriculum Human-Computer-Interaction und der GI FG 2.3.1 Software-Ergonomie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ziele, Prinzipien und Gestaltungsbereiche • Historische Entwicklung • Wahrnehmungspsychologie und Informationsverarbeitung • Anwendungskontexte interaktiver Produkte • Prozessmodell, Design und Prototyping • Ein- und Ausgabegeräte, Interaktionstechniken • Benutzerzentrierter Entwurf • Evaluation von Gebrauchstauglichkeit • Kooperative Systeme (Groupware, CSCW) • Zusammenhänge mit anderen Disziplinen (z.B. Design, Pädagogik, Psychologie) • Integration in die Software-Entwicklung

Dabei wird eine Auswahl der Themen anhand aktueller wissenschaftlicher Veröffentlichungen genauer erarbeitet und vertieft. Die erlernten Gestaltungsprinzipien, Methoden, Werkzeuge und Vorgehensweisen werden im Praktikum praktisch angewandt.

Literatur

- Preece J., Rogers Y., Sharp H.: Interaction Design, John Wiley & Sons, 2002 (www.id-book.com)
- Dahm M.: Grundlagen der Mensch-Computer Interaktion, Pearson Studium, 2006
- Donald A. Norman, The Design of Everyday Things, Currency Doubleday, 1990
- Shneiderman B., Plaisant C.: Designing the User Interface, Addison Wesley, 4th Edition, 2005

Leistungsnachweis

Ein Notenschein für Leistungen in der Vorlesung und im Projekt.

Verwendbarkeit

Das Modul ist nicht als Grundlage für weitere Module gedacht. Es bietet sich aber eine Kombination mit dem Modul 1164 "Rechnergestützte Gruppenarbeit" an.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul dauert 2 Semester.

Das Modul beginnt jedes Studienjahr jeweils im Frühjahrsemester.

Projektanteil parallel im Frühjahrs- oder im Sommer- oder Herbstsemester.

Als Startzeitpunkt ist das Frühjahrsemester im 1. Studienjahr vorgesehen.

Modulname	Modulnummer
Anerkennung auswärtiger Prüfungsleistung	1528

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
	Wahlpflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	48	102	6

Modulname	Modulnummer
Master-Arbeit MM	2024

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
Prof. Dr. rer. pol. Thomas Wüstrich	Pflicht	9

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
900	0	900	30

Empfohlene Voraussetzungen
<p>Die im Rahmen des Master-Studiums Management und Medien erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen, insbesondere diejenigen aus der Studienrichtung bzw. dem Themenbereich innerhalb derer/dessen die Masterarbeit angefertigt wird.</p> <p>Notwendige Kenntnisse und Kompetenzen zur Erstellung einer schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit, wie sie im Rahmen der Anfertigung einer Bachelorarbeit und von Modulen in der Lehrveranstaltungsform Seminar vermittelt werden.</p>

Qualifikationsziele
<p>In der Master-Arbeit sollen die Studierenden zeigen, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus dem jeweiligen Fach selbständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Da der Master-Abschluss den Studierenden Kenntnisse und Fertigkeiten auf hohem wissenschaftlichen Niveau bestätigt, sollen in der Masterarbeit folgende Qualifikationen erworben werden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • die systematische Suche und Verarbeitung internationaler Literatur zum aktuellen Forschungsstand des zu bearbeiteten Themas • die Darstellung und Anwendung von Theorien und Modellen zur wissenschaftlichen Analyse der Problemstellung • ggf. die Durchführung einer eigenständigen empirischen Untersuchung sowie deren Auswertung und eine fundierte Schlussfolgerung.

Inhalt
<p>Die spezifischen Inhalte sind abhängig vom Thema der Master-Arbeit und ergeben sich nach Möglichkeit aus einem anwendungsbezogenen Forschungszusammenhang der Professur. Sie beziehen sich je nach Thema auf die Bereiche Management und Medien.</p>

Literatur
<p>z.B. Esselborn-Krumbiegel, H. (2008). Von der Idee zum Text. Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben. Stuttgart: UTB.</p> <p>Richtlinien der Universität der Bundeswehr/ Fakultät für Betriebswirtschaft zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten.</p>
Leistungsnachweis
<p>Die Masterarbeit sollte etwa 60 Seiten umfassen. Die Masterarbeit kann in deutscher oder englischer Sprache verfasst werden. Prüfungsrechtliche Bestimmungen ergeben sich aus der SPOMM/Ma.</p>
Verwendbarkeit
<p>Grundlage vielfältiger wissenschaftlicher und beruflicher Tätigkeiten.</p>
Dauer und Häufigkeit
<p>Die Regelbearbeitungszeit beträgt fünf Monate.</p> <p>Die Vergabe eines Themas erfolgt im 9. Trimester.</p>

Modulname	Modulnummer
Seminar Studium plus, Training *)	1008

Modulverantwortliche/r	Modultyp	Empf. Trimester
	Pflicht	0

Workload in (h)	Präsenzzeit in (h)	Selbststudium in (h)	ECTS-Punkte
150	72	78	5

Zugehörige Lehrveranstaltungen:

Nr.	Art	Veranstaltungsname	Teilnahme	TWS
0100501	T	Medienkultur und Medienkompetenz	Wahlpflicht	
0100502	T	Interkulturelles Training mit Schwerpunkt China	Wahlpflicht	3
0100502	T	Quintessenztraining II - Soft Skills im Führungsalltag	Wahlpflicht	
0100503	T	Model United Nations (NMUN) Teil III	Wahlpflicht	3
0100503	T	Projekte sicher zum Erfolg führen - Projektmanagement und Führung	Wahlpflicht	
0100504	T	Unternehmensethik und werteorientierte Führungstechniken	Wahlpflicht	
0100505	T	Migration als historisches und Gegenwartsproblem: Flüchtlingsarbeit vor Ort	Wahlpflicht	3
0100506	T	Die Welt ist bunt, na und? Interkulturelle Kompetenzentwicklung und interkulturelle Sensibilisierung	Wahlpflicht	
0100506	T	Migration als historisches und Gegenwartsproblem: Flüchtlingsarbeit vor Ort: Die Vermittlung der deutschen Sprache (DAF): ein Basis,kurs für Lernbegleiter und Interessierte	Wahlpflicht	3
0100507	T	Focusing - Training der Präsenz und Achtsamkeit	Wahlpflicht	
0100508	T	Rhetorik und Gesprächsführung – In praktischen Studiensituationen erfolgreich und auf Augenhöhe argumentieren	Wahlpflicht	
0100510	T	Führen, kommunizieren und richtig motivieren: Training der sozialen Kompetenz für angehende Führungskräfte	Wahlpflicht	
0100511	T	Kommunikation und Verhandlungen im interkulturellen Kontext - Arabische Länder	Wahlpflicht	

0100513	T	Compliance Maßnahmen gegen Korruption und Betrug im Geschäftsleben	Wahlpflicht	
0100514	T	Mediative Führungskompetenz. Mediative Werkzeuge für Konfliktsituationen und Entscheidungsprozesse	Wahlpflicht	3
0100516	T	Kunst - von den Anfängen bis zur Gegenwart. Ein kreatives Training von Wahrnehmungs- und Analysefähigkeiten	Wahlpflicht	
0100518	T	Die ganze Welt ist Bühne - Die 'eigene Rolle' in Beruf und Leben finden und stärken	Wahlpflicht	
0100519	T	Führung in der freien Wirtschaft. Welche Werkzeuge kann ich für die Truppe nutzen	Wahlpflicht	
0100520	T	Die Kunst der Improvisation. Grundlagen einer kreativen Handlungsstrategie	Wahlpflicht	
0100521	T	Umgang mit Zeit - Die eigene Zeitperspektive entdecken	Wahlpflicht	
0100522	T	Wie sag ich es am besten? Typengerechte Kommunikation in Alltag und Beruf	Wahlpflicht	
0100523	T	Wirkung und Einfluss der Medien	Wahlpflicht	
0100808	T	Mediative Führungskompetenz. Mediative Werkzeuge für Konfliktsituationen und Entscheidungsprozesse	Wahlpflicht	3
0100809	T	Interkulturelles Training - Unterwegs in islamischen Welten	Wahlpflicht	
0100810	T	Assessment Center in der Praxis – Training von Methoden handlungsorientierter Personalbeurteilung und -auswahl	Wahlpflicht	3
0100817	T	Wirkung und Einfluss der Medien	Wahlpflicht	3
01008302	S+-Sem	Bionik	Wahlpflicht	
01008305	S+-Sem	Philosophie und Kunst	Wahlpflicht	
01008310	S+-Sem	Technisches Laborseminar für Geistes- und Gesellschaftswissenschaftler	Wahlpflicht	
01008311	S+-Sem	"What shall we do with the drunken sailor?" Populäre Chormusik im Spiegel der Zeitgeschichte	Wahlpflicht	
01008319	S+-Sem	English for Academic Purposes	Wahlpflicht	
01008321	S+-Sem	Stressbewältigung bei Soldatinnen und Soldaten sowie ihren Angehörigen im Zusammenhang mit Extrembelastungen in der Bundeswehr	Wahlpflicht	

01008322	S+-Sem	Digitalisierung und das Internet der Zukunft	Wahlpflicht	
01008324	S+-Sem	"Balu und Du" - Life Skills Mentoring für Kinder III	Wahlpflicht	
01008330	SE	v	Wahlpflicht	
01008331	S+-Sem	Radioaktivität und Kernenergie	Wahlpflicht	
01008337	S+-Sem	Ringvorlesung 'Luft' (SWI, SPO, PSY)	Wahlpflicht	
01008340	S+-Sem	Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Ein Planspiel	Wahlpflicht	
01008345	S+-Sem	Model United Nations (MUN), Teil 1	Wahlpflicht	
0100836	T	Beratung - Psychotherapie - Bundeswehr II: Psychotraumatologie und Krisenintervention		3
	T	studium plus Training Herbstsemester 2016	Wahlpflicht	3
	S+-Sem	Studium plus Seminare Herbstsemester 2016	Wahlpflicht	3
Summe (Pflicht und Wahlpflicht)				6

Voraussetzungen laut Prüfungsordnung

Keine

Qualifikationsziele

Qualifikationsziele **studium plus-Seminare:**

Die Studierenden erwerben personale, soziale oder methodische Kompetenzen, um das Studium als starke, mündige Persönlichkeit zu verlassen. Die *studium plus*-Seminare bereiten die Studierenden dadurch auf ihre Berufs- und Lebenswelt vor und ergänzen die im Studium erworbenen Fachkenntnisse.

Durch die Vermittlung von Horizontwissen wird die eingeschränkte Perspektive des Fachstudiums erweitert. Dadurch lernen die Studierenden, das im Fachstudium erworbene Wissen in einem komplexen Zusammenhang einzuordnen und in Relation zu den anderen Wissenschaften zu sehen.

Durch die exemplarische Auseinandersetzung mit gesellschaftsrelevanten Fragen erwerben die Studierenden die Kompetenz, diese kritisch zu bewerten, sich eine eigene

Meinung zu bilden und diese engagiert zu vertreten. Das dabei erworbene Wissen hilft, Antworten auch auf andere gesellschaftsrelevante Fragestellungen zu finden.

Durch die Steigerung der Partizipationsfähigkeit wird die mündige Teilhabe an sozialen, kulturellen und politischen Prozessen der modernen Gesellschaft gefördert.

Qualifikationsziele **studium plus-Trainings**:

Die Studierenden erwerben personale, soziale und methodische Kompetenzen, um als Führungskräfte auch unter komplexen und teils widersprüchlichen Anforderungen handlungsfähig zu bleiben bzw. um ihre Handlungskompetenz wiederzuerlangen.

Damit ergänzt das Trainingsangebot die im Rahmen des Studiums erworbenen Fachkenntnisse insofern, als diese fachlichen Kenntnisse von den Studierenden in einen berufspraktischen Kontext eingebettet werden können und Möglichkeiten zur Reflexion des eigenen Handelns angeboten werden.

Inhalt

Kurzbeschreibung:

Die Seminare vermitteln Einblicke in aktuelle Themen und neue Wissensgebiete. Sie finden wöchentlich während an einem - mit der jeweiligen Fakultät vereinbarten - Wochentag in den sog. Blockzeiten oder auch am Wochenende statt, wobei den Studierenden die Wahl frei steht.

Die Trainings entsprechen den Trainings für Führungskräfte in modernen Unternehmen und finden immer am Wochenende statt.

Langbeschreibung:

Die studium plus-Seminare bieten Lerninhalte, die Horizont- oder Orientierungswissen vermitteln bzw. die Partizipationsfähigkeit steigern. Sämtliche Inhalte sind auf den Erwerb personaler, sozialer oder methodischer Kompetenzen ausgerichtet. Sie bilden die Persönlichkeit und erhöhen die Beschäftigungsfähigkeit.

Bei der Vermittlung von Horizontwissen werden die Studierenden beispielsweise mit den Grundlagen anderer, fachfremder Wissenschaften vertraut gemacht, sie lernen Denkweisen und "Kulturen" der fachfremden Disziplinen kennen. Bei der Vermittlung von Orientierungswissen steigern die Studierenden ihr Reflexionsniveau, indem sie sich exemplarisch mit gesellschaftsrelevanten Themen auseinandersetzen. Bei der Vermittlung von Partizipationswissen steht der Einblick in verschiedene soziale und politische Prozesse im Vordergrund.

Einen detaillierten Überblick bietet das jeweils gültige Seminarangebot von studium plus, das von Trimester zu Trimester neu erstellt und den Erfordernissen der künftigen Berufswelt sowie der Interessenslage der Studierenden angepasst wird.

Die studium plus-Trainings bieten berufsrelevante und an den Themen der aktuellen Führungskräfteentwicklung von Organisationen und Unternehmen orientierte Lerninhalte.

Einen detaillierten und aktualisierten Überblick bietet das jeweils gültige Trainingsangebot von studium plus.

Leistungsnachweis

Leistungsnachweis **studium plus-Seminare** :

- In Seminaren werden Notenscheine erworben.
- Die Leistungsnachweise, durch die der Notenschein erworben werden kann, legt der/die Dozent/in in Absprache mit dem Zentralinstitut studium plus vor Beginn des Einschreibeverfahrens für das Seminar fest. Hierbei sind folgende wie auch weitere Formen sowie Mischformen möglich: Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Referat, Projektbericht, Gruppenarbeit, Mitarbeit im Kurs etc. Bei Mischformen erhält der Studierende verbindliche Angaben darüber, mit welchem prozentualen Anteil die jeweilige Teilleistungen gewichtet werden.
- Der Erwerb des Scheins ist an die regelmäßige Anwesenheit im Seminar gekoppelt.
- Bei der während des Einschreibeverfahrens stattfindenden Auswahl der Seminare durch die Studierenden erhalten diese verbindliche Informationen über die Modalitäten des Scheinerwerbs für jedes angebotene Seminar.

Leistungsnachweis **studium plus-Trainings:**

Die Trainings sind unbenotet, die Zuerkennung der ECTS-Leistungspunkte ist aber an die Teilnahme an der gesamten Trainingszeit gekoppelt.

Verwendbarkeit

Das Modul ist für sämtliche Masterstudiengänge gleichermaßen geeignet.

Dauer und Häufigkeit

Das Modul dauert 1 Trimester.
Das Modul findet statt im ersten Studienjahr jeweils im Frühjahrstrimester und im Herbsttrimester.
Als Startzeitpunkt ist das Frühjahrstrimester im 1. Studienjahr vorgesehen.

