Nichtamtliche Lesefassung unter Einschluss der 1. Änderung vom 11. Februar 2015 gemäß UdK-Anzeiger 11/2015 vom 30. Oktober 2015 und der 2. Änderung vom 28. Oktober 2015 gemäß UdK-Anzeiger 3/2016 vom 31. März 2016. Maßgeblich ist der im UdK-Anzeiger veröffentlichte Text.

Studienordnung für den Bachelorstudiengang „Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation" an der Fakultät 02 - Gestaltung – der Universität der Künste Berlin

vom 12. Juni 2013

Aufgrund von § 71 Satz 1 Abs. 1 Nr. 1 des Gesetzes über die Hochschulen im Land Berlin (Berliner Hochschulgesetz – BerlHG) in der Neufassung vom 26. Juli 2011 (GVBl. S. 378) hat der Fakultätsrat der Fakultät 02 – Gestaltung – der Universität der Künste Berlin am 12. Juni 2013 folgende Ordnung beschlossen:

§ 1 Geltungsbereich
§ 2 Gegenstand und Ziele des Studiums
§ 3 Studienbeginn
§ 4 Studiendauer und Studienumfang
§ 5 Studienaufbau
§ 6 Lehrveranstaltungsformen
§ 7 Nachweis von Studienleistungen
§ 8 Studienabschluss
§ 9 Studienfachberatung
§ 10 Inkrafttreten, Außerkrafttreten, Übergangsregelungen

Anlage 1: Studienplan
Anlage 2: Modulbeschreibungen

§ 1 Geltungsbereich

Diese Ordnung regelt Ziele, Inhalt und Aufbau des Bachelorstudiengangs Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der Universität der Künste Berlin. Sie gilt in Verbindung mit der Prüfungsordnung für diesen Studiengang. Im Übrigen gelten die Regelungen der Rahmenstudien- und -prüfungsordnung der Universität der Künste Berlin vom 4. Juli 2012 (UdK-Anzeiger 1/2013 vom 8. Januar 2013).

§ 2 Gegenstand und Ziele des Studiums

(1) Gegenstand des Studiums ist die Kommunikation in gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Zusammenhängen, deren wissenschaftliche Reflexion in allen kommunikationspraktischen Arbeitsphasen der Forschung, der Planung, der verbalen und audiovisuellen Gestaltung.

(2) Die Studierenden der Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation sollen:

– lernen, in wissenschaftlicher Auseinandersetzung Probleme der zielorientierten Kommunikation selbstständig und kritisch zu erkennen, zu analysieren und methodisch zu lösen;
– erkennen und kritisch analysieren lernen, in welchen Zusammenhängen sich zielorientierte Kommunikation für gesellschaftliche, wirtschaftliche und kulturelle Institutionen vollzieht.

(3) Ziel des Studiums ist es, den Studierenden ein breites Spektrum an Wissen und Fähigkeiten zur Arbeit nach wissenschaftlichen Methoden im Feld der Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation zu vermitteln und gleichzeitig auf das Weiterstudium in konsekutiven Masterstudiengängen vorzubereiten.

(4) Die fakultätsübergreifenden, interdisziplinären, kulturwissenschaftlich fundierten Inhalte des Studium Generale der Universität der Künste Berlin sind Bestandteile des Studiengangs, der zu einem ersten berufsqualifizierenden Abschluss führt.

§ 3 Studienbeginn

Das Studium beginnt jeweils zum Wintersemester.

§ 4 Studiendauer und Studienumfang

Die Regelstudienzeit des Bachelorstudiums beträgt sechs Semester. Der gesamte Studienaufwand (Präsenzzeit und Selbststudium) wird durch ein Leistungspunktesystem abgebildet. Das Studium umfasst insgesamt 180 Leistungspunkte (LP) und durchschnittlich 30 Leistungspunkte pro Semester. Einem Leistungspunkt liegen ca. 30 Arbeitsstunden zugrunde. Jedem Modul sind entsprechend dem Studienaufwand Leistungspunkte zugeordnet.

§ 5 Studienaufbau

(1) Das Bachelorstudium ist modularisiert. Module sind thematisch und zeitlich abgerundete, in sich abgeschlossene und mit Leistungspunkten versehene abprüfbare Einheiten. Sie setzen sich aus verschiedenen Lehr- und Lernformen zusammen. Jedes Modul endet mit einer benoteten Prüfung oder mit einem unbenoteten Leistungsnachweis (Nachweis über die erfolgreiche Teilnahme), mit deren Bestehen die Studierenden das Erreichen der Lernziele des Moduls nachweisen. Den Studienzielen entsprechend umfasst der Studiengang

vier Fächer mit jeweils untergeordneten Teilgebieten. Das Lehrangebot besteht aus Modulen in den Fächern bzw. ihrer Teilgebiete sowie aus Modulen, die von jeweils zwei Fächern gemeinsam oder fachübergreifend angeboten werden. Die zu erreichende Zahl von Leistungspunkten ist über die vier Studienfächer gleich verteilt. Die Untergliederung im Einzelnen:

Fach A: Kommunikations- und Medienforschung
Kommunikationswissenschaft
Medienpsychologie
Mediensoziologie

Fach B: Strategische Kommunikationsplanung
Strategisches Marketing
Organisationskommunikation
Kommunikationskonzeption

Fach C: Verbale Kommunikation
Theorie der verbalen Kommunikation
Texttheorie/Textgestaltung (Gesellschaft)
Texttheorie/Textgestaltung (Wirtschaft)

Fach D: Audiovisuelle Kommunikation
Medientheorie
Theorie und Praxis der Gestaltung mit audiovisuellen
Medien
Dramaturgie und Gestaltung Audiovisueller Kommunikation

Studium Generale und Kontextbereiche Gesellschaft/Wirtschaft
Kulturwissenschaft
Interdisziplinäre künstlerische Theorie und Praxis
Grundlagen Sozialwissenschaften/Wirtschaftswissenschaft

(2) Das Studium wird als Kontaktstudium und als Selbststudium durchgeführt. Die Lehrveranstaltungen haben im Regelfall den Umfang von zwei Semesterwochenstunden.

(3) Das Studium wird mit der Bachelorarbeit abgeschlossen.

(4) Das Studium besteht aus Pflicht- und Wahlpflichtmodulen.

(5) Der beschleunigte soziale und technologische Wandel macht eine fortgesetzte Aktualisierung der Lehrinhalte in allen Fächern erforderlich, ohne die Beachtung solcher Neuerungen zu institutionalisieren.

(6) Qualifikationsziele und Inhalte der Module in den vier Fächern können den Modulbeschreibungen entnommen werden.

(7) Das Studium gliedert sich in sechs Semester mit aufeinander aufbauenden Studienzielen und Qualifikationsphasen.

1. Einführungsphase (1. Studienjahr). Ziele: Vermittlung und Aneignung der hauptsächlichen Fragestellungen, Theorien und Methoden der Fächer sowie des grundlegenden Orientierungswissens.

2. Aufbauphase (2. Studienjahr). Ziele: Vermittlung und Aneignung von Fähigkeiten zum selbstständigen Formulieren von Problemstellungen, zur systematischen und ergebnisorientierten Auseinandersetzung mit kommunikativen Fragestellungen sowie Erweiterung des fachspezifischen Wissens.

3. Vertiefungsphase (3. Studienjahr). Ziele: Befähigung zur selbstständigen systematischen Erledigung einer komplexen Aufgabenstellung; Nachweis der erfolgreichen Beherrschung der damit verbundenen Gegenstandsbereiche, der theoretischen Reflexion, der hierzu erforderlichen Methoden und konzeptionellgestalterischen Umsetzungsstrategien.

(8) Das Studium besteht aus Modulen in den Fächern A, B, C und D in deren jeweiligen Teilgebieten, dem Kontextbereichmodul und dem Modul des Studiums Generale.

(9) Die zu erreichende Zahl von Leistungspunkten (LP) kann den Modulbeschreibungen entnommen werden.

§ 6 Lehrveranstaltungsformen

(1) Die Studieninhalte werden in den Modulen der Fächer A, B, C und D in folgenden Veranstaltungsarten angeboten:

a) Vorlesung: Zusammenhängende Darstellung und Vermittlung von wissenschaftlichem und gestalterischem Grund- und Spezialwissen sowie von methodischen Kenntnissen durch die Lehrenden.

b) Seminar: Auseinandersetzung mit Lehrstoffen, wobei von den Studierenden erarbeitete Beiträge unter Leitung und Beteiligung des bzw. der Lehrenden diskutiert werden

c) Proseminar: Vermittlung von grundlegenden Kenntnissen und Fertigkeiten, die für das Absolvieren des Studiums vorausgesetzt werden, ohne selbst zu den Forschungsgegenständen im Rahmen des Studienganges zu gehören.

d) Übung: Ausführung fachspezifischer praktischer Aufgaben (Analyseübung, Planungsübung, Gestaltungsübung) auf der Basis der erworbenen theoretischen und methodischen Kenntnisse und Fähigkeiten.

(2) Im ersten und zweiten Studienjahr ist jeweils eine Hausarbeit zu verfassen. Die Arbeiten beziehen sich inhaltlich auf eines der vier Fächer A, B, C oder D. Das Thema wird in Absprache mit den jeweils Lehrenden präzisiert. Hausarbeiten dienen dazu, die Kompetenz der Studierenden in der wissenschaftlichen Arbeit zu vertiefen. Die Lehrenden haben dies in angemessener Weise zu betreuen.

(3) Im Modul Studium Generale sowie in den Kontextbereichen Gesellschaft/Wirtschaft werden die Studieninhalte in folgenden Veranstaltungen angeboten:

a) Vorlesung: Zusammenhängende Darstellung und Vermittlung von wissenschaftlichem und künstlerisch-gestalterischem Grundwissen und fachübergreifenden Zusammenhängen.

b) Seminare und Workshops : Auseinandersetzung mit Lehrstoffen, wobei von den Studierenden erarbeitete Beiträge in den Unterricht mit einbezogen werden.

(4) Das Modul Kommunikationsprojekt besteht aus folgenden Elementen: Eigenarbeit der Studierenden und Beratung durch Lehrende sowie Präsentation und Kolloquium.

(5) Die zu bearbeitenden Module sind in der Anlage 2 aufgeführt.

§ 7 Nachweis von Studienleistungen

Leistungspunkte zum Nachweis von Studienleistungen werden nur nach bestandener Modulprüfung vergeben.

§ 8 Studienabschluss

Das Studium ist abgeschlossen, wenn alle für das Studium notwendigen Module erfolgreich absolviert worden sind.

§ 9 Studienfachberatung

Für die Studienfachberatung sind ein Hochschullehrer oder eine Hochschullehrerin sowie in der Regel eine studentische Hilfskraft einzusetzen. Die Beratung gibt Auskunft über die besonderen Inhalte und Anforderungen des Fachs und hilft bei der individuellen Studienplanung einschließlich Planung von Auslandsaufenthalten ohne Zeitverlust im Studium. Im dritten Semester wird eine Studienverlaufsberatung angeboten. Darüber hinaus gehört die Mitwirkung an der Studienfachberatung zu den hauptberuflichen Aufgaben aller Hochschullehrer und Hochschullehrerinnen.

§ 10 Inkrafttreten, Außerkrafttreten, Übergangsregelungen

(1) Die Studienordnung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Anzeiger der Universität der Künste Berlin in Kraft.

(2) Gleichzeitig tritt die Studienordnung für den Studiengang Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation vom 7. Mai 2008 in der Fassung vom 30. September 2009 (UdK-Anzeiger 5/2010 vom 10. März 2010) außer Kraft. Für bereits erbrachte Studien- und Prüfungsleistungen erlässt der Prüfungsausschuss eine Äquivalenzregelung.

(3) Abweichend von Abs. 2 gilt die Studienordnung vom 7. Mai 2008 in der Fassung vom 30. September 2009 für Studierende, die beim Inkrafttreten dieser Ordnung im vierten oder höheren Fachsemester des Bachelorstudiengang sind, fort.

Nichtamtliche Lesefassung unter Einschluss der 1. Änderung vom 11. Februar 2015 gemäß UdK-Anzeiger 11/2015 vom 30. Oktober 2015 und der 2. Änderung vom 28. Oktober 2015 gemäß UdK-Anzeiger 3/2016 vom 31. März 2016. Maßgeblich ist der im UdK-Anzeiger veröffentlichte Text.

Anlage 1: **Studienplan für den Bachelorstudiengang „Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation"**

	Studienjahr	**1**		**2**		**3**	
Fach	**Semester**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
A: Kommunikations- und Medienforschung		Modul 01: 8 LP (3)		Modul 09: 6 LP (2)			
				Modul 10: 6 LP (2)			
B: Strategische Kommunikationsplanung		Modul 02: 8 LP (3)		Modul 11: 12 LP (4)			
Gemeinsame Module A/B		Modul 03: 8 LP (3)				Modul 17: 6 LP (2)	
C: Verbale Kommunikation		Modul 04: 8 LP (3)		Modul 12: 8 LP (3)			
D: Audiovisuelle Kommunikation		Modul 05: 8 LP (3)		Modul 13: 8 LP (3)			
Gemeinsame Module C/D		Modul 06: 6 LP (3)		Modul 14: 6 LP (2)		Modul 18: 6 LP (2)	
Fachgebietsübergreifend		Modul 07: 6 LP (1)		Modul 15: 6 LP (1)		Modul 16: 6 LP (3)	
Projekt						Modul 20: 10 LP	Modul 20: 20 LP
Kontextbereiche: Gesellschaft oder Wirtschaft		Modul 08: 8 LP (4)					
Studium Generale		Modul 19: 4 LP (2)		Modul 19: 4 LP (2)		Modul 19: 2 LP (1)	
Schriftliche Arbeiten							Modul 21: 10 LP
Summe:		**60 LP**		**60 LP**		**60 LP**	

Pflicht	Wahlpflicht

Angaben in Klammern entsprechen der Anzahl der Veranstaltungen im jeweiligen Modul.

Anlage 2: **Modulbeschreibungen für den Bachelorstudiengang „Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation"**

Modul 01: Einführung in die Kommunikations- und Medienforschung

Studienbereich: Kommunikations- und Medienforschung

Modul 01 dient einer Einführung in die sozialwissenschaftlich-empirisch orientierte Forschung im interdisziplinären Spannungsfeld zwischen Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Soziologie abgestimmt auf die spezifischen Erfordernisse des Studiengangs. Der Schwerpunkt liegt auf der Vermittlung aktueller Ansätze und Ergebnisse der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung. Die Studierenden erwerben außerdem zentrale Kompetenzen für den Umgang mit und die Gewinnung von empirischen Daten.

Lehrformen/Modulelemente:
Einführungsvorlesung (3 LP)
Übung (2 LP)
Seminar (3 LP)

Qualifikationsziele:

- Grundlegende Vertrautheit mit theoretischen Ansätzen und Datenerhebungsmethoden der sozialwissenschaftlich-empirisch orientierten Kommunikations- und Medienforschung
- Fähigkeit zum kritischen Umgang mit Ergebnissen empirischer Studien in diesem Bereich

Teilnahmevoraussetzungen: keine

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten:
Abschließende Modulprüfung nach dem 2. Semester als 120-min. Klausur
Vorleistung im Seminar: Referat

Leistungspunkte und Noten: 8 LP; benotet

Semester: 1.-2.

Arbeitsaufwand:
Vorlesung: 30 h Präsenz + 30 h Vor-/Nachbereitung
Seminar: 30 h Präsenz + 30 h Vor-/Nachbereitung + 30 h Beitrag
Übung: 30 h Präsenz + 30 h Vor-/Nachbereitung
Zusätzlich Vorbereitung Modulprüfung: 30 h

Moduldauer: 2 Semester

Modul 02: Einführung in die strategische Kommunikationsplanung

Studienbereich: Strategische Kommunikationsplanung

Modul 02 führt in den Studienbereich Strategische Kommunikationsplanung ein. Der Schwerpunkt liegt auf dem Teilgebiet Kommunikationskonzeption und damit der Vermittlung von wissenschaftlichen Grundlagen, Fach- und Methodenkenntnissen der Kommunikationskonzeption, insbesondere der Werbung, unter den Bedingungen und entscheidungstheoretischen Grundlagen gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Kommunikationsprozesse. Darüber hinaus geht es darum zu beobachten, welche disziplinimmanenten Perspektiven Betriebswirtschaftslehre und Kommunikationswissenschaften in der Theoriebildung einnehmen. Schließlich bekommen die Studierenden im Rahmen des Einführungsmoduls einen ersten Überblick über Gegenstände, Fragestellungen, Theorien und Methoden der übrigen beiden Teilgebiete des Studienbereichs Strategische Kommunikationsplanung, die in den weiteren Modulen vertieft werden. Im Einzelnen geht es dabei u.a. um folgende Inhalte:

- Methodik der Kommunikationskonzeption, insbesondere Strategien und Techniken der Werbung
- Kommunikationsinstrumente
- Grundzüge der Unternehmenskommunikation
- Issues und Stakeholder Management
- Theorie sozialer Systeme
- Theorien des Konsumenten- und Rezipientenverhaltens

Lehrformen/Modulelemente:
Einführungsvorlesung 1. Semester (3 LP)
Übung zu ausgewählten Problemen der Konzeption (2 LP)
Seminar zu ausgewählten Problemen und Fragestellungen der Strategischen Kommunikationsplanung 2. Semester (3 LP)

Qualifikationsziele:
- Grundlegende Vertrautheit mit den wesentlichen Gegenstandsbereichen, Fragestellungen, Theorien und Methoden des Studienbereichs "Strategische Kommunikationsplanung"
- Kenntnis der Gegenstände, Teilgebiete (Strategisches Marketing, Organisationskommunikation, Kommunikationskonzeption), Fragestellungen, Theorien und Methoden des Studienbereichs
- Fähigkeit zur Anwendung von Planungs- und Konzeptionsmethoden
- Fähigkeit der Einordnung von Kommunikationsinstrumenten und ihrer Funktion für zweckgerichtete Organisationen
- Fähigkeit zur Unterscheidung von Präskription und Deskription

Teilnahmevoraussetzungen: keine

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten: Abschließende Modulprüfung nach dem 2. Semester als 180-min. Klausurprüfung (Vorleistung im Seminar und Übung: Referat); 8 LP

Leistungspunkte und Noten: 8 LP; benotet

Semester: 1.-2.

Arbeitsaufwand:
Vorlesung: 30 h Präsenz + 30 h Vor-/Nachbereitung
Seminar: 30 h Präsenz + 30 h Vor-/Nachbereitung + 30 h Beitrag
Übung: 30 h Präsenz + 30 h Vor-/Nachbereitung
Zusätzl. Vorbereitung Modulprüfung: 30 h

Moduldauer: 2 Semester

Modul 03: Methoden der Problemstrukturierung und -lösung

Studienbereiche: Kommunikations- und Medienforschung und Strategische Kommunikationsplanung

Das Modul 03 umfasst methodische Grundlagen, auf welche die beiden Studienbereiche „Kommunikations- und Medienforschung" und „Strategische Kommunikationsplanung" zurückgreifen. Hierunter fallen insbesondere Grundlagen der Statistik und der Betriebswirtschaftslehre sowie Methoden der Problemstrukturierung und -lösung. Im Einzelnen geht es dabei u. a. um folgende Inhalte:

- Univariate und bivariate deskriptive Statistik, Grundlagen der quantitativen Datenanalyse (insbesondere Skalenniveaus, Verteilungen, Darstellungsformen)
- Wahrscheinlichkeitstheoretische Grundlagen der Inferenzstatistik (induktive Statistik)
- Stichprobentheorie, Intervallschätzung und Logik des Signifikanztests, Testen von bivariaten Hypothesen
- Grundzüge der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre
- Grundlagen quantitativer Problemlösungsmethodik
- Qualitative Problemstrukturierungsmethodik

Lehrformen/Modulelemente:
Seminar (Statistik und Datenanalyse) 1. Semester (3 LP)
Übung (Grundlagen der BWL) 1. Semester (2 LP)
Seminar (Problemstrukturierung) 2. Semester (3 LP)

Qualifikationsziele:
- Fach- und Methodenkenntnisse in den Bereichen Statistik, Betriebswirtschaftslehre und Problemlösungsmethodik
- Fähigkeit zur Strukturierung und statistischen Modellierung sozialwissenschaftlicher Fragestellungen
- Fähigkeit zur Indikationsstellung und Anwendung statistischer Verfahren
- Fähigkeit der Systematisierung von betriebswirtschaftlichen/organisationalen Phänomenen
- Fähigkeit zur Strukturierung von betriebswirtschaftlichen/organisationalen Problemen

Teilnahmevoraussetzungen: keine

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten: 120-min. Abschlussklausur (8 LP)

Leistungspunkte und Noten: 8 LP; benotet

Semester: 1.-2.

Arbeitsaufwand:
Seminare: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Vor- und Nachbereitung, 30 Std. Beitrag/Prüfung
Übung: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Vor- und Nachbereitung

Moduldauer: 2 Semester

Modul 04: Einführung in die verbale Kommunikation

Studienbereiche: Verbale Kommunikation

Modul 04 führt in den Studienbereich Verbale Kommunikation ein. Schwerpunkte sind die wesentlichen Gegenstandsbereiche, Fragestellungen, Theorien und Methoden des Studienbereichs. Dabei geht es insbesondere um die Bedeutung dieser Aspekte für die Gestaltung verbaler Kommunikation. Die Veranstaltungen fokussieren sich auf die Frage, wie Menschen, Artefakte und Institutionen sich mit Texten in eine Kultur, in eine Lebenswelt, in einen Diskurs *einschreiben*. Sie ist als Basisinformation über die wesentlichen Aspekte der „Verbalen Kommunikation" im Sinne einer Kommunikationskulturwissenschaft konzipiert. Ausgehend von aktuellen Beispielen aus gesellschaftlichen, wirtschaftlichen, kulturellen und künstlerischen Kontexten werden wichtige Dimensionen solcher Einschreibungen (Writing Culture als Doing Culture) erarbeitet. Inhalte: Sprache/Sprechen; Text/Kontexte/Narrative Stil/Zeichen/Produktbotschaften; Inventarisierung gegenwärtiger Kultur.

Im Einzelnen geht es dabei u. a. um folgende Inhalte:
Sprachtheorie/Zeichentheorie
Sprachpragmatik/Stilistik
Textlinguistik/Texttheorie/Kontexttheorie
Narrative und Narrationen
Zusammenhang von ‚Writing Culture', Inskription und ‚Doing Culture'
Wissen der Künste und der Literatur als Kommunikationsaufgabe
Konsum und Kommunikation
Diskursive, semiotische und narrative Dimensionen von aktuellen Themen
Textproduktion in unterschiedlichen Kontexten und Formaten

Lehrformen/Modulelemente:
Einführungsvorlesung I 1. Semester (3 LP)
Einführungsvorlesung II 2. Semester (3 LP)
Übung zur Textgestaltung (2 LP)

Qualifikationsziele:
Grundlegende Vertrautheit mit Gegenstand, Begriffen, Teilgebieten, Fragestellungen, Theorien und Methoden des Studienbereichs und deren Bedeutung für die Textgestaltung
Vertrautheit mit Kommunikation in diversen Kontexten
Methodische Sensibilisierung für Aufschreibeverfahren
Einsicht in Zusammenhänge und Anschlüsse angrenzender Disziplinen und Studienbereiche
Fähigkeit zur Gestaltung verbaler Kommunikation und unterschiedlicher Textformate
Fähigkeit zum Erkennen und Analysieren des Wechselverhältnisses zwischen Theorie und Praxis der Textgestaltung
Fähigkeit zum Erkennen, Analysieren und Vermitteln der epistemischen Funktion von Kunst und Literatur

Teilnahmevoraussetzungen: keine

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten: Abschließende Modulprüfung nach dem 2. Semester als 180-min. Klausurprüfung oder Prüfungsgespräch (Vorleistung in Vorlesung I und II sowie in Übung: Übernahme von Aufgaben und deren Verschriftlichung); 8 LP

Leistungspunkte und Noten: 8 LP; benotet

Semester: 1.-2.

Arbeitsaufwand:
Einführungsvorlesung I: 30 h Präsenz + 30 h Vor-/Nachbereitung + 15 h Ganzschriftlektüre mit Aufgabe
Einführungsvorlesung II: 30 h Präsenz + 30 h Vor-/Nachbereitung + 15 h Aufgabe + schriftliche Ausführung
Übung: 30 h Präsenz + 30 h Vor-/Nachbereitung
Zusätzl. Vorbereitung Modulprüfung: 30 h

Moduldauer: 2 Semester

Modul 05: Einführung in die Audiovisuelle Kommunikation

Studienbereiche: Audiovisuelle Kommunikation

Modul 05 führt in den Studienbereich Audiovisuelle Kommunikation ein. Schwerpunkte sind die wesentlichen Gegenstandsbereiche, Fragestellungen, Theorien und Methoden des Studienbereichs. Dabei geht es insbesondere um die Bedeutung dieser Aspekte für die Gestaltung audiovisueller Kommunikation. Im Einzelnen geht es dabei u.a. um folgende Inhalte:

- Medientheoretische Aspekte zeitbasierter Medien
- Historische Entwicklung der Medien
- Konzeption audiovisueller Kommunikation
- Realisation audiovisueller Kommunikation
- Präsentation audiovisueller Kommunikation
- Interaktivität und Multimedialität
- Public Relations mit audiovisuellen Medien

Lehrformen/Modulelemente:
Einführungsvorlesung 1. Semester (3 LP)
Seminar zu ausgewählten Problemen und Fragestellungen des Lehrbereichs (3 LP)
Übung zur Gestaltung audiovisueller Kommunikation (2 LP)

Qualifikationsziele:
- Grundlegende Vertrautheit mit Gegenstand, Begriffen, Teilgebieten, Fragestellungen, Theorien und Methoden des Studienbereichs und deren Bedeutung für die audiovisuelle Gestaltung
- Fähigkeit zur Analyse verschiedener Formen audiovisueller Kommunikation
- Fähigkeit zum Erkennen und Analysieren des Wechselverhältnisses zwischen Theorie und Praxis der audiovisuellen Gestaltung
- Fähigkeit zur Gestaltung audiovisueller Kommunikation

Teilnahmevoraussetzungen: keine

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten: Abschließende Modulprüfung nach dem 2. Semester als 120-min. Klausur-Prüfung oder Prüfungsgespräch (8 LP)

Leistungspunkte und Noten: 8 LP; benotet

Semester: 1-2

Arbeitsaufwand:
Vorlesung: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Nachbereitung, 30 Std. Klausurvorbereitung
Seminar: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Vor- und Nachbereitung, 30 Std. Referat + schriftliche Ausarbeitung
Übung: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Bearbeitung einer Aufgabe

Moduldauer: 2 Semester

Modul 06: Grafikdesign und Präsentation/Rhetorik

Studienbereiche: Verbale Kommunikation/Audiovisuelle Kommunikation

Das Modul umfasst methodische Grundlagen, auf welche die beiden Studienbereiche Verbale Kommunikation und Audiovisuelle Kommunikation zurückgreifen. Hierunter fallen insbesondere Grundlagen der Rhetorik und Präsentation sowie des Grafikdesign. Im Einzelnen geht es dabei u.a. um folgende Inhalte:

- Theorie und Praxis der Rhetorik
- Entwicklung von Vortragsstilen und -strategien
- Grundlagen der Konzeption und Dramaturgie von Präsentationen
- Grundlagen der fotografischen Gestaltung
- Grundlagen des Grafik-Design
- Typografie und Layout
- Aufbau und Funktionsweisen visueller Medien und deren Gebrauch

Lehrformen/Modulelemente:
Übung: Kommunikationsgestaltung mit unterschiedlichen Medien (2 LP)
Übung: Rhetorik (2 LP)
Übung: Präsentation (2 LP)

Qualifikationsziele:
- Kenntnis von rhetorischen Ausdrucksmitteln
- Kenntnis von Vortragsstilen und Strategien
- Fähigkeit zum freien Vortrag
- Grundlagenkenntnisse der Fotografie
- Grundlagenkenntnisse Grafik-Design
- Grundlagenkenntnisse des Informationsdesigns
- Grundlagenkenntnisse Typografie und Layout
- Fähigkeit zur Konzeption und Durchführung von Präsentationen mit und ohne Unterstützung technischer Medien

Teilnahmevoraussetzungen: keine

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten: Erfüllung von Aufgaben

Leistungspunkte und Noten: 6 LP; unbenotet. Das Modul ist erfolgreich absolviert, wenn die Aufgaben erfüllt sind.

Semester: 1.-2.

Arbeitsaufwand:
Je Übung 30 Std. Präsenz, 30 Std. Nachbereitung
(gesamt: 90 Std. Präsenz, 90 Std. Nachbereitung)

Moduldauer: 2 Semester

Modul 07: Wissenschaftliches Arbeiten

Studienbereiche: studienbereichsübergreifend

Das Modul behandelt allgemein anerkannte Standards (z.B. APA Style) der Methodik wissenschaftlichen Arbeitens. Das Seminar bietet den Studierenden Orientierungshilfen für die Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten und die Präsentation von Forschungsergebnissen. Beides wird an Beispielen erläutert und praktisch eingeübt. Im Einzelnen geht es dabei u.a. um folgende Inhalte:

- Recherche- und Dokumentationstechniken
- Arbeiten mit wissenschaftlichen Quellen
- Formulierung wissenschaftlicher Frage- und Problemstellungen
- Zitiertechniken
- wissenschaftliches Argumentieren
- Präsentation von Forschungsergebnissen

Das Modul befähigt zum selbstständigen, wissenschaftlichen Arbeiten nach anerkannten Standards. Alle grundlegenden Arbeitstechniken werden vermittelt. Verschiedene Recherche- und Dokumentationstechniken, das Arbeiten mit wissenschaftlichen Quellen, die Formulierung wissenschaftlicher Frage- und Problemstellungen, korrektes Zitieren, wissenschaftliches Argumentieren, das Verfassen von wissenschaftlichen Arbeiten und die Präsentation von Forschungsergebnissen werden an Beispielen erläutert und praktisch eingeübt.

Lehrformen/Modulelemente: Seminar

Qualifikationsziele:
Befähigung zur selbständigen wissenschaftlichen Arbeit
Fähigkeit wissenschaftliche Fragestellungen zu entdecken
Präsentieren von wissenschaftlichen Arbeiten (Protokoll, Exposé, Seminar- und Hausarbeit, Bachelorarbeit, Forschungsbericht)

Teilnahmevoraussetzungen: keine

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten: Seminar: Referat, Übernahme definierter Aufgaben; Verfassen einer wissenschaftlichen Hausarbeit zu einem Thema der Module 01, 02, 04 oder 05.

Leistungspunkte und Noten: 6 LP (3/3); benotet.

Semester: 1.-2.

Arbeitsaufwand: Seminar: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Vor- und Nachbereitung, 30 Std. Beitrag; Hausarbeit: 90 Std.

Moduldauer: 2 Semester

Nichtamtliche Lesefassung unter Einschluss der 1. Änderung vom 11. Februar 2015 gemäß UdK-Anzeiger 11/2015 vom 30. Oktober 2015 und der 2. Änderung vom 28. Oktober 2015 gemäß UdK-Anzeiger 3/2016 vom 31. März 2016. Maßgeblich ist der im UdK-Anzeiger veröffentlichte Text.

Modul 08: Kontextfach

Studienbereiche: Kontext Gesellschaft (08 G), Kontext Wirtschaft (08 W)

Das Modul vermittelt Basiskenntnisse der Kontextbereiche Soziologie und Wirtschaft. Neben historischen Perspektiven widmet sich das Modul aktuellen Problemfeldern und macht vertraut mit den Gegenständen, Teilgebieten, Fragestellungen, Theorien und Methoden der jeweiligen Kontextdisziplinen.

Lehrformen/Modulelemente:
1. Studienjahr: 4 LP wahlweise Gesellschaft oder Wirtschaft

2. Studienjahr: 4 LP wahlweise Gesellschaft oder Wirtschaft

Die Wahl des Kontextfaches erfolgt für jeweils ein Studienjahr.

Seminar 1. Semester (2 LP)

Seminar 2. Semester (2 LP)

Seminar 3. Semester (2 LP)

Seminar 4. Semester (2 LP)

Qualifikationsziele:
- Kenntnis soziologischer und ökonomischer Basistheorien unter besonderer Berücksichtigung aktueller Debatten.
- Fähigkeit zur kritischen Einordnung von und Auseinandersetzung mit Kontexttheorien zum Bezug auf gesellschaftliche und wirtschaftliche Problemfelder und Veränderungen
- Verständnis des institutionellen Hintergrunds der Wirtschafts- und Gesellschaftskommunikation
- Verständnis der gesellschaftlichen und ökonomischen Rationalität.
- Entwicklung sprachlicher Artikulationsfähigkeit in den einzelnen Kontextbereichen
- Vertiefung des Verständnisses spezifischer Inhalte und Methoden des Kontextwissens. Erweiterung des Wissens über soziologische und ökonomische Theorien.

Teilnahmevoraussetzungen: Erfüllung der Kriterien der vorangegangenen Modulelemente

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten:
Im Seminar: Übernahme definierter Aufgaben (z.B. Verfassen eines Thesenpapiers oder Essays, Bearbeitung einer Fallstudie, Erhebung von Daten)

Leistungspunkte und Noten: 8 LP; unbenotet. Nachweis erfolgreicher Teilnahme

Semester: 1.-4.

Arbeitsaufwand: Seminare: 60 Std. Präsenz, 60 Std. Vor- und Nachbereitung

Moduldauer: 4 Semester

Modul 09: Medienpsychologie

Studienbereiche: Kommunikations- und Medienforschung

Das Ziel des Moduls ist es, einen möglichst breiten Überblick über grundlegende Konzepte, Theorien und wichtige Forschungs- und Anwendungsfelder der Psychologie im Allgemeinen und der Kommunikationspsychologie im Besonderen zu bieten. Dabei sollen sowohl grundlagenwissenschaftliche Erkenntnisse und Methoden als auch anwendungsbezogene Forschungsmethoden und Ansätze vermittelt werden, um das Arbeiten an der Schnittstelle zwischen Theorie und Anwendung zu ermöglichen. Im Einzelnen geht es dabei u.a. um folgende Inhalte:

- Grundlegende Prozesse und Paradigmen in der Psychologie
- Inhaltlicher und historischer Überblick
- Ziele, Methoden und Menschenbilder der Psychologie
- Analyseebenen in der Psychologie (intrapersönlich, interpersönlich, Gruppen)
- Kommunikation aus psychologischer Sicht
- Grundlagen der Kommunikation (Wahrnehmung, Motivation, soziale Kognition)
- Diversität in Kommunikation (interpersönliche Unterschiede, kulturelle Unterschiede und Normen)
- Nonverbale Kommunikation und Emotion
- Beiläufige/unbewusste Kommunikation
- Einstellung und Einstellungsänderung

Lehrformen/Modulelemente:
Vorlesung (Medienpsychologie) (3 LP)
Seminar: ausgewähltes Teilgebiet der Medienpsychologie verbunden mit Fragebogenentwicklung (3 LP)

Qualifikationsziele:
- Fähigkeit zum kritischen Umgang mit komplexen Konstrukten, theoretischen Ansätzen und empirischen Ergebnissen der der Psychologie/Kommunikationspsychologie und
- deren anwendungsorientierte Nutzung bzw. Übertragung auf konkrete Kommunikationsprobleme
- Anwendungswissen zur Nutzung und Gestaltung empirischer Datenerhebungsmethoden

Teilnahmevoraussetzungen: erfolgreicher Abschluss der Module 01 bis 07

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten:
Abschließende Modulprüfung nach dem 4. Semester als 120-min. Klausur-Prüfung
Vorleistung im Seminar: Referat

Leistungspunkte und Noten: 6 LP; benotet

Semester: 3.-4.

Arbeitsaufwand:
Vorlesung: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Nachbereitung, 30 Std. Beitrag/Prüfung
Seminar: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Vor- und Nachbereitung, 30 Std. Beitrag/Prüfung

Moduldauer: 2 Semester

Modul 10: Mediensoziologie

Studienbereiche: Kommunikations- und Medienforschung

Das Modul behandelt zentrale theoretische Ansätze und Konstrukte der Medien- bzw. Kommunikationssoziologie unter besonderer Berücksichtigung aktueller Forschungsergebnisse und anwendungsrelevanter Aspekte. Dabei wird auch vertiefend auf die Konzeption der für den Studiengang zentralen qualitativen Forschungsmethoden eingegangen. Im Einzelnen geht es dabei u.a. um folgende Inhalte:

- Soziale Konstruktion von Wirklichkeit
- Gesellschaftlicher Umgang mit Medien & Mediale Prägung von Gesellschaft
- Technologischer und sozialer Wandel (in Zusammenhang mit Fragen des Milieus, der Lebensstile & Werte)Prozesse der Mediatisierung, Domestizierung, etc.
- Prozesse der Mediatisierung, Domestizierung, etc.
- Mediennutzung als soziale Frage
- Zusammenhänge zwischen Medien, Identität und Vergemeinschaftung
- Die Rolle von Medien bei Fragen der Integration und die Mediensozialisation

Lehrformen/Modulelemente:
Vorlesung (Mediensoziologie) 3. Semester (3 LP)
Seminar (ausgewähltes Teilgebiet der Mediensoziologie verbunden mit qualitativen Forschungsmethoden) 4. Semester (3 LP)

Qualifikationsziele:
- Fähigkeit zum kritischen Umgang mit komplexen Konstrukten, theoretischen Ansätzen und empirischen Ergebnissen der Medien- und Kommunikationssoziologie
- Anwendungswissen zur Konzeption und Durchführung von qualitativen Forschungsprojekten

Teilnahmevoraussetzungen: erfolgreicher Abschluss der Module 01 bis 07

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten:
Vorlesung: Klausur (3 LP)
Seminar: Durchführung einer methodischen Übung, Referat (3 LP)

Leistungspunkte und Noten: 6 LP; benotet

Semester: 3.-4.

Arbeitsaufwand:
Vorlesung: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Nachbereitung, 30 Std. Beitrag/Prüfung
Seminar: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Vor- und Nachbereitung, 30 Std. Beitrag/Prüfung

Moduldauer: 2 Semester

Modul 11: Strategisches Management

Studienbereich: Strategische Kommunikationsplanung

Der Kern und die übergreifende Klammer im Prozess der Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation ist der Bereich der Strategie bzw. des Strategischen Managements. In diesem Modul wird den Fragen nachgegangen, was Strategie ist und welche Zugangsebenen in einer Organisation existieren, um Strategien zu entwickeln und umzusetzen. Es werden die relevanten Strategie-Inhalte (insbesondere des Strategischen Marketing) behandelt sowie der Führungs- bzw. Beratungsprozess, der sowohl in Bezug auf die Formulierung der intendierten Strategien als auch in Bezug auf die Pflege des emergierenden "Strategy-Makings" einer Gestaltung bedarf. Strategieinhalte und Strategieprozess sowie deren Interaktion werden gleichberechtigt behandelt. In diesem Zusammenhang spielt die Strategische Organisationskommunikation eine zentrale Rolle. Sie befasst sich mit der Kommunikation der Organisation zu ihren Stakeholdern, mit der Kommunikation der Stakeholder über die Organisation sowie mit der Kommunikation innerhalb der Organisation. Auf diese Weise wird der organisationspolitische Rahmen einer Organisation umrissen, innerhalb dessen erst strategisches Handeln möglich wird. Nicht zuletzt geht es darum, in Organisationen für eine adäquate Sensibilität und Reaktionsbereitschaft gegenüber Umfeldentwicklungen zu sorgen. Modul 11 knüpft inhaltlich unmittelbar an Modul 02 und Modul 03 des ersten Studienjahres an und vertieft die dort angerissenen konzeptionellen und methodischen Fragen mit Blick auf strategische Fragestellungen. Im Einzelnen geht es u.a. um folgende Inhalte:

- Strategietheorien und Bezugsrahmen (inklusive der Diskussion der grundsätzlichen Wechselbeziehung zwischen: Theorien, Bezugsrahmen, Modellen, Methoden und Instrumenten)
- Methoden und Instrumente der Strategie-Entwicklung
- Methoden zur Analyse hochkomplexer Märkte (insbesondere Methoden zur Marktsegmentierung und zur Analyse der Vorstellungswelten von Konsumenten/Kunden sowie anderer Adressaten)
- Methoden und Instrumente der Markenführung
- Prozessuale Aspekte der Strategie-Entwicklung
- Theorien zum (unternehmens-)politischen Rahmen
- Methoden und Instrumente des Stakeholder Management
- Methoden und Instrumente des (Strategischen) Issues Management
- Unternehmenskommunikation
- Wechselverhältnis von Unternehmenskommunikation, Unternehmensstrategie und Unternehmenspolitik
- Organisationale Identität
- Corporate Branding
- Gestaltung von Management- und Führungssystemen

Lehrformen/Modulelemente:

Vorlesung (3 LP)

Vorlesung zu Theorien und Methoden des Stakeholder und Issues Management (3 LP)

Seminar zu ausgewählten Probleme der Strategieentwicklung (3 LP)

Seminar zu ausgewählten Aspekten und Problemen der Organisationskommunikation (z.B. Mobilisierung in Organisationen, Früherkennung von Issues etc.; 3 LP)

Qualifikationsziele:

Fähigkeit…

- zur situationsadäquaten Anwendung von Methoden und Instrumenten der Strategieentwicklung
- zum strategischen Denken
- zur differenzierten Erfassung und Abbildung komplexer Marktsituationen
- zur strategischen Problemanalyse
- zur Analyse des Wechselspiels von Unternehmensführung und Markenführung
- zur Abstimmung von Strategie-Inhalt und Strategieprozess
- zur situationsadäquaten und strategischen Anwendung von Methoden und Instrumenten der Organisationskommunikation
- zur differenzierten Erfassung und Abbildung komplexer Stakeholderkonstellationen und gesellschaftlicher Konfliktlinien
- zur (mikro-)politischen Problemanalyse und Umfeldinterpretation
- zur Analyse des Wechselspiels von Unternehmensstrategie, Unternehmenspolitik und organisationaler Identität
- zur Gestaltung der prozessualen Aspekte von Managementsystemen

Teilnahmevoraussetzungen: erfolgreicher Abschluss der Module 01 bis 07

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten: Modulprüfung nach dem 4. Semester: 180-min. Abschlussklausur

Leistungspunkte und Noten: 12 LP; benotet

Semester: 3.-4.

Arbeitsaufwand:
Vorlesung: jeweils 30 Std. Präsenz, 30 Std. Nachbereitung, 30 Std. Beitrag/Prüfung
Seminar: jeweils 30 Std. Präsenz, 30 Std. Vor- und Nachbereitung, 30 Std. Beitrag/Prüfung

Moduldauer: 2 Semester

Modul 12: Kommunikation mit Texten in wirtschaftlichen und interkulturellen Kontexten

Studienbereiche: Verbale Kommunikation

In diesem Modul werden Texttheorien und sprachliche Gestaltung von Texten und deren Gebrauch in verschiedenen Kontexten (wirtschaftlich, gesellschaftlich, interkulturell) erarbeitet, wobei dem Modul der erweiterte Textbegriff zugrunde liegt. Außerdem werden folgende Methoden bei der Analyse von Texten vertieft und angewandt: linguistische Textanalyse, Analyse funktionaler, grammatisch-struktureller und kontextueller Merkmale; pragmatische Analyse: z.B. Implikaturen, Präsuppositionen (auch und v.a. vor dem Hintergrund kultureller Prägung). In den Seminarangeboten des Moduls werden theoretische Ausführungen an zahlreichen Beispielen aus der Kommunikationspraxis im jeweiligen Themenkomplex erörtert. Die Studierenden sollen durch das Bewusstsein für verschiedene Bedingungsfaktoren sprachlicher Gestaltung und für interkulturelle Aspekte Schlüsselkompetenzen für die Gestaltung und Praxis sprachlicher Kommunikation erlangen.

Einzelne Inhalte:
- Texttheorie, Textfunktionen, Textsorten, Textualitätskriterien
- mündliche und schriftliche Texte in der Wirtschaftskommunikation
- Sprache der Werbung, des Rechts, der Wirtschaft u.a.
- Krisenkommunikation von Wirtschaftsunternehmen
- Interkulturelle Aspekte der Gestaltung von Texten von Wirtschaftsunternehmen
- Interkulturelle Kommunikation
- Interkulturelle Kompetenz
- Interkulturelles Management

Lehrformen/Modulelemente:
Vorlesung zu den Grundlagen der Texttheorie und Interkultureller Kommunikation (3 LP)
Seminar zu ausgewählten Themenkomplexen (3 LP)
Übung zu ausgewählten Themenkomplexen (2 LP)

Qualifikationsziele:
- Bewusstsein für die Abhängigkeit sprachlicher Gestaltung von wirtschaftlichen, kulturellen und situativen Faktoren
- Bewusstsein für kulturelle Prägung von Texten
- Sensibilisierung für interkulturelle Aspekte schriftlicher und mündlicher Kommunikation in Interaktionssituationen
- Interkulturelle Kompetenz in mündlichen und schriftlichen Kommunikationssituationen
- Ausgeprägte analytische Fähigkeiten beim Umgang mit Texten
- Routinisierter Umgang mit Kultur- und Situationsabhängigkeit von Texten
- Produktive Kompetenzen
- Reflexions- und Analysekompetenz für interkulturelle Interaktionssituationen

Teilnahmevoraussetzungen: erfolgreicher Abschluss der Module 01 bis 07

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten:
90 min. Abschlussklausur und Leistungserbringung in Seminar und Übung [Beitrag und Kurzausarbeitung/Gruppenarbeit/(Übungs-)Aufgabe]

Leistungspunkte und Noten: 8 LP; benotet

Semester: 3. und 4.

Arbeitsaufwand:
Vorlesung: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Nachbereitung
Seminar: 30. Std. Präsenz, 30 Std. Vor-/Nachbereitung, 30 Std. Beitrag/ Leistungserbringung
Übung: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Bearbeitung einer Aufgabe
Modulprüfung: 30 Std. Vorbereitung

Moduldauer: 2 Semester

Modul 13: Medientheorie/Zeitbasierte Medien

Studienbereiche: Audiovisuelle Kommunikation

Aus dem gesamten Zeitraum, in dem Kommunikation vermittels technischer Medien gedacht wird, sollen herausragende und für die modernen wie nachmodernen Medienwelten einflussreiche Konzepte und Theorien vorgestellt und diskutiert werden. Das bedeutet, dass eine zeitliche Strecke von etwa 2.500 Jahren durchlaufen wird mit dem Fokus auf die Herkunft der so genannten neuen Medien. Die vielfältigen Techniken des Hörens, des Sehens und des Kombinierens, die aus heutiger Perspektive unzutreffend im Begriff der audiovisuellen Medien vereinheitlicht werden, stammen aus dem fernen Süd-Osten der Erde, dem Nahen Osten (dem arabisch-/ islamischen Raum) und dem Süden Europas. Im Norden und Westen wurden sie zu Produkten, Strategien, Dispositiven entwickelt. Verbunden mit der Darstellung der einzelnen Konzepte, Modelle, Techniken ist die theoretische Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Konzepten zur Archäologie der Medien. Übergreifendes Ziel ist es, die Grundlage für einen arbeits- und experimentierfähigen Kanon zur Entwicklung von Medien, besonders der Ton- und Bildkünste sowie der Künste der Kombination, zu geben. Im Einzelnen geht es dabei u. a. auch um folgende Inhalte:

- Variantologie der Medien
- Medienentwicklung in tiefenzeitlicher Perspektivekünstlerische und gestalterische Verwendungen von Medien
- Multimedia- und Crossmedia-Phänomene

Lehrformen/Modulelemente:
Vorlesung zu Grundlagen der Medientheorie (3 LP)
Seminar zu ausgewählten medienanalytischen Themenkomplexen (3 LP)
Übung zu ausgewählten Texten der Medientheorie (2 LP)

Qualifikationsziele:
- Grundlegendes Verständnis relevanter Medientheorie-Modelle im Bereich der audiovisuellen Kommunikation
- Wissen über verschiedene Theorieansätze unter Berücksichtigung von Gestaltungstheorien und aktuellen Theoriemodellen im Bereich Neue Medien/Digitale Medien

Teilnahmevoraussetzungen: erfolgreicher Abschluss der Module 01 bis 07

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten:
Vorlesung: Prüfungsgespräch (3 LP)
Seminar: Referat mit schriftlicher Kurzfassung oder schriftlicher Textminiatur (3 LP)
Übung: Bearbeitung einer Aufgabe (z.B. Referat, oder Gestaltungsaufgabe) (2 LP)

Leistungspunkte und Noten: 8 LP; benotet

Semester: 3.-4.

Arbeitsaufwand:
Vorlesung: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Nachbereitung, 30 Std. Prüfung
Seminar: 30. Std. Präsenz, 30 Std. Vor-/Nachbereitung, 30 Std. Beitrag/ Prüfung
Übung: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Bearbeitung einer Aufgabe

Moduldauer: 2 Semester

Modul 14: Gestaltungspraxis

Studienbereiche: Verbale Kommunikation/Audiovisuelle Kommunikation

In dem gemeinsamen Aufbaumodul Gestaltungspraxis werden Methoden und Praktiken der verbalen und audiovisuellen Kommunikationsgestaltung studiert. Im Einzelnen geht es dabei u.a. um folgende Inhalte:

- Konzeptionsentwicklung für audiovisuelle Kommunikation
- Konzeptionsentwicklung für verbale Kommunikation
- Synthese aus audiovisueller und verbaler Mediengestaltung
- Bild- und Tongestaltung, Dramaturgie, Storytelling
- Innovative Formen von Medieneinsatz
- Erprobung von Medienwirkung und Abgrenzung
- Gestaltungselemente Text und Sprache
- Experimentelles Texten
- Integration audiovisueller und verbaler Rhetorik

Lehrformen/Modulelemente:
Proseminar C: Gestaltungspraxis Verbale Kommunikation (3 LP)
Proseminar D: Gestaltungspraxis Audiovisuelle Kommunikation (3 LP)

Qualifikationsziel: Fähigkeit zur eigenständigen Konzeption und Umsetzung zielgerichteter verbaler und audiovisueller Kommunikationsgestaltung
–

Teilnahmevoraussetzungen: erfolgreicher Abschluss der Module 01 bis 07

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten: Übernahme definierter Aufgaben

Leistungspunkte und Noten: 6 LP; unbenotet. Das Modul ist erfolgreich absolviert, wenn die gestellten Aufgaben erfüllt sind.

Semester: 3.-4.

Arbeitsaufwand:
Proseminar C: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Vor-/ Nachbereitung, 30 Std. Bearbeitung einer Aufgabenstellung
Proseminar D: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Vor-/ Nachbereitung, 30 Std. Bearbeitung einer Aufgabenstellung

Moduldauer: 2 Semester

Modul 15: Ausgewählte Probleme der Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation

Studienbereiche:
- Kommunikations- und Medienforschung
- Strategische Kommunikationsplanung
- Verbale Kommunikation
- Audiovisuelle Kommunikation

Die Studierenden wählen aus den Angeboten der vier Studienbereiche ein Angebot aus. In diesem Modul werden die bisher erworbenen Kompetenzen weiter vertieft. Dies geschieht unter den spezifischen Perspektiven der Studienbereiche anhand ausgewählter Probleme der Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation. Im Einzelnen geht es dabei beispielhaft um folgende Inhalte:

Studienbereich A Kommunikations- und Medienforschung
Werbewirkung, Werbepsychologie, Zielgruppen und Segmentierung, Kommunikatoren, Medieninhalte, Visuelle Kommunikation, Semiotik, Medienwirkung, Statistik II. Zum ausgewählten Thema werden theoretische Ansätze, aktuelle Forschungsergebnisse, Methoden und anwendungsrelevante Aspekte erarbeitet.
Studienbereich B Strategische Kommunikationsplanung
Entwicklung von Kommunikationsstrategien in spezifischen Kontexten, jeweils unter Reflexion der organisationstheoretischen Grundlagen sowie der politisch-kulturellen Rahmenbedingungen. Z.B. für interkulturelle Kommunikation, Kommunikationsmanagement in Organisationen, Risiko- und Krisenkommunikation etc.
Studienbereich C Verbale Kommunikation
Theorie und Praxis der Textgestaltung im Kontext von Journalismus, Verlagswesen, Werbung und Public Relations, Kultur, Unterhaltung etc.
Studienbereich D Audiovisuelle Kommunikation
Theorie und Praxis der Gestaltung zeitbasierter audiovisueller Medien für unterschiedliche Zielsetzungen mit besonderem Schwerpunkt Animationsfilm.

Lehrformen/Modulelemente: Seminar (nach spezifischem Angebot der Studienbereiche) 4. Semester (3 LP)

Qualifikationsziele:
- Fähigkeit zur kritischen Auseinandersetzung mit theoretischen und forschungspraktischen Fragen der Kommunikations- und Medienforschung
- Fähigkeit zur kritischen Auseinandersetzung mit theoretischen und spezifisch anwendungsbezogenen Problemen der strategischen Kommunikationsplanung
- Fähigkeit zur Analyse und Produktion von verbaler Kommunikation in unterschiedlichen Kontexten
- Fähigkeit zur Konzeption und Dramaturgie von zeitbasierter audiovisueller Gestaltung

Teilnahmevoraussetzungen: erfolgreicher Abschluss der Module 01 bis 07

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten:
Seminar: Aktive Mitarbeit & Übernahme definierter Aufgaben (z.B. Referat, Diskussion, Protokoll, Interview, Beitrag/Reportage, Film; 3 LP)
Verfassen einer wissenschaftlichen Hausarbeit in einem der Studienbereiche A, B, C oder D (3 LP). Es ist ein Bereich zu wählen, in dem im ersten Studienjahr (Modul 07) keine Hausarbeit angefertigt wurde.

Leistungspunkte und Noten: 6 LP; benotet

Semester: 3.-4.

Arbeitsaufwand:
Seminar: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Vor-/Nachbereitung, 30 Std. Beitrag/Prüfung; Hausarbeit: 90 Std.

Moduldauer: 2 Semester

Modul 16: Projektvorbereitung

Studienbereiche: studienbereichsübergreifend

Das Kommunikationsprojekt ist ein wesentliches Leistungsmerkmal für den berufsqualifizierenden Abschluss des Bachelor-Studiengangs. Dieses Modul bereitet die Studierenden intensiv auf diese Aufgabe vor. Da im Prozess der Auftragskommunikation verschiedene Aufgabenbereiche und Selbstverständnisse z.B. der Analyse, strategischen Planung und Kreation zusammentreffen, ist es ein besonderes Anliegen, die Studierenden an eine kollaborative und, bezogen auf die Studienbereiche, transdisziplinäre Arbeits- und Denkweise zu gewöhnen. Im Einzelnen geht es dabei u.a. um folgende Inhalte:

- Kommunikationsprojekte im Rahmen der Auftragskommunikation
- Rechtliche und betriebswirtschaftliche Fragen
- Projektmanagement
- Projektdokumentation

Lehrformen/Modulelemente:
Vorlesung (Forschung, Planung, Kreation) 5. Semester (2 LP)
Seminar (Projektmanagement) 5. Semester (2 LP)
Übung (Rechtliche Fragen) 5. Semester (2 LP)

Qualifikationsziele:
- Fähigkeit zur selbständigen Planung und Durchführung des Kommunikationsprojekts im Team
- Fähigkeit zur angemessenen Organisation und Planung von längerfristigen Projekten unter realen Bedingungen der Auftragskommunikation

Teilnahmevoraussetzungen: erfolgreicher Abschluss der Module 01 bis 15

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten: Abgabe definierter Arbeitsergebnisse (6 LP)

Leistungspunkte und Noten: 6 LP; benotet

Semester: 5.

Arbeitsaufwand:
Vorlesung: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Nachbereitung
Seminar: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Nachbereitung
Übung: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Nachbereitung

Moduldauer: 1 Semester

Modul 17: Analyse- und Planungsmethodik für Kommunikationsprojekte

Studienbereiche: Kommunikations- und Medienforschung/Strategische Kommunikationsplanung

Gegenstand des Moduls sind Analyse- und Planungsmethoden für komplexe Beratungs-, Kommunikations- und Strategieentwicklungsprojekte sowie Fragen ihrer Durchführung. Dies umfasst insbesondere die analytische Methodik zu Zwecken der Entscheidungsunterstützung, z.B. Methoden der Zielgruppen- und Marktforschung, als auch die Formulierung von geeigneten Maßnahmenbündeln. Das Modul dient der Vorbereitung auf das Kommunikationsprojekt. Im Einzelnen geht es dabei u.a. um folgende Inhalte:

- Anwendung von Problemlösungsmethoden (qualitativ/quantitativ)
- (Online-)Befragung
- Marktforschung (qualitativ/quantitativ)
- Umsetzungsplanung
- Strategische Innovationsprozesse
- Planung und Umsetzung von (Strategie-)Workshops

Lehrformen/Modulelemente: 2 Seminare zu ausgewählten Problemen (je 3 LP)

Qualifikationsziele: Fähigkeit…
- zur Auswahl und Durchführung und Interpretation geeigneter Verfahren der qualitativen und quantitativen Marktforschung
- zur Planung und Durchführung von Beratungs-, Kommunikations- und Strategieentwicklungsprojekten
- zum Initiieren von Innovationen in Organisationen
- zur operativen Konkretisierung von Strategien
- zur Reflexion der eigenen Rolle als Forscher/-innen, Berater/-innen oder Dienstleister/-innen

Teilnahmevoraussetzungen: erfolgreicher Abschluss der Module 01 bis 15

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten:
Seminar: Referat und/oder empirische Untersuchung mit Präsentation (3 LP)
Seminar: Referat und/oder schriftliche Aufgabe (3 LP)

Leistungspunkte und Noten: 6 LP; benotet

Semester: 5.

Arbeitsaufwand: Seminare: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Vor-/Nachbereitung, 30 Std. Beitrag/Prüfung

Moduldauer: 1 Semester

Modul 18: Verbale und audiovisuelle Methodik für Kommunikationsprojekte

Studienbereiche: Verbale Kommunikation/Audiovisuelle Kommunikation

Gegenstand des Moduls sind methodische Aspekte der Gestaltung verbaler und audiovisueller Kommunikation für komplexe Aufgabenstellungen der Auftragskommunikation. Das Modul dient der Vorbereitung auf das Kommunikationsprojekt. Im Einzelnen geht es dabei u.a. um folgende Inhalte:

- Konzepte zeitbasierter audiovisueller Gestaltung
- Kreativprozesse und Ideenfindung
- Gestaltungsbeauftragung (Creative Briefings)
- Kreation und strategisch-analytische Vorgaben
- Textkonzeption und Textrealisation für verschiedene Kommunikationsinstrumente (Werbung, Public Relation, Verkaufsförderung etc.)

Lehrformen/Modulelemente: 2 Seminare zu ausgewählten Problemen (je 3 LP)

Qualifikationsziele: Fähigkeit zur …
- Konzeption und Realisation zeitbasierter audiovisueller Gestaltung
- Konzeption und Realisation verbaler Kommunikation
- Plausibilisierung von Gestaltungsstrategien im Rahmen der Auftragskommunikation

Teilnahmevoraussetzungen: erfolgreicher Abschluss der Module 01 bis 15

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten:
Seminar C: Übernahme von Aufgaben und deren schriftliche Ausarbeitung (3 LP)
Seminar D: Übernahme von Aufgaben und deren schriftliche Ausarbeitung (3 LP)

Leistungspunkte und Noten: 6 LP; unbenotet. Das Modul ist erfolgreich absolviert, wenn die Aufgaben erfüllt sind.

Semester: 5.

Arbeitsaufwand: Seminare: 30 Std. Präsenz, 30 Std. Vor-/Nachbereitung, 30 Std. Beitrag/Prüfung

Moduldauer: 1 Semester

Modul 19: Studium Generale

Studienbereiche: Studium Generale

a) Kulturwissenschaft
In den Kulturwissenschaften befähigt das Studium Generale zur Teilnahme an einem übergeordneten soziokulturellen Diskurs und zur Einmischung in „culture as a whole way of life" (Reynold Williams). Die Auseinandersetzung mit kulturwissenschaftlichen Theorien und Methoden findet dabei so statt, dass Umsetzungen in die künstlerische Praxis befördert werden.

b) Interdisziplinäre künstlerische Theorie und Praxis
In der interdisziplinären künstlerischen Praxis und Theorie lernen die Studierenden andere kunstspartenspezifische Denk- und Handlungsmuster theoretisch und praktisch kennen – als Fundament für die künstlerische Zusammenarbeit. Im Zentrum der Kompetenzentwicklung stehen kollektive künstlerische Prozesse, der Mut für experimentelles Arbeiten – und die theoretische, wissenschaftliche Reflexion und praxisbezogene Interpretation solcher Erfahrungen. Interdisziplinäre Projektarbeit wird (auch) als angeleitete Identitätsarbeit praktiziert, damit die Studierenden lernen, sich in der diversifizierenden Welt der Künste bewusst zu positionieren.

Lehrformen/Modulelemente:
1. Studienjahr
- Einführungsvorlesung Kulturwissenschaft (Studium Generale) 2 LP
- Lehrveranstaltung Studium Generale: Kulturwissenschaft oder Interdisziplinäre künstlerische Theorie und Praxis 2 LP

ΣΣ 4 LP

2. und 3. Studienjahr
- Lehrveranstaltung Studium Generale: Kulturwissenschaft 2 LP
- Lehrveranstaltung Studium Generale: Interdisziplinäre künstlerische Theorie und Praxis 2 LP (v.a. „Kollisionen")
- Lehrveranstaltung Studium Generale: Kulturwissenschaft oder Interdisziplinäre künstlerische Theorie und Praxis 2 LP

ΣΣ6 LP

Qualifikationsziele:
- Fähigkeit zur Generierung eines übergreifenden und kulturwissenschaftlich orientierten Denkraums, der Themen und Methoden des Studiums integriert
- Fähigkeit zur Reflexivität der disziplinären Orientierung im Kontext interdisziplinärer Fragestellungen und Probleme
- Übertragungsfähigkeit und Übersetzungsfähigkeit von Welten, Kulturen und wissenschaftlichen Disziplinen im Dialog mit Studierenden künstlerischer Studiengänge
- Fähigkeit zu Dialogizität und Diversität als Einlassen auf und Anverwandlung von Fremden Anderem und Ähnlichem
- Mut und Sensibilisierung für experimentelle Vorgehensweisen

Teilnahmevoraussetzungen: keine

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten: Übernahme von Aufgaben; Nachweis erfolgreicher aktiver Teilnahme ohne Benotung

Leistungspunkte und Noten: 10 LP; unbenotet; Nachweis erfolgreicher Teilnahme

Arbeitsaufwand: Jeweils 30h Präsenz + 30h Vor-/Nachvorbereitung pro Veranstaltung

Modul 20: Kommunikationsprojekt

Studienbereiche: Studienbereichsübergreifend

Ausführung einer komplexen Aufgabe in einem Team auf der Grundlage der im Verlauf des Studiums erworbenen Kompetenzen. Eigenarbeit der Studierenden unter Inanspruchnahme der Beratung durch die Lehrenden. Erstellung eines Arbeitsberichts und Präsentation der Ergebnisse. Im Einzelnen geht es dabei u.a. um folgende Inhalte:

– Akquisition von Aufträgen im Rahmen der Auftragskommunikation
– Recherche von Basisdaten (Marktforschung)
– Konzeptionelle Entwicklung einer Kommunikationskampagne unter wirtschaftlichen Bedingungen
– Entwicklung eines Gestaltungskonzeptes, insbesondere mit sprachlichen und audiovisuellen Mitteln
– Präsentation der Ergebnisse und Prüfungskolloquium

Lehrformen/Modulelemente:
Eigenarbeit der Studierenden und Beratung durch Lehrende (5. Semester; 10 LP)
Präsentation und Kolloquium (6. Semester; 20 LP)

Qualifikationsziele:
– Fähigkeit zur Konzeption und Realisation von Kommunikationskampagnen
– Fähigkeit zur Planung und Durchführung von Beratungs-, Kommunikations- und Strategieentwicklungsprojekten
– Fähigkeit zur selbständigen Auseinandersetzung mit einem komplexen Problem der Auftragskommunikation.
– Fähigkeit zum Transfer der im Studium erworbenen Fähigkeiten und Kenntnisse auf die Praxis der Auftragskommunikation
– Fähigkeit zur Arbeit im Team
– Irriations- und Interventionsbereitschaft gegenüber Lehrenden
– Fähigkeit zur Dokumentation in Form eines Arbeitsberichts und Präsentation der Ergebnisse.

Teilnahmevoraussetzungen:
a) zur Projektarbeit: erfolgreicher Abschluss der Module 01 bis 15 und die Anmeldung zu den Modulen 16 bis 18
b) zur mündlichen Projektprüfung: erfolgreicher Abschluss der Module 01 bis 18 und aktive Teilnahme an der Projektpräsentation

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten: Mündliche Prüfung (30 LP)

Leistungspunkte und Noten: 30 LP; benotet; vgl. §§ 17, 18 Prüfungsordnung

Semester: 5.-6.

Arbeitsaufwand:
Vorbereitung bis Briefing: 20 Std.
Beratung, 280 Std. Eigenarbeit
Entwicklung/Konzeption der Kampagne: 20 Std.
Beratung, 280 Std. Eigenarbeit
Präsentation: 150 Std. Eigenarbeit
Kolloquium: 150 Std. Eigenarbeit

Moduldauer: 2 Semester

Modul 21: Bachelorarbeit (studienabschließendes Modul)

Studienbereich: alle Bereiche

In diesem Modul steht die Anfertigung der Bachelorarbeit im Mittelpunkt. Diese kann in einem thematischen Zusammenhang mit dem Kommunikationsprojekt aus Modul 20 stehen.

Lehrformen/Modulelemente: selbstständige Arbeit mit Beratung (6. Semester; 10 LP)

Qualifikationsziele: Fähigkeit zur selbstständigen Auseinandersetzung mit einem Problem/einer Fragestellung nach wissenschaftlichen Standards und Methoden

Teilnahmevoraussetzungen: erfolgreicher Abschluss der Module 01-20

Kriterien für die Vergabe von Leistungspunkten/Modulabschluss: selbständige Bachelorarbeit und mündliche Verteidigung

Leistungspunkte und Noten: 10 LP; benotet; vgl. §§ 17, 18 Prüfungsordnung

Semester: 6.

Arbeitsaufwand: selbständige Arbeit unter Betreuung: 300 Std.

Moduldauer: 1 Semester