



Modulhandbuch
für den
Bachelorstudiengang
Neue Medien und
Interkulturelle Kommunikation
im Vollzeitstudium

Abschlussgrad: Bachelor of Arts (B.A.)

Hochschule für angewandte Wissenschaften Landshut
Fakultät Gesundheit Kommunikation Mensch-Technik-Interaktion

nach der Studien- und Prüfungsordnung vom 16.07.2021
in der Fassung der Zweiten Änderungssatzung vom 08.08.2023
Studienbeginn: ab Wintersemester 2023/24

Stand: 29.01.2026 / beschlossen vom Fakultätsrat am 05.02.2026

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung	4
Modulübersicht	6
Modulbeschreibungen 1. Semester	7
Modul MUK110 Medienanthropologie	7
Modul MUK120 Grundlagen Design & Gestaltung	9
Modul MUK130 Einführung interkulturelle Kommunikation	11
Modul MUK140 Interdisziplinäre Kommunikation: Wissenschaft	13
Modul MUK150 Ethik & wissenschaftliches Arbeiten	15
Modul MUK160 Englisch UNIcert II	17
Modul MUK170 2. Fremdsprache	18
Modulbeschreibungen 2. Semester	19
Modul MUK210 Medienkonzeption: Bild	19
Modul MUK220 Internettechnologien & Medieninformatik	21
Modul MUK230 Kulturwissenschaften & Sozialpsychologie	23
Modul MUK240 Interkulturelle Kommunikation: Wirtschaft & Politik	25
Modul MUK250 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	27
Modul MUK260 Englisch UNIcert II	28
Modul MUK270 2. Fremdsprache	29
Modulbeschreibungen 3. Semester	30
Modul MUK310 Medienpädagogik	30
Modul MUK320 Medienkonzeption: audiovisuell	32
Modul MUK330 Medienphilosophie & Soziologie	34
Modul MUK340 Interkulturelle Kommunikation: Soziales	35
Modul MUK350 Entrepreneurship	39
Modul MUK360 Englisch UNIcert III	42
Modul MUK370 2./3. Fremdsprache	43
Modulbeschreibungen 4. Semester	44
Modul MUK410 Medien & Landeskunde	44
Modul MUK420 Medienkonzeption: Vertiefung	46
Modul MUK430 Medienpsychologie & ABO	48
Modul MUK440 Interkulturelle Kommunikation: Kunst	50
Modul MUK450 Empirische Forschungsmethoden	52
Modul MUK460 Englisch UNIcert III	54
Modul MUK470 2./3. Fremdsprache	55

Modulbeschreibungen 5. Semester	56
Modul MUK500 Praktisches Studiensemester	56
Modulbeschreibungen 6. Semester	58
Modul MUK610 Projektarbeit in Teams: soziale Medien & generative KI	58
Modul MUK620 Intercultural Project Management [en].....	60
Modul MUK630 Medienrecht.....	62
Modul MUK640 Interkulturelle Kommunikation: Vertiefung	64
Modul MUK650 Journalismus	66
Modul MUK660 Aktuelle Themen & Trends	68
Modulbeschreibungen 7. Semester	70
Modul MUK700 Bachelorarbeit	70
Modul MUK710 Projektarbeit: Selbständigkeit	71
Modul MUK720 Inszenierung & Dokumentation	73
Modul MUK730 Exkursion & Medienproduktion.....	75
Studium Generale	77
Module MUK280, MUK480 und MUK740.....	77

Vorbemerkung

Die drei wichtigsten studiengangspezifischen Dokumente sind:

1) Studien- und Prüfungsordnung (SPO):

Diese enthält u.a. Informationen zum Studienziel, zum Aufbau des Studiengangs und zu Zugangsvoraussetzungen sowie Regelungen zum Studienfortschritt, zu Prüfungen, zum Praktikum und zur Bachelorarbeit. In der SPO wird außerdem verbindlich festgelegt, welche Pflicht- und Wahlpflichtmodule im Rahmen des Studiums absolviert werden müssen sowie deren Semesterwochenstunden und ECTS-Punkte (European Credit Transfer System).

Es ist zu beachten, dass unter Umständen für unterschiedliche Studienjahrgänge eines Studiengangs unterschiedliche SPO-Versionen Gültigkeit haben können.

2) semesteraktueller Studien- und Prüfungsplan (SPP):

Hier wird festgelegt, welche Veranstaltungen im aktuellen Semester angeboten und von welchen Dozierenden diese jeweils übernommen werden. Außerdem kann die Art der Leistungsnachweise bzw. der Prüfungen für das jeweilige Modul entnommen werden.

3) Modulhandbuch:

Das Modulhandbuch stellt eine ergänzende Rechtsgrundlage zur maßgeblichen Studien- und Prüfungsordnung sowie zum Studien- und Prüfungsplan des jeweiligen Studiengangs dar.

Das vorliegende Modulhandbuch zum Studiengang „Neue Medien und Interkulturelle Kommunikation“ gibt einen expliziten Überblick über die im Bachelorstudium zu absolvierenden Module und beschreibt diese u.a. hinsichtlich:

- Modulbezeichnung und Modulverantwortung
- Platzierung im idealtypischen Studienverlauf
- Leistungspunkte (Credit Points) nach ECTS
- Arbeitsaufwand (Workload)
- Lehrformen, Qualifikationsziele, Lehrinhalte und Verwendbarkeit
- empfohlene Grundlagenliteratur, welche zuweilen jedoch durch Angaben des Dozierenden im Rahmen der jeweiligen Lehrveranstaltung ergänzt werden kann
- Teilnahmevoraussetzungen auf Grundlage der Studien- und Prüfungsordnung
- Prüfungsleistung

Im Modulhandbuch können unter Umständen auch Module aufgelistet sein, die aktuell nicht bzw. noch nicht angeboten werden.

Der Studiengang „Neue Medien und Interkulturelle Kommunikation“ umfasst sechs theoretische und ein praktisches Studiensemester, das als fünftes Studienplansemester geführt wird. Das Studium schließt mit einer Bachelorarbeit ab.

In das Studium integriert sind drei Studium Generale Kurse. Diese umfassen jeweils 2 ECTS-Punkte und können in beliebigen Semestern belegt werden. In der Modulübersicht auf der folgenden Seite wird das Studium Generale beispielhaft dem 2., 4. und 7. Semester zugeordnet.

Fast alle Module sind Pflichtmodule. Beim Studium Generale, den Sprachen und den jeweiligen Vertiefungsrichtungen handelt es sich um Wahlpflichtmodule.

Im Zweifel gilt die jeweilige Studien- und Prüfungsordnung des Bachelorstudiengangs „Neue Medien und Interkulturelle Kommunikation“. Bitte beachten Sie: Für Studierende, die das Studium zum Wintersemester 2022/2023 oder früher aufgenommen haben, gilt die bisherige Studien- und Prüfungsordnung vom 16.07.2021 in der Fassung der Dritten Änderungssatzung vom 11.01.2024 fort. Für den Belegungszeitpunkt des Moduls und die Prüfungsform der noch abzulegenden Module gilt allerdings die Anlage der Studien- und Prüfungsordnung vom 16.07.2021 in der Zweiten Änderungssatzung vom 08.08.2023.

Modulübersicht

Im idealtypischen Verlauf des Bachelorstudiengangs „Neue Medien und Interkulturelle Kommunikation“ in Vollzeit werden im Zeitraum von sieben Semestern insgesamt 43 Module mit den entsprechenden Lehrveranstaltungen / Prüfungsleistungen (vgl. semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan) absolviert. Hierbei wird eine Gesamtleistungspunkteanzahl von 210 ECTS erreicht.

Modulübersicht - Fakultät GKM - Studiengang Neue Medien und Interkulturelle Kommunikation (B.A.)



Semester

7	Projektarbeit Selbstständigkeit	WPFM: Inszenierung & Dokumentation	WPFM: Exkursion & Medienproduktion	Bachelorarbeit			Studium Generale III
6	Medienrecht	Projektarbeit in Teams: soziale Medien & generative KI	WPFM: Journalismus	WPFM: Interkulturelle Kommunikation: Vertiefung	Intercultural Project Management	WPFM: Aktuelle Themen & Trends	
5	Praktisches Studiensemester						Praxisseminar
4	Englisch UNICert® III	2./3. Fremdsprache	Medien & Landeskunde	Medienkonzeption: Vertiefung	Medienpsychologie & ABO	Interkulturelle Kommunikation: Kunst	Empirische Forschungsmethoden
3	Englisch UNICert® III	2./3. Fremdsprache	Medienpädagogik	Medienkonzeption: audiovisuell	Medienphilosophie & Soziologie	Interkulturelle Kommunikation: Soziales	Entrepreneurship
2	Englisch UNICert® II	2. Fremdsprache	Internet-technologien & Medieninformatik	Medienkonzeption: Bild	Kulturwissenschaften & Sozialpsychologie	Interkulturelle Kommunikation: Wirtschaft und Politik	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre
1	Englisch UNICert® II	2. Fremdsprache	Interdisziplinäre Kommunikation: Wissenschaft	Grundlagen Design & Gestaltung	Medienanthropologie	Einführung interkulturelle Kommunikation	Ethik & wissenschaftliches Arbeiten

ECTS - Punkte					5						10						15							20							25							30							35
---------------	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	----	--	--	--	--	--	----	--	--	--	--	--	--	----	--	--	--	--	--	--	----	--	--	--	--	--	--	----	--	--	--	--	--	--	----

Module aus den Fachgebieten

■ Interkulturelle Kommunikation	■ Systematische Medienkunde	■ Wissenschaftliches Arbeiten & Methoden	□ Bachelorarbeit, praxisrelevante Themen	■ Sprachen
■ Medien: Konzeption	■ Gesellschafts- & sozialwissenschaftliche Grundlagen	■ Betriebswirtschaftliche Grundlagen	■ Studium Generale /	● Projektarbeit
				🇬🇧 In englischer Sprache
				🇬🇧🇩 In englischer und deutscher Sprache

Modulbeschreibungen 1. Semester

Modul MUK110 Medienanthropologie

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK110 Medienanthropologie		
Modulbezeichnung engl.	MUK110 Media Anthropology		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Maja Jerrentrup		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	1. Semester / jedes Wintersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	Vorlesung, seminaristischer Unterricht • mit Diskussionen und kleineren Übungen	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> • Auf Basis der kulturanthropologischen Perspektive lernen die Studierenden Grundlagen zu Medien und Kultur. • Sie kennen die Definitionen zentraler Begriffe aus dem Medien- und Kulturbereich und deren kritische / interdisziplinäre Diskussion. • Sie haben Einblicke in verschiedene Perspektiven auf die Mediengeschichte, beispielsweise Medien als zunehmende Erweiterungen des Körpers, mit Blick auf das Phänomen „Aufmerksamkeit“ oder als Geschichte einzelner Medien. • Dabei erlernen sie auch Spezifika einzelner Medien wie Sprache oder Schrift und erhalten einen Überblick über die Kunst-/Stilgeschichte. • Sie erfahren, welche kognitiven und psychologischen Grundlagen eine Rolle bei der Medienwahrnehmung und Kommunikation spielen.		
	<u>Anwendungswissen:</u> • Die Studierenden können Medienprodukte historisch verorten. • Sie kennen Ansatzpunkte zu kulturellen, ethischen, politischen etc. Diskussionen über Medien. • Sie können möglichen Medienwirkungen einschätzen und deren soziokulturellen Implikationen diskutieren.		
Lehrinhalte	Das Modul vermittelt grundlegende Aspekte zu Medienthemen aus der Perspektive der Kulturanthropologie.		

Literatur	• Bonfadelli, Heinz und Thomas N. Friemel (2017, 6. Überarbeitete Auflage): Medienwirkungsforschung. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. • Grampp, Sven (2016): Medienwissenschaft. Konstanz: UTB. • Jerrentrup, Maja (2020): Studienbuch Fotografie. Münster: UTB. • McLuhan, Marshall (1964): Understanding Media: The Extensions of Man. New York: McGraw-Hill. • Peoples, James and Garrick Bailey (2017): Humanity: An Introduction to Cultural Anthropology. Cengage Learning.
Verwendbarkeit des Moduls	Die Kenntnisse sollen die Grundlage für das Verstehen medialer Zusammenhänge bieten, ebenso wie die Grundlage zur Diskussion von Medienprodukten. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (60-90 min)

Modul MUK120 Grundlagen Design & Gestaltung

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK120 Grundlagen Design & Gestaltung		
Modulbezeichnung engl.	MUK120 Basics of design		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Maja Jerrentrup		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	1. Semester / jedes Wintersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung • Einführender Vorlesungsteil • Gruppenarbeit mit Beispielen aus der Praxis • Eigene Präsentationen • Kreativitätstraining	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> • Die Studierenden kennen die grundlegenden Begrifflichkeiten in Kunst und Design und können diese kritisch diskutieren. • Sie verfügen über Grundwissen zu Farbe, Font und Bild als einzelne Gestaltungselemente. • Sie kennen die Grundlagen der Gestalttheorie. • Sie erfahren, wie sie Bilder und Texte sowohl visuell, wie auch mit Bezug zu ihrem Inhalt sinnvoll zusammenstellen können. • Parallel zur einführenden Vorlesung werden Epochen der Kunst- und Designgeschichte vertieft.		
	<u>Anwendungswissen:</u> • Die Studierenden sind in der Lage, das Orientierungswissen auf eigene Präsentationen umzusetzen. • In den Präsentationen setzen sie sich vertiefter mit der Gestaltung eines bestimmten Mediums auseinander.		
Lehrinhalte	Das Modul besteht aus drei, z.T. ineinander übergreifenden Teilen: 1. Im Vorlesungsteil vermittelt das Modul grundlegende Kenntnisse zur Gestaltung von Medien mit einem Schwerpunkt auf Basisthemen wie Farben, Formen, Fonts und Layout. Darüber hinaus geht es in diesem Modul auch um Kreativitätstechniken. 2. Das Erlernte soll in Übungen umgesetzt werden.		

	3. Eigene Präsentationen vertiefen bestimmte Themen und trainieren die sinnvolle Strukturierung und ansprechende Vorstellung der Themen.
Literatur	• Baines, Phil und Andrew Haslam (2005) Type & typography. London: Laurence King Publishing. • Böhringer, Joachim, Peter Bühler, Patrick Schlaich und Dominik Sinner (2014): Kompendium der Mediengestaltung. 1. Konzeption und Gestaltung. Berlin: Springer Vieweg. • Hammer, Norbert (2008): Mediendesign für Studium und Beruf: Grundlagenwissen und Entwurfssystematik in Layout, Typografie und Farbgestaltung. Berlin: Springer. • Papanek, Victor (2009): Design für die reale Welt. Anleitungen für eine humane Ökologie und sozialen Wandel. Wien: Springer. • Reckwitz, Andreas (2012): Die Erfindung der Kreativität. Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung. Berlin: Suhrkamp. • Samara, Timothy (2003): Making and Breaking the Grid. A Graphic Design Layout Workshop. London: Quarto Knows.
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul liefert Kenntnisse für die zielführende Gestaltung von Medienprodukten. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	portP: Vortr.sb (60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.) oder portP: Vortr.sb (60 min), Klausur (30 min)

Modul MUK130 Einführung interkulturelle Kommunikation

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK130 Einführung interkulturelle Kommunikation		
Modulbezeichnung engl.	MUK130 Introduction to intercultural communication		
Modulverantwortung	Silke Riegler		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	1. Semester / jedes Wintersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung	
Qualifikationsziele	• Verständnis für kulturelle Unterschiede und wie diesen erfolgreich begegnet werden kann • Erweiterung der interkulturellen Kompetenz • Erlernen der Grundbegriffe interkultureller Kommunikation (z. B. Kulturschock, Stereotypen)		
Lehrinhalte	• Grundlagen der Kommunikation (z. B. Schulz von Thun, Watzlawick) • Kulturmodelle (z.B. Hofstede, Lewis, Thomas) • Vermittlung wichtiger Grundbegriffe der interkulturellen Kommunikation • Fallbeispiele interkultureller Kommunikation • Critical Incidents Die theoretischen Inhalte der Vorlesung werden in der Übung vertieft und angewendet.		
Literatur	• BARMAYER, Christoph: Taschenlexikon Interkulturalität. Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht, 2012. (UTB 3739) • HERINGER, Hans Jürgen: Interkulturelle Kommunikation. Grundlagen und Konzepte. Tübingen und Basel, A. Francke, 2004 (UTB 2550). • THOMAS, A., KINAST, E.-U. & SCHROLL-MACHL, S. (Hrsg.): Handbuch Interkulturelle Kommunikation und Kooperation. Band 1: Grundlagen und Praxisfelder. Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht, 2003.		
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul vermittelt Grundlagen der interkulturellen Kommunikation, die in den Folgesemestern vertieft werden. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.		
Teilnahmevoraussetzungen	keine		

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS- Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (90 min)
---	------------------

Modul MUK140 Interdisziplinäre Kommunikation: Wissenschaft

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK140 Interdisziplinäre Kommunikation: Wissenschaft		
Modulbezeichnung engl.	MUK140 Interdisciplinary communication: science		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Hannah Jörg		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	1. Semester / jedes Wintersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> - Die Studierenden verstehen die Notwendigkeit/den Nutzen von Wissenschaftskommunikation und reflektieren mögliche Konflikte; - Die Studierenden können verschiedene Rollen in der Wissenschaftskommunikation einordnen und reflektieren; - Die Studierenden können Kommunikationsziele und Zielgruppen identifizieren und analysieren; - Verschiedene Formate der Wissenschaftskommunikation sind bekannt und können zielgruppengerecht eingesetzt werden; - Die Studierenden sind mit Methodik zur Informationsvisualisierung, zur Strukturierung von Inhalten und verschiedenen Stilen zur Vermittlung komplexer Inhalte vertraut.		
	<u>Anwendungswissen:</u> - Die Studierenden können einen Beitrag/ein Format der Wissenschaftskommunikation hinsichtlich Ziels und Zielgruppe analysieren. - Die Studierenden können das Orientierungswissen auf ein eigenes Projekt übertragen. - Die Studierenden erkennen Merkmale der Medienwirkung und Desinformationsstrategien im Kontext der Wissenschaftskommunikation.		
Lehrinhalte	Die Vorlesung besteht aus drei Teilen: - Allgemeine Einführung Wissenschaftskommunikation - Formate der Wissenschaftskommunikation - Techniken und Stil: Daten- und Informationsvisualisierung; Strukturierung; rhetorische Mittel, Storytelling.		

	Die Inhalte werden anhand von Praxisbeispielen in der Vorlesung erarbeitet und in den Übungen durch eigenständiges Arbeiten vertieft.
Literatur	• Beatrice Dernbach, et al (2012): Handbuch Wissenschaftskommunikation. Berlin, Springer. • Marc-Denis Weitze und Wolfgang M. Heckl (2016): Wissenschaftskommunikation – Schlüsselideen, Akteure, Fallbeispiele. Berlin, Springer. Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul vermittelt Grundlagen zur Analyse und Gestaltung von Beiträgen der Wissenschaftskommunikation. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (90 min)

Modul MUK150 Ethik & wissenschaftliches Arbeiten

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK150 Ethik & wissenschaftliches Arbeiten		
Modulbezeichnung engl.	MUK150 Ethics & Scientific Practice		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Till Krause		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	1. Semester / jedes Wintersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht	
Qualifikationsziele	<u>Kenntnisse (Theoretisches Wissen):</u> - Die Studierenden kennen die historischen und kulturellen Grundlagen der Medienethik und deren Bedeutung in der Gesellschaft. - Sie verstehen die verschiedenen ethischen Theorien und können diese auf Medienszenarien anwenden. - Sie wissen um die rechtlichen Rahmenbedingungen und Richtlinien, die die Medien- und Forschungsethik beeinflussen. <u>Fertigkeiten (Anwendung von Wissen):</u> - Die Studierenden können ethische Dilemmata in medialen Kontexten analysieren und unter Verwendung von Theorien und Faktenwissen differenzierte Lösungsansätze entwickeln. - Sie sind in der Lage, komplexe ethische Sachverhalte in der Medienproduktion und -rezeption zu erkennen und kritisch zu reflektieren. - Sie beherrschen den Umgang mit wissenschaftlichen Arbeitsmethoden, inklusive der Nutzung von Literaturverwaltungstools wie Zotero, um ihre Forschung effizient zu organisieren. <u>Kompetenzen (Integration und Anwendung in Praxis):</u> - Die Studierenden integrieren Kenntnisse und Fertigkeiten, um verantwortungsvolle und ethisch fundierte Entscheidungen in ihren akademischen und später beruflichen Tätigkeiten zu treffen. - Sie sind kompetent im Umgang mit ethischen Herausforderungen und können diese in Forschungsprojekten sowie in der alltäglichen Praxis adressieren.		

	- Sie können ihr Wissen und ihre Fähigkeiten einsetzen, um eine Kultur der Integrität und ethischen Verantwortung in der medialen Kommunikation zu fördern. <u>Spezifische Lernziele:</u> - Die Studierenden entwickeln ein tiefes Verständnis für die Bedeutung von Ethik in der digitalen Informationsgesellschaft und sind in der Lage, dieses Wissen in Diskussionen und Präsentationen zu vermitteln. - Sie erlernen Techniken des wissenschaftlichen Schreibens, um klar strukturierte und gut recherchierte akademische Arbeiten zu produzieren. - Durch die Anwendung von Fallstudien gewinnen die Studierenden praktische Einblicke in die Anwendung ethischer Prinzipien und lernen, Herausforderungen in der Medienlandschaft zu navigieren.
Lehr-/Modulinhalte	- Ethische Grundlagen in der Medienlandschaft und interkultureller Kommunikation - Analyse der Verantwortung und des Einflusses von Medien auf gesellschaftliche Werte und Normen - Wissenschaftliche Methoden mit Schwerpunkt auf korrektes Zitieren und Plagiatsprävention - Einsatz von Literaturverwaltungstools wie Zotero - Wissenschaftsethik und Grenzfälle aus der Praxis - Studienarbeiten und Projektpläne als Basis für akademische Exzellenz
Literatur	- Heesen, J. (Hrsg.). (2016). Handbuch Medien- und Informationsethik. J.B. Metzler Verlag - Schicha, C. (2019) Medienethik Grundlagen – Anwendungen – Ressourcen. UVK Verlag. - Voss, R. (2020). Wissenschaftliches Arbeiten (7. überarb. Aufl.). UVK Verlag
Verwendbarkeit des Moduls	MUK150 ist ein Grundlagenmodul und vermittelt Studierenden die notwendigen Kenntnisse und Fähigkeiten für hohe wissenschaftliche und ethische Standards. Es ist zentral für den Bachelorstudiengang „Neue Medien und Interkulturelle Kommunikation“ und dient als Basis für das Verständnis und die Anwendung ethischer Prinzipien in weiterführenden Modulen und beruflichen Kontexten. Es bildet die Grundlage für weiterführende Module, insbesondere des Moduls MUK450 „Empirischen Forschungsmethoden“. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.) oder portP: Votr.sb (30-60 min), Klausur (60 min)

Modul MUK160 Englisch UNIcert II

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK160 Englisch UNIcert II		
Modulbezeichnung engl.	MUK160 English UNIcert II		
Modulverantwortung	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Dozierende			
Veranstaltungssprache	Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	1. Semester / siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	2		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	60	30	30
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	2	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“	
Qualifikationsziele	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Lehrinhalte			
Literatur			
Verwendbarkeit des Moduls			
Teilnahmevoraussetzungen			
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart			

Modul MUK170 2. Fremdsprache

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK170 2. Fremdsprache		
Modulbezeichnung engl.	MUK170 2 nd foreign language		
Modulverantwortung	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Dozierende			
Veranstaltungssprache	in der jeweils gewählten Sprache		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	1. Semester / siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	2		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	60	30	30
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	2	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“	
Qualifikationsziele	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Lehrinhalte			
Literatur			
Verwendbarkeit des Moduls			
Teilnahmevoraussetzungen			
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart			

Modulbeschreibungen 2. Semester

Modul MUK210 Medienkonzeption: Bild

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK210 Medienkonzeption: Bild		
Modulbezeichnung engl.	MUK210 Media concept: picture		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Maja Jerrentrup		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	2. Semester / jedes Sommersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung • Einführungsteil mit medienpraktischen Übungen und der Präsentation beispielhafter Arbeiten • Zweiter Teil: Eigenständige Gestaltung von Medienprodukten in Teams unter Oberthemen • Theoretische Reflektion der eigenen Gestaltung	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> • Die Studierenden vertiefen ihr Wissen zu Medienwirkungstheorien. Der Schwerpunkt liegt dabei auf visuellen Medien – ein Bereich, der in der Veranstaltung MUK 110 bereits angesprochen wurde. • Gemeinsam werden Medienprodukte hinsichtlich ihrer Gestaltung und Aussage analysiert und diskutiert; hierfür verfügen die Studierenden über Grundkenntnisse in der Sozial- und Wahrnehmungspsychologie, die in der Vorlesung MUK 230 geboten werden, sowie in der semiotischen Medienanalyse, die aufbauend auf der Vorlesung MUK 110 fortgeführt wird.		
	<u>Anwendungswissen:</u> • In gemeinsamen Übungen werden die Studierenden mit notwendiger Hard- und Software vertraut gemacht. Die Studierenden können eigene Medienprodukte aus dem Bereich visueller oder audio-visueller Medien einem selbst entworfenen Konzept folgend eigenständig gestalten. • Darüberhinausgehend halten sie die Arbeitsschritte fest, reflektieren die kreativen Schritte und begründen den Fortgang.		

	Sie können das eigene Medienprodukt erläutern und theoretisch verorten, was in einer schriftlichen Ausarbeitung, die wissenschaftliche Literatur und kreative Umsetzung in Beziehung stellt, demonstriert wird.
Lehrinhalte	Das Modul vertieft die kreative Medienarbeit, sowie die theoriegeleitete Diskussion von Medienprodukten. Im Zentrum steht die individuelle wissenschaftliche und kreative Beschäftigung mit einem Thema.
Literatur	- Hieber, Lutz und Stephan Moebius (2011): Ästhetisierung des Sozialen. Reklame, Kunst und Politik im Zeitalter visueller Medien. Bielefeld: Transcript. - Schmidt, Siegfried J. (2004): Handbuch Werbung. Hg. Für die Münsteraner Arbeitsgruppe Werbung. Münster: Lit Verlag - Sontag, Susan: Über Fotografie – verschiedene Ausgaben - Toscani, Oliviero: Die Werbung ist ein lächelndes Aas – verschiedene Ausgaben
Verwendbarkeit des Moduls	Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	Die praktische Arbeit des Moduls baut auf MUK 120 auf, die theoretische Fundierung auf MUK110 und wird durch MUK230 ergänzt.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	portP: Votr.sb (2x 30-45 min), Ausarb.Stud (10-15 S.), Ausarb.Proj (Produkt)

Modul MUK220 Internettechnologien & Medieninformatik

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK220 Internettechnologien & Medieninformatik		
Modulbezeichnung engl.	MUK220 Internet technologies & media informatics		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Hannah Jörg		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	2. Semester / jedes Sommersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Praktikum	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> Studierende... • kennen im Medienkontext relevante Grundlagen der Informatik; • verstehen die Funktionsweise ausgewählter Internettechnologien; • sind mit der Funktionsweise digitaler Technologien und Methodiken zu Datenauswertung, Daten- und Informationsdarstellung und Textverarbeitung vertraut; • sind in der Lage Anwendungen des maschinellen Lernens zu verstehen, Grenzen zu identifizieren sowie Herausforderungen und Implikationen zu reflektieren.		
	<u>Anwendungswissen:</u> • Studierende können die Notwendigkeit der Digitalisierung und einhergehende Herausforderungen einordnen; • Technologien und Methodiken können bzgl. ihrer zielgerichteten Anwendbarkeit in praktischen (dem Studiengang entsprechend einschlägigen) Anwendungsszenarien bewertet werden; • Kenntnisse im Umgang mit anwendungsspezifischer Software.		
Lehrinhalte	Das Modul ist thematisch in drei Teile gegliedert: 1. Grundlagen Internettechnologie und Medieninformatik: • Rechnerarchitektur • Multimediale Daten und ihre Kodierung • Internet und Netzstruktur • IT-Sicherheit • Websuche • Programme und Algorithmen • Grundlagen des maschinellen Lernens 2. Anwendungen digitaler Technologien:		

	• Datenauswertung, Informationsvisualisierung • Barrierefreie Gestaltung von digitalen Inhalten • Virtual/Augmented Reality • Automatisierte Texterkennung, -erstellung 3. Anwendungsspezifische Software (z.B. Schnitt, Bildbearbeitung, Web Design etc.)
Literatur	• Michael Herczeg: Einführung in die Medieninformatik; Oldenbourg Wissenschaftsverlag 2006. • Katharina Zweig, et.al.: Sozioinformatik; Hanser 2021. • Christoph Meinel, Harald Sack: Digitale Kommunikation; Springer Berlin, 2009. • Christoph Meinel, Harald Sack: Internetworking; Springer Berlin, 2009. • Henning, Peter A.: Taschenbuch Multimedia , 3. Auflage, Fachbuchverlag Leipzig im Carl Hanser Verlag, 2003 . • Zweig, Katharina: Ein Algorithmus hat kein Taktgefühl; Heyne, 2019. Weitere Literatur wird in der Vorlesung bekannt gegeben.
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul vermittelt technische und anwendungsbezogene Grundlagen der Informatik und relevanter Software im Bereich der Mediengestaltung als einziges schwerpunktmäßig technisch ausgerichtetes Modul des Studiengangs.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (60-90 min)

Modul MUK230 Kulturwissenschaften & Sozialpsychologie

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK230 Kulturwissenschaften & Sozialpsychologie		
Modulbezeichnung engl.	MUK230 Cultural Studies & social psychology		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Maja Jerrentrup		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	2. Semester / jedes Sommersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	Vorlesung, seminaristischer Unterricht • Vorlesung mit Diskussionen • Medienanalyse und Erarbeitung von Fachliteratur	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> • Die Studierenden erhalten einen Überblick über Disziplinen, die sich mit „Kultur“ auseinandersetzen und kennen die grundlegenden Begrifflichkeiten. Zudem bekommen sie eine Einführung in die Sozialpsychologie und deren fundamentale Theorien und Experimente. • Sie verfügen über Wissen zur kulturanthropologischen und sozialpsychologischen Herangehensweise an Kultur. • Sie bekommen einen Eindruck zu Methoden und können diese kritisch reflektieren. • Sie kennen die Klassiker der entsprechenden Disziplinen und die mit ihnen verbundenen Fachdiskussionen.		
	<u>Anwendungswissen:</u> • Die Studierenden können Forschungen im Bereich „Kultur“ und „Sozialpsychologie“ nachvollziehen und diskutieren. • Sie verfügen über die Kompetenzen, sinnvolle Forschungsfragen zu stellen und ihre theoretischen Kenntnisse zu Methoden in der Praxis einzusetzen. • Sie haben einen angemessenen Jargon zur wissenschaftlichen und populärwissenschaftlichen Diskussion kultureller und psychologischer Phänomene entwickelt. • Sie können auch visuelles Material im Zusammenhang mit Kultur und Sozialpsychologie analysieren und interpretieren, so dass sie als Medienverantwortliche auch angemessene visuelle Repräsentationen auswählen oder erstellen können.		

Lehrinhalte	Das Modul führt dazu, dass die Studierenden die grundlegende Terminologie der Kulturwissenschaften und Sozialpsychologie kennen und kritisch reflektieren können. Dabei bereitet die Veranstaltung auch auf das angemessene Verfassen journalistischer Beiträge im Kulturbereich vor und den entsprechend erforderlichen, sorgfältigen Umgang mit bestimmten umgangssprachlich genutzten Floskeln und Bildern. Unterteilt ist die Veranstaltung in 1. Kulturanthropologie • Zentrale Konzepte, z.B. die emische Sichtweise • Geschichte der Disziplin und ihrer Theorien • Methoden der Disziplin 2. Sozialpsychologie • Zentrale Begriffe wie Kognition, Emotion, Motivation • Geschichte der Disziplin und ihrer Theorien • Methoden und berühmte Experimente • Grundlagen von Coaching, Beratung und Therapie
Literatur	• Geertz, Clifford (1983): Dichte Beschreibung. Frankfurt: Suhrkamp. • Hahn, Hans-Peter (2013): Ethnologie: Eine Einführung. Suhrkamp. • Peoples, James and Garrick Bailey (2017): Humanity: An Introduction to Cultural Anthropology. Cengage Learning. • Jeannine Wintzer (2016): Qualitative Methoden in der Sozialforschung: Forschungsbeispiele von Studierenden für Studierende. Wiesbaden: Springer Spektrum.
Verwendbarkeit des Moduls	Dieses Modul baut u.a. auf den in MUK110 und MUK150 auf. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (60 min) oder portP: Votr.sb (60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.)

Modul MUK240 Interkulturelle Kommunikation: Wirtschaft & Politik

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK240 Interkulturelle Kommunikation: Wirtschaft & Politik		
Modulbezeichnung engl.	MUK240 Intercultural Communication: economics & politics		
Modulverantwortung	Silke Riegler		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	2. Semester / jedes Sommersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung	
Qualifikationsziele	• Verständnis für den Einfluss von Kultur und Diversität auf die Arbeitswelt • Erweiterung der interkulturellen Kompetenz, um in globalen und diversen Teams erfolgreich arbeiten zu können • Erlernen von Strategien und Modellen, die konstruktive interkulturelle Zusammenarbeit im internationalen wirtschaftlichen Umfeld erlauben • Kompetenzaneignung und Problematisierung unterschiedlicher Kultur- und Sprachbegriffe im Politischen • Verständnis des Entstehens internationaler und nationaler politischer Konflikte • Beurteilung von und Umgang mit unterschiedlichen politischen Interessen • Politische Handlungsfelder kennenlernen		
Lehrinhalte	• Unternehmenskulturen und Führen über Kulturen hinweg • Internationale Teams und kulturübergreifende Teamarbeit • Einfluss von Kultur auf internationale Fusionen und Übernahmen • Interkulturelles Marketing • Interkulturelle Personalentwicklung • Diversität im Wirtschaftsumfeld • Herausforderungen der Globalisierung • Politischer Umgang mit Diversität und die soziologischen Implikationen für marginalisierte Gruppen • Ebenen von Konflikten in internationalen Beziehungen • Grundlagen diplomatischer Arbeit • Problematisierung, Gelingen und Scheitern von inter- und transkultureller Kommunikation Die theoretischen Inhalte der Vorlesung werden in der Übung vertieft und angewendet.		

Literatur	• Andreas Hepp: Transkulturelle Kommunikation. UVK, Konstanz, 2014. • BOLTEN, Jürgen: Einführung in die interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Göttingen, Vandenhoeck & Rupprecht GmbH & Co. KG, 2018. • Julia Frisch und Thomas Schmidtgall: Interkulturelle Kommunikation in NGOs. Hans-Böckler-Stiftung, Düsseldorf, 2016. • GIBSON, Robert: Intercultural Business Communication. Oxford and New York, Cornelsen & Oxford University Press GmbH & Co., 2000. • LEWIS, Richard D.: When Cultures Collide: Leading across cultures. Boston/London, Nicholas Brealey International, 3. erw. Auflage 2006. • Hg. Eleonora Roldán Mendívil und Bafta Sarbo: Die Diversität der Ausbeutung: Zur Kritik des herrschenden Antirassismus. Dietz, Berlin, 2022. • TROMPENAARS, Fons/HAMPDEN-TURNER, Charles: Riding the waves of culture. Understanding Diversity in Global Business. Second Edition. New York u.a., McGrawHill, 1998.
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul vermittelt Grundlagen der interkulturellen Kommunikation in Wirtschaft und Politik, die in den Folgesemestern vertieft werden. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (90-120 min)

Modul MUK250 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK250 Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre		
Modulbezeichnung engl.	MUK250 Basics in Business Administration		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Michael Weisensee		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	2. Semester / jedes Sommersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> - Die Studierenden erlernen Grundbegriffe der Betriebswirtschaftslehre. - Zu den erläuterten Bereichen zählen u.a. die konstitutiven Entscheidungen (Standortentscheidungen, Rechtsformentscheidungen), die Unternehmensführung (Unternehmensverfassung, Organisation, Personalmanagement, Controlling) sowie das Rechnungs- und Finanzwesen, die Beschaffung, die Produktion und das Marketing.		
	<u>Anwendungswissen:</u> Das theoretische Wissen soll dazu dienen, als künftige Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen eines Unternehmens dessen Weichenstellungen sinnvoll zu setzen. Auch eine Basis für eigene Unternehmensgründungen im Medienbereich, die im weiteren Studienverlauf vertieft wird, soll hiermit gelegt werden.		
Lehrinhalte	Die Inhalte, die Basis verschiedener Bereiche der Betriebswirtschaftslehre vermitteln, sollen den Studierenden in künftigen beruflichen Einsatzfeldern zugutekommen.		
Literatur	Vahs, Dietmar und Jan Schäfer-Kunz (2021): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre. Schäffer-Poeschel Verlag.		
Verwendbarkeit des Moduls	Basis für künftige Seminare zu Entrepreneurship. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.		
Teilnahmevoraussetzungen	keine		
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (60-90 min)		

Modul MUK260 Englisch UNIcert II

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK260 Englisch UNIcert II		
Modulbezeichnung engl.	MUK260 English UNIcert II		
Modulverantwortung	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Dozierende			
Veranstaltungssprache	Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	2. Semester / siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	2		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	60	30	30
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	2	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“	
Qualifikationsziele	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Lehrinhalte			
Literatur			
Verwendbarkeit des Moduls			
Teilnahmevoraussetzungen			
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS- Leistungspunkten / Prüfungsart			

Modul MUK270 2. Fremdsprache

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK270 2. Fremdsprache		
Modulbezeichnung engl.	MUK270 2 nd foreign language		
Modulverantwortung	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Dozierende			
Veranstaltungssprache	in der jeweils gewählten Sprache		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	2. Semester / siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	2		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	60	30	30
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	2	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“	
Qualifikationsziele	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Lehrinhalte			
Literatur			
Verwendbarkeit des Moduls			
Teilnahmevoraussetzungen			
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart			

Modulbeschreibungen 3. Semester

Modul MUK310 Medienpädagogik

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK310 Medienpädagogik		
Modulbezeichnung engl.	MUK310 Media Education		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Till Krause		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	3. Semester / jedes Wintersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung	
Qualifikationsziele	<u>Kenntnisse (Theoretisches Wissen):</u> - Die Studierenden kennen die Grundprinzipien der Medienpädagogik und digitale Medienkompetenz. - Sie verstehen die Bedeutung von Mediennutzung und deren Einflüsse auf individuelle und soziale Ebenen. - Sie sind vertraut mit aktuellen medienpädagogischen Theorien und Methoden sowie mit dem Einfluss von Medien auf Kognition und Emotion. <u>Fertigkeiten (Anwendung von Wissen):</u> - Die Studierenden können medienpädagogische Inhalte strukturieren und aufbereiten. - Sie sind in der Lage, medienpädagogische Konzepte und Programme für verschiedene Zielgruppen (Kinder, Jugendliche, Erwachsene) zu entwickeln und zu präsentieren. <u>Kompetenzen (Integration und Anwendung in Praxis):</u> - Die Studierenden integrieren pädagogische und medienspezifische Kenntnisse, um Bildungsangebote in der Medienpädagogik zu gestalten. - Sie können selbstständig medienpädagogische Projekte planen und durchführen. - Sie fördern aktiv Medienkompetenz und kritisches Denken in verschiedenen pädagogischen Kontexten. <u>Spezifische Lernziele:</u> - Die Studierenden entwickeln ein kritisches Verständnis für die Rolle der Medien in Bildung und Gesellschaft. - Sie erlernen Methoden der Medienanalyse und -kritik sowie die Entwicklung medienpädagogischer Bildungsangebote.		

	Durch praktische Projekte gewinnen sie Einblicke in die Berufsfelder der Medienpädagogik und können diese in ihren beruflichen Werdegang integrieren.
Lehr-/Modulinhalte	Digitale Medienkompetenz: Fokussierung auf essentielle digitale Fähigkeiten, Datenschutz und kritische Inhaltsbewertung. Medienpädagogische Forschung: Untersuchung von Mediennutzung und -wirkung auf Individuum und Gesellschaft. Wissenschaftliche Theorien: Auseinandersetzung mit Theorien zu Mediengebrauch, digitaler Kluft und Social Media. KI in der Medienkompetenz: Untersuchung des Einflusses von KI auf Medien und deren pädagogische Bedeutung. Medienpädagogische Praxis: Entwicklung zielgruppenspezifischer Programme zur Medienkompetenzförderung. Lehrplanentwicklung: Integration von Gamification und interaktivem Lernen in Bildungsinitiativen. Berufsfelder in der Medienpädagogik: Überblick über medienpädagogische Arbeitsfelder und Bildungspolitik. Evaluationsmethoden: Einsatz von Forschungsmethoden zur Beurteilung medienpädagogischer Programme.
Literatur	Süss, D., Lampert, C., & Trültzsch-Wijnen, C. W. (2017). Medienpädagogik: Ein Studienbuch zur Einführung (3. Auflage). Springer VS. Bundeszentrale für politische Bildung/bpb. (2023). Medienkompetenz in einer digitalen Welt. In Informationen zur politischen Bildung (Heft 355). Bonn. Weitere Literatur wird in der Veranstaltung bekannt gegeben und auf der Plattform zur Verfügung gestellt.
Verwendbarkeit des Moduls	MUK310 ist ein essenzieller Baustein im Studiengang „Neue Medien und Interkulturelle Kommunikation“. Die vermittelten Kenntnisse und Fähigkeiten sind grundlegend für pädagogische Berufsfelder, die Medienkompetenz fördern und bilden die Basis für weiterführende Spezialisierungen in der Medienpädagogik. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (60 min) oder portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.)

Modul MUK320 Medienkonzeption: audiovisuell

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK320 Medienkonzeption: audiovisuell		
Modulbezeichnung engl.	MUK320 Media concept: audiovisual		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Maja Jerrentrup		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	3. Semester / jedes Wintersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Praktikum	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> - Die semiotische Analyse von Medienprodukten bietet eine Grundlage für die eigene Medienproduktion. - Der Fokus liegt auf journalistischen, wie auch auf künstlerisch inspirierten Medienprodukten. - In holistischer Perspektive werden dabei politische, wirtschaftliche, soziokulturelle, kunsthistorische und ethische Aspekte reflektiert und diskutiert.		
	<u>Anwendungswissen:</u> In Übungen werden Medienprodukte zu vorgegebenen Themen erstellt. Als Semesterprojekt erstellen Studierende in Kleingruppen Filmbeiträge und/oder Fotoserien zu vorgegebenen, breit gefächerten Themen, innerhalb derer es gilt, sich einen begründeten Fokus auszuwählen. Die Arbeitsschritte werden in einem Werktagbuch dokumentiert. Die eigenen Werke sollen kunst- und/oder sozialgeschichtlich verortet werden.		
Lehrinhalte	Bisher gelernte Fähigkeiten zu Medienproduktion, aber auch soziales, kulturelles und historisches Wissen werden in diesem Modul vertieft. Nach der semiotischen Analyse bestehender Medienprodukte steht die eigene begründete Gestaltung im Vordergrund. Anders als in MUK320 geht es nun darum, eine Serie von Bildmotiven in einer sinnvollen Gestaltung und Reihenfolge zu kreieren bzw. einen Film. Die Dimension des Storytellings wird dabei vertieft. Auditive Aspekte werden ebenfalls behandelt.		
Literatur	Ettl-Huber, Silvia (2019): Storytelling in Journalismus, Organisations- und Marketingkommunikation. Wiesbaden: Springer.		

	Hickethier, Knut, Eggo Müller und Rainer Rother (1997): Der Film in der Geschichte. Berlin: Sigma. Jerrentrup, Maja: Studienbuch Fotografie. Stuttgart: UTB. Sontag, Susan: Über Fotografie. (versch. Ausgaben).
Verwendbarkeit des Moduls	Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	Dieses Modul baut auf MUK120 und MUK210 auf und steht in Beziehung zu MUK320.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	portP: Votr.sb (2x 30-45 min), Ausarb.Stud (10-15 S.), Ausarb.Proj (Produkt)

Modul MUK330 Medienphilosophie & Soziologie

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK330 Medienphilosophie & Soziologie		
Modulbezeichnung engl.	MUK330 Media philosophy & Sociology		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Maja Jerrentrup		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	3. Semester / jedes Wintersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> Die Studierenden erarbeiten Klassiker der Mediensoziologie und -philosophie an aktuellen gesellschaftlichen und medienpolitischen Diskursen.		
	<u>Anwendungswissen:</u> Die Studierenden entwickeln ein kritisches Verständnis in Bezug auf den Einfluss von Massenmedien auf die Gesellschaft und setzen sich in ein kritisches Verhältnis zur Rolle von Medien in der Gesellschaft. Textexegese, Planspiele aus Redaktionsalltag, Übungen Auch für die Bachelorarbeit bietet diese Veranstaltung eine wichtige Grundlage.		
Lehrinhalte	• Mediensoziologische Theorien am Beispiel aktueller Diskurse • Perspektiven auf Medien von Alfred Schütz und Alfred Korzybski, über Niklas Luhmann und Robert Entman bis hin zu Hans Martin Kepplinger, Gaye Tuchman und Baldwin Van Gorp.		
Literatur	Auszüge (Reader)		
Verwendbarkeit des Moduls	Das Seminar stellt eine Basis für die Bachelorarbeit dar. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.		
Teilnahmevoraussetzungen	MUK110 „Medienanthropologie“ und MUK230 „Einführung Kulturwissenschaften und Sozialpsychologie“ bilden eine Voraussetzung zum Verständnis.		
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	portP: Votr.sb (30 min), Klausur (60 min) oder Klausur (60-90 min)		

Modul MUK340 Interkulturelle Kommunikation: Soziales

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK340 Interkulturelle Kommunikation: Soziales → MUK340.1 Interkulturelle Kommunikation: Soziales → MUK340.2 Einführung in die Sprach- und Translationswissenschaft		
Modulbezeichnung engl.	MUK340.1 Intercultural communication: Social MUK340.2 Introduction to linguistics and translation studies		
Modulverantwortung	MUK340.1 Silke Riegler MUK340.2 Bernhard Osterkorn		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	3. Semester / jedes Wintersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung 340.1 Interkulturelle Kommunikation: Soziales • Vorlesung mit Diskussionen • Praktische Übungen • Einzel- und Gruppenarbeiten • Gastvorträge 340.2 Einführung in die Sprach- und Translationswissenschaft: • Plenarvorträge der/s Dozentin/en • Seminaristischer Unterricht • Gruppen- und Partnerarbeit • Impulsvorträge der Studierenden mit Diskussionsrunden	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> 340.1 Interkulturelle Kommunikation: Soziales • Relevanz interkultureller Kommunikation in der sozialen Arbeit als gemeinsamer kommunikativer Aushandlungsprozess • Ziele sowie Kompetenzen der interkulturellen Kommunikation in der sozialen Arbeit • Unterschiedliche Ansätze der interkulturellen Kommunikation sowie theoretische Grundlagen • Kritische Auseinandersetzung mit dem kulturtheoretischen Ansatz • Kritische Auseinandersetzung mit der Sprache als Machtinstrument in der Kommunikation		

	• Exemplarische Einsichten in Praxisfelder 340.2 Einführung in die Sprach- und Translationswissenschaft: • Die Studierenden haben zentrale Begriffe der Sprachwissenschaft sowie der Pragmalinguistik erworben und können diese auf Probleme der Translationswissenschaft übertragen. Mit den sprachwissenschaftlichen Kenntnissen werden zudem Grundlagen für sprachkritische Betrachtungen der eigenen Sprachkompetenz und des eigenen Handelns geschaffen. • Die Studierenden haben wesentliche Fragestellungen, Begriffe, Theorien und Methoden der Translationswissenschaft sowie der Hermeneutik erfahren und können diese auf die mehrsprachige Kommunikation beim interkulturellen Transfer von Texten anwenden. Im Fokus steht das translatorische Handeln, das die Studierenden anhand der theoretischen Modelle reflektieren. <u>Anwendungswissen:</u> 340.1 Interkulturelle Kommunikation: Soziales • Studierende kennen den Entwicklungsprozess interkultureller Kommunikation in der Sozialen Arbeit • Studierende können wichtige theoretische Ansätze der interkulturellen Kommunikation in der sozialen Arbeit mit praktischen Beispielen verknüpfen • Studierende kennen Grundlagen der Handlungsmöglichkeiten in der Berufspraxis • Studierende können den Sprachgebrauch in der interkulturellen sozialen Arbeit kritisch hinterfragen 340.2 Einführung in die Sprach- und Translationswissenschaft: Textsortentypologien und Übersetzungsstrategien werden auf exemplarische Texte angewendet und somit unmittelbar erfahrbar gemacht. Die funktionsorientierte Textanalyse hilft den Studierenden, die erworbenen sprach- und translationswissenschaftlichen Instrumentarien auf konkrete Texte in der interkulturellen Kommunikation anzuwenden und selbst translatorisches Handeln zu erfahren.
Lehrinhalte	340.1 Interkulturelle Kommunikation: Soziales • Interkulturelle Kommunikation in der sozialen Arbeit als ein gemeinsamer kommunikativer Aushandlungsprozess • Ziele sowie Kompetenzen der interkulturellen Kommunikation in der sozialen Arbeit • Notwendigkeit der interkulturellen Verständigung in der sozialen Arbeit • Auffassung der interkulturellen Kommunikation als kulturalistischer Ansatz

	• Auffassung der interkulturellen Kommunikation im Sinne von Haltung, Prozess und methodisches Instrumentarium • Stereotype Content Modell, Bias • Antidiskriminierungsarbeit, Critical Whiteness, Power Sharing und Empowerment • Kontakthypothese • Schlüsselbegriffe der postkolonialen Theorie • Sprache als Machtinstrument • Berufsfelder mit Praxisbeispielen 340.2 Einführung in die Sprach- und Translationswissenschaft: • Mehrsprachigkeit und mehrsprachige Kommunikation werden anhand der Mehrsprachigkeitsprofile der Seminargruppen dargestellt, wobei auf funktionale Mehrsprachigkeit, Sprachmittlung und Mediation im Sinne der Weiterentwicklung des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen eingegangen wird. • Um die Einführung in die Translationswissenschaft vorzubereiten, wird zunächst ein Überblick über sprachwissenschaftliche Theorien geschaffen, wobei insbesondere die Pragmatik in ihrer Bedeutung für die Translation thematisiert wird. • Die Grundlagen der modernen Translationswissenschaft wie Adäquatheit und Äquivalenz, Textsortenmodelle, Skopos-Theorie sowie funktional-pragmatische und hermeneutische Ansätze der Translation werden im Rahmen des sprachlichen bzw. translatorischen Handelns erfahrbar gemacht und in ihrer vielfältigen Bedeutung für länder- und kulturübergreifende Kommunikationsprozesse beleuchtet.
Literatur	340.1 Interkulturelle Kommunikation: Soziales • Wird im Rahmen der Lehrveranstaltung bekanntgegeben. 340.2 Einführung in die Sprach- und Translationswissenschaft: • Lüdeling, Anke (2013). Grundkurs Sprachwissenschaft. • 1. Aufl. Stuttgart: Klett • M. Snell-Hornby, H. G. Hönig, P. Kußmaul & P. A. Schmitt (Hrsg., 2006): Handbuch Translation, 2. Aufl. Tübingen: Stauffenburg • H.G. Hönig, P. Kußmaul (2003): Strategie der Übersetzung. 6. unv. Aufl. Tübingen: Narr • J. Munday (2016): Introducing Translation Studies. 4. überarb. Aufl. London : Routledge
Verwendbarkeit des Moduls	340.1 Interkulturelle Kommunikation: Soziales Das Modul vermittelt Grundkenntnisse der interkulturellen Kommunikation im sozialen Bereich. 340.2 Einführung in die Sprach- und Translationswissenschaft:

	Die erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten ermöglichen es den Studierenden, Translate (Übersetzungen und Dolmetschprozesse) in der interkulturellen Kommunikation besser einschätzen und bewerten zu können und ihre eigenen sprachmittlerischen Fähigkeiten zu reflektieren. Die Veranstaltungen werden in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (90-120 min) oder portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb (10-15 S.)

Modul MUK350 Entrepreneurship

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK350 Entrepreneurship		
Modulbezeichnung engl.	MUK350 Entrepreneurship		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Till Krause		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	3. Semester / jedes Wintersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung	
Qualifikationsziele und Lernergebnisse	<u>Kenntnisse (Theoretisches Wissen):</u> - Die Studierenden erlangen ein umfassendes Verständnis der Schlüsselkonzepte, -theorien und -methoden des Entrepreneurships, einschließlich der Geschichte erfolgreicher Unternehmensgründungen, Marktdynamiken und Innovationsmanagement. - Sie verstehen die rechtlichen, finanziellen und organisatorischen Aspekte der Unternehmensführung und sind in der Lage, diese auf verschiedene Geschäftsszenarien anzuwenden. - Sie erkennen die Bedeutung von Marktforschung, Zielgruppenanalyse und Wettbewerbsstrategien für die Entwicklung und Positionierung eines erfolgreichen Geschäftsmodells. - Sie verstehen Grundlagen der Mixed Reality und wie diese Marketing- und Kommunikationsinstrumente erweitern können. <u>Fertigkeiten (Anwendung von Wissen):</u> - Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, innovative und tragfähige Geschäftsmodelle zu entwerfen und zu bewerten. Sie lernen, Ideen kritisch zu hinterfragen und weiterzuentwickeln. - Sie sind fähig, marktgerechte Unternehmensstrategien zu formulieren und einen vollständigen Businessplan zu erstellen, der Finanzplanung, Marketingstrategien und Betriebsabläufe umfasst. - Sie erwerben praktische Fähigkeiten im Risikomanagement, in der Teamführung und im Netzwerkaufbau, die für die erfolgreiche Gründung und das Wachstum eines Unternehmens notwendig sind.		

	- Sie verstehen unter Berücksichtigung menschlicher Wahrnehmungsaspekte wie Mixed Reality menschenzentriert eingesetzt werden kann. <u>Kompetenzen (Integration und Anwendung in Praxis):</u> - Die Studierenden integrieren ihr Wissen und ihre Fertigkeiten, um innovative Lösungen für reale Geschäftsprobleme zu entwickeln. Sie sind in der Lage, unternehmerische Chancen zu erkennen und diese effektiv zu nutzen. - Sie können dynamisch und flexibel auf Marktveränderungen reagieren und sind befähigt, Führungsaufgaben und Entscheidungsrollen in Start-ups oder etablierten Unternehmen zu übernehmen. - Sie fördern eine Kultur der Innovation und des kontinuierlichen Lernens innerhalb ihrer Organisationen und Netzwerke und tragen so zur Entwicklung des Unternehmertums bei. - Sie können Geschäftsmodelle für Mixed Reality Anwendungen entwerfen. <u>Spezifische Lernziele:</u> - Die Studierenden erarbeiten sich tiefgreifendes Wissen über Unternehmensgründung und -entwicklung, einschließlich der Analyse und des Managements von Risiken und Chancen. - Sie meistern die Kunst der Präsentation und des Pitchings, um Investoren, Stakeholder und Teammitglieder für ihre Ideen zu gewinnen. - Sie erlernen die Grundlagen und Anwendungsmöglichkeiten von Mixed Reality für die Entwicklung neuer Produkte. - Durch die Teilnahme an Projekten und Case Studies gewinnen sie praktische Erfahrungen, die sie direkt in ihre eigenen Unternehmungen oder in beratende Tätigkeiten einbringen können.
Lehr-/Modulinhalte	- Charakteristika erfolgreicher Unternehmer und Gründerpersönlichkeiten. - Grundzüge und Aufbau von Geschäftsmodellen inklusive Innovation und Marktpositionierung. - Erstellung und Dokumentation eines Businessplans mit Betonung auf Praktikabilität und Marktfähigkeit - Einführung in Mixed Reality als innovative Möglichkeit zur Entwicklung neuartiger Produkte.
Literatur	- Harvard Business Review (2018). Harvard Business Review Entrepreneur's Handbook: Everything you need to launch and grow your Business. Boston: Harvard Business Review Press. - Fueglistaller, U., Fust, A., Müller, C. et al. (2020). Entrepreneurship: Modelle–Umsetzung–Perspektiven mit

	Fallbeispielen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. 5. Auflage. Wiesbaden: SpringerGabler. • Matthiesen, V. (2019). Startup. Das 1x1 zur Existenzgründung, Selbstständigkeit & Unternehmensführung. 2. Auflage. Eigenverlag Vincent Matthiesen. • Weitere begleitende Literatur wird zu Beginn der Veranstaltung vom jeweiligen Fachdozenten bekannt gegeben.
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul dient der Vorbereitung auf selbstständige Tätigkeiten, Unternehmensgründung und Innovation. Es ist relevant für Studierende, die unternehmerisch denken und handeln wollen und bietet praktische Ansätze zur Umsetzung von Geschäftsideen. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (90-120 min) oder portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.)

Modul MUK360 Englisch UNIcert III

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK360 Englisch UNIcert III		
Modulbezeichnung engl.	MUK360 English UNIcert III		
Modulverantwortung	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Dozierende			
Veranstaltungssprache	Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	3. Semester / siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	2		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	60	30	30
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	2	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“	
Qualifikationsziele	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Lehrinhalte			
Literatur			
Verwendbarkeit des Moduls			
Teilnahmevoraussetzungen			
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart			

Modul MUK370 2./3. Fremdsprache

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK370 2./3. Fremdsprache		
Modulbezeichnung engl.	MUK370 2 nd /3 rd foreign language		
Modulverantwortung	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Dozierende			
Veranstaltungssprache	in der jeweils gewählten Sprache		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	3. Semester / siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	2		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	60	30	30
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	2	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“	
Qualifikationsziele	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Lehrinhalte			
Literatur			
Verwendbarkeit des Moduls			
Teilnahmevoraussetzungen			
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart			

Modulbeschreibungen 4. Semester

Modul MUK410 Medien & Landeskunde

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK410 Medien & Landeskunde		
Modulbezeichnung engl.	MUK410 Media & regional studies		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Maja Jerrentrup		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	4. Semester / jedes Sommersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung • Seminar • Eigene Präsentationen • Ggf. Kurzexkursion	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> • Aufbauend auf dem bereits erworbenen Wissen um anthropologische, soziologische, psychologische und medienwissenschaftliche Grundannahmen werden aktuelle empirische Forschungsthemen diskutiert. • Dabei spielt das methodische Wissen – sowohl mit Blick auf qualitative, wie auch quantitative und Methodentriangulation – eine wichtige Rolle.		
	<u>Anwendungswissen:</u> • Die Studierenden entwickeln unter Anleitung eigene Forschungsfragen zu vorgegebenen Themenbereichen. • Die Studierenden unternehmen in Kleingruppen eigenen Medienforschungen, die mit Methoden wie Interviews, Fragebögen, Auszählungen, Inhaltsanalyse o.ä. behandelt werden können. • Die Einarbeitung in unterschiedliche regionale Kulturen ermöglicht es, geographische Schwerpunkte für das Praxissemester, für eventuelle Auslandsstudien oder berufliche Einsätze zu legen.		
Lehrinhalte	Die Studierenden erlernen sinnvolle, theoriebasierte und klar umsteckte Forschungsfragen zu stellen und die dazu passenden Methoden eigenständig auszuwählen und arbeiten sich in verschiedene kulturelle Kontexte ein.		
Literatur	• Baur, Nina und Jörg Blasius (2019): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer.		

	• Bischoff, Christine, K. Oehme-Jüngling und W. Leimgruber (Hrsg.) (2018): Methoden der Kulturanthropologie. Stuttgart: UTB. • Häder, Michael (2015): Empirische Sozialforschung: Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. • Holly, Werner und Ulrich Püschel (1993): Medienrezeption als Aneignung: Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
Verwendbarkeit des Moduls	Dieses Modul baut insbesondere auf MUK110 „Medienanthropologie“, auf MUK 150 „Ethik und wissenschaftliches Arbeiten“, MUK 230 „Einführung Kulturwissenschaften und Sozialpsychologie“ und MUK330 „Empirische Forschungsmethoden“ auf. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	portP: Vortr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.) oder portP: Vortr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.), Ausarb.Proj (Produkt)

Modul MUK420 Medienkonzeption: Vertiefung

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK420 Medienkonzeption: Vertiefung		
Modulbezeichnung engl.	MUK420 Advanced Media Conception		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Till Krause		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	4. Semester / jedes Sommersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung • Seminar mit Übungen • Eigene Präsentationen	
Qualifikationsziele und Lernergebnisse	<u>Kenntnisse (Theoretisches Wissen):</u> • Die Studierenden verstehen tiefgreifend die semiotischen Grundlagen von Medienprodukten und deren kulturelle sowie historische Bedeutung. • Sie erkennen die Relevanz interdisziplinärer Ansätze für die kreative Medienproduktion, einschließlich kunsthistorischer, journalistischer und werblicher Aspekte. <u>Fertigkeiten (Anwendung von Wissen):</u> • Die Studierenden entwickeln und realisieren eigenständige Medienprojekte, angefangen bei der Konzeption bis hin zur Endproduktion. Dabei wählen sie gezielt Themen und gestalten Texte, Audiobeiträge und visuelle Werke. • Sie dokumentieren den Entstehungsprozess ihrer Werke in Werktagebüchern und präsentieren regelmäßig den Fortschritt und die Ergebnisse. <u>Kompetenzen (Integration und Anwendung in Praxis):</u> • Die Studierenden integrieren theoretisches Wissen und praktische Fähigkeiten, um Medienprodukte zu schaffen, die sowohl künstlerisch als auch gesellschaftlich relevant sind. • Sie können kritisch und kreativ denken, um Medieninhalte zu produzieren, die kulturell und historisch verankert sind und gleichzeitig innovative Perspektiven bieten. • Sie verorten ihre eigenen Werke kunst- und sozialgeschichtlich und sind in der Lage, deren Bedeutung im Kontext zeitgenössischer Medienlandschaften zu reflektieren.		
Lehr-/Modulinhalte	Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse in der Konzeption und Gestaltung von Medienprodukten, wobei sie semiotische,		

	kulturanthropologische, kunsthistorische sowie journalistische und marketingbezogene Aspekte berücksichtigen. Es wird ein Schwerpunkt auf die semiotische Analyse von Medienprodukten und die eigenständige Entwicklung von Medienkonzepten gelegt.
Literatur	• Barthes, Roland (1989): Die Helle Kammer. Bemerkung zur Photographie. Frankfurt a. M.: Suhrkamp. • Ettl-Huber, Silvia (2019): Storytelling in Journalismus, Organisations- und Marketingkommunikation. Wiesbaden: Springer. • Sauer, Moritz (2007): Weblogs, Podcasting & Online-Journalismus. Köln: O'Reilly.
Verwendbarkeit des Moduls	MUK420 dient als essentielle Grundlage für fortgeschrittene Module im kreativen Bereich und bereitet Studierende auf berufliche Rollen in der Medienkonzeption, -produktion und -kritik vor. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	Vorwissen aus MUK 120 und MUK 210 wird vorausgesetzt.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.) oder portP: Votr.sb (2x 30-45 min), Ausarb.Stud (10-15 S.), Ausarb.Proj (Produkt) oder Klausur (60 min)

Modul MUK430 Medienpsychologie & ABO

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK430 Medienpsychologie & ABO		
Modulbezeichnung engl.	MUK430 Media Psychology & Industrial, Business and Organizational Psychology		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Till Krause		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	4. Semester / jedes Sommersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung	
Qualifikationsziele	<u>Kenntnisse (Theoretisches Wissen):</u> - Die Studierenden verstehen die psychologischen Auswirkungen der Medien auf Individuum und Gesellschaft und können grundlegende psychische Störungen sowie deren Behandlungsmethoden identifizieren. - Sie erkennen die Wichtigkeit von angemessenen Arbeitsbedingungen und den Umgang mit interkulturellen Herausforderungen in beruflichen Settings. <u>Fertigkeiten (Anwendung von Wissen):</u> - Die Studierenden entwickeln Fähigkeiten zur Diagnose und Intervention bei psychischen Problemsituationen, die durch Mediengebrauch oder Arbeitsumfeld entstehen können. - Sie gestalten Arbeitsumgebungen und -bedingungen, die psychische Gesundheit fördern und kulturelle Unterschiede respektieren. <u>Kompetenzen (Integration und Anwendung in Praxis):</u> - Die Studierenden integrieren Wissen aus Medienpsychologie und ABO, um effektive, resiliente und gesunde Arbeitskulturen zu schaffen. - Sie bewerten und verbessern kontinuierlich Arbeits- und Organisationsstrukturen unter Berücksichtigung psychologischer Prinzipien und interkultureller Aspekte. <u>Spezifische Lernziele:</u> - Die Studierenden erarbeiten Strategien zur Förderung mentaler Gesundheit und Leistungsfähigkeit in medienintensiven Berufen. - Sie erlernen Methoden der Konfliktlösung und der psychologischen Beratung, um in diversen beruflichen Situationen wirksam unterstützen zu können.		

Lehr-/Modulinhalte	• Psychologische Grundlagen der Mediennutzung und deren Effekte auf Individuum und Gesellschaft. • Analyse und Bewältigung von psychischen Problemsituationen im beruflichen Kontext, unter besonderer Berücksichtigung interkultureller Aspekte. • Betrachtung verschiedener Therapieformen und Ansätze zur Schaffung optimaler Arbeitsbedingungen. • Untersuchung von Motivation, Teamdynamik, Führung und organisatorischem Verhalten im Mediumfeld.
Literatur	• Nerdinger, Friedemann W., Gerhard Blickle und Niclas Schaper (2014): Arbeits- und Organisationspsychologie. Wiesbaden: Springer. • Schienle, Werner (2018): Psychologisches Konfliktmanagement. Professionelles Handwerkszeug für Fach- und Führungskräfte. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer. • Steiger, Thomas M. und Eric Lippmann (2002): Handbuch angewandte Psychologie für Führungskräfte. Führungskompetenz und Führungswissen. Band I und II. Wiesbaden: Springer.
Verwendbarkeit des Moduls	MUK430 bildet eine wichtige Grundlage für berufliche Laufbahnen in der Medienbranche und darüber hinaus, insbesondere in Bereichen, die psychologisches Wissen zur Mitarbeiterführung, Organisationsentwicklung und zum Verständnis des Konsumentenverhaltens erfordern. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	Erfolgreicher Abschluss des Moduls MUK230.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	portP: Votr.sb (30 min), Klausur (60 min) oder portP: Votr.sb (30 min), Ausarb.Stud (10-15 S.)

Modul MUK440 Interkulturelle Kommunikation: Kunst

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK440 Interkulturelle Kommunikation: Kunst		
Modulbezeichnung engl.	MUK440 Intercultural Communication: Art		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Hannah Jörg		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	4. Semester / jedes Sommersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> • Die Relevanz interkultureller Kommunikation im Bereich des künstlerischen Arbeitens • Ziele sowie Kompetenzen interkultureller Kommunikation im Bereich des künstlerischen Arbeitens • Studierende kennen den Entwicklungsprozess interkultureller Kommunikation in der künstlerischen Arbeit. • Studierende kennen theoretische Ansätze sowie Grundlagen der Handlungsmöglichkeiten in der Berufspraxis.		
	<u>Anwendungswissen:</u> Studierende können theoretische Ansätze der interkulturellen Kommunikation im künstlerischen Arbeiten mit praktischen Beispielen verknüpfen. Studierende können Sprachgebrauch und Repräsentation in der interkulturellen künstlerischen Arbeit kritisch hinterfragen und reflektieren.		
Lehrinhalte	Bereiche des künstlerischen Arbeitens können beispielsweise Kuration oder verwandte Tätigkeiten umfassen oder künstlerisches Gestalten i.A. (hier mit besonderem Fokus auf die Repräsentation kultureller Kontexte); ein besonderer Fokus liegt auf digitalisierten und/oder interaktiven Formaten (z.B. Games, AR/VR/XR). Exemplarische Einsichten in Praxisfelder		
Literatur	Wird in der Veranstaltung vom/von dem/der jeweiligen Dozierenden bekanntgegeben.		
Verwendbarkeit des Moduls	Vertiefende Module der interkulturellen Kommunikation sowie der Medienkonzeption Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.		
Teilnahmevoraussetzungen	Basierend auf MUK 130 und MUK 230		

Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.) oder portP: Votr.sb (2x 30-45 min), Ausarb.Stud (10-15 S.), Ausarb.Proj (Produkt) oder Klausur (60 min)
--	---

Modul MUK450 Empirische Forschungsmethoden

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK450 Empirische Forschungsmethoden		
Modulbezeichnung engl.	MUK450 Empirical Research Methods		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Till Krause		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	4. Semester / jedes Sommersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung	
Qualifikationsziele	<u>Kenntnisse (Theoretisches Wissen):</u> • Die Studierenden erlangen fundiertes Wissen über die Gütekriterien empirischer Forschung und deren Bedeutung. • Sie erhalten einen Überblick über diverse Forschungsansätze und werden mit verschiedenen Methoden der Datenerhebung und -analyse vertraut gemacht. • Die Studierenden erkennen die Ursprünge und Entwicklungen verschiedener Forschungsmethoden und können signifikante Studien identifizieren und deren Beiträge zur Wissenschaft nachvollziehen. <u>Fertigkeiten (Anwendung von Wissen):</u> • Die Studierenden sind in der Lage, Forschungsdesigns zu erstellen, Hypothesen zu formulieren und diese mittels geeigneter Methoden zu überprüfen. • Sie können Forschungsergebnisse professionell aufbereiten und sowohl akademisch als auch für ein breiteres Publikum präsentieren. <u>Kompetenzen (Integration und Anwendung in Praxis):</u> • Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, empirische Forschung kritisch zu hinterfragen und die Gültigkeit und Zuverlässigkeit von Forschungsergebnissen zu beurteilen. • Sie erlernen, wie man Forschungsarbeiten im Kontext ethischer und wissenschaftlicher Standards kritisiert und bewertet. <u>Spezifische Lernziele:</u> • Die Studierenden sollen ein vertieftes Verständnis für die Rolle und Relevanz empirischer Methoden in der heutigen Medienlandschaft entwickeln.		

	• Sie trainieren den Umgang mit statistischer Software und die Interpretation quantitativer Daten, um fundierte Schlussfolgerungen ziehen zu können. • Durch die Durchführung eigener kleiner Forschungsprojekte im Rahmen der Übungen gewinnen sie praktische Erfahrung in der Anwendung der gelernten Methoden.
Lehr-/Modulinhalte	• Anwendung und kritische Bewertung und von Forschungsmethoden in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. • Vertiefung quantitativer und qualitativer Forschungsmethoden inklusive Faktorenanalysen und Nutzung von Software wie SPSS. • Entwicklung und Begründung eigener Forschungs-Set-Ups. • Präsentation von Forschungsergebnissen in wissenschaftlichen und journalistischen Kontexten.
Literatur	• Brosius, H.-B., Haas, A., & Unkel, J. (2022). Methoden der empirischen Kommunikationsforschung: Eine Einführung (8. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Springer VS. • Baur, N., & Blasius, J. (Hrsg.). (2019). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung (2. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Springer VS. • Ergänzende Literatur und aktuelle Forschungsartikel werden zu Modulbeginn bereitgestellt und sind über die Lernplattform zugänglich.
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul MUK450 ist fundamental für Studienrichtungen, die sich mit Medienwissenschaft und interkultureller Kommunikation beschäftigen. Es bereitet die Studierenden speziell auf die Anforderungen von Forschungsarbeiten und der Bachelorarbeit vor und dient als methodisches Fundament für fortgeschrittene Studienmodule. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	Das Modul baut auf MUK110 „Einführung in die Medienwissenschaften“ und MUK150 „Ethik und Wissenschaftliches Arbeiten“ auf.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (60-90 min) oder portP: Votr.sb (30 min), Klausur (60 min)

Modul MUK460 Englisch UNIcert III

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK460 Englisch UNiCert III		
Modulbezeichnung engl.	MUK460 English UNiCert III		
Modulverantwortung	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Dozierende			
Veranstaltungssprache	Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	4. Semester / siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	2		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	60	30	30
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	2	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“	
Qualifikationsziele	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Lehrinhalte			
Literatur			
Verwendbarkeit des Moduls			
Teilnahmevoraussetzungen			
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart			

Modul MUK470 2./3. Fremdsprache

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK470 2./3. Fremdsprache		
Modulbezeichnung engl.	MUK470 2 nd /3 rd foreign language		
Modulverantwortung	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Dozierende			
Veranstaltungssprache	in der jeweils gewählten Sprache		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	4. Semester / siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	2		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	60	30	30
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	2	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“	
Qualifikationsziele	siehe semesteraktuelles Modulhandbuch „Sprachen“.		
Lehrinhalte			
Literatur			
Verwendbarkeit des Moduls			
Teilnahmevoraussetzungen			
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart			

Modulbeschreibungen 5. Semester

Modul MUK500 Praktisches Studiensemester

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK500 Praktisches Studiensemester		
Modulbezeichnung engl.	MUK500 Practical semester		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Till Krause		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	5. Semester / jedes Wintersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	31		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	2	Seminar	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> - Die Studierenden nutzen das im Studium erlangte Verständnis, um wissenschaftliche Ansätze im Feld der Medienkonzeption, Medienforschung, künstlerischen und/oder journalistischen Arbeit, besonders im interkulturellen Kontext, praxisnah zu erproben. - Sie befassen sich intensiv mit Fragestellungen im Zusammenhang mit Medienarbeit, Journalismus, kreativem Schaffen, redaktioneller Arbeit und/oder interkultureller Kommunikation.		
	<u>Anwendungswissen:</u> Die Studierenden sind befähigt, Medienprojekte, journalistische Inhalte und/oder interkulturelle Kommunikationsansätze strategisch, kreativ, redaktionell und/oder mit einem künstlerischen Anspruch umzusetzen, zu analysieren und zu bewerten. Unter Anleitung konzipieren, kuratieren, gestalten und redigieren sie eigene kreative, künstlerische und/oder journalistische Medieninhalte, wobei sie sowohl technische als auch interkulturelle Aspekte berücksichtigen. Sie wenden im Studium erworbene Techniken und Strategien in den Bereichen Medien, PR, Marketing, journalistischem und/oder redaktionellem Arbeiten an. Sie reflektieren ihre Rollen in praktischen Medienprojekten, journalistischen Beiträgen und analysieren Handlungen und Reaktionen im Kontext globaler und interkultureller Kommunikationsszenarien.		
Lehrinhalte	MUK500.1: Praktische Zeit im Betrieb (mind. 80 Arbeitstage) (28 ECTS-Punkte)		

	• MUK500.2: Praxisseminar (2 ECTS)
Literatur	
Verwendbarkeit des Moduls	In diesem Modul erlangen die Studierenden die Fähigkeiten, eine praxisnahe Kompetenz im Bereich der Medien, Kreativität, Journalismus und/oder interkulturellen Kommunikation zu entwickeln. Sie sammeln erste professionelle Erfahrungen, beispielsweise im internationalen Projektmanagement, Unternehmenskommunikation, künstlerischen Medienprojekten, redaktionellen Arbeitsbereichen oder Marketing. Ein fundiertes professionelles Profil wird durch die intensive Beschäftigung mit realen kreativen Medienprojekten, journalistischen Aufgaben und interkulturellen Herausforderungen geschärft. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	portP.P: Votr.sb (30 min), Ausarb.Ber (10-15 S.) oder portP.P: Votr.sb (30 min), Ausarb.Ber (10-15 S.), Ausarb.Proj (Poster)

Modulbeschreibungen 6. Semester

Modul MUK610 Projektarbeit in Teams: soziale Medien & generative KI

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK610 Projektarbeit in Teams: soziale Medien & generative KI		
Modulbezeichnung engl.	MUK610 Project Work in Teams: Social Media & Generative Artificial Intelligence		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Till Krause		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	6. Semester / jedes Sommersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	30	120
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	2	Seminar	
Qualifikationsziele	<u>Kenntnisse (Theoretisches Wissen):</u> - Die Studierenden verstehen umfassend die Funktionsweise und die Algorithmen hinter sozialen Medien und generativer KI, wie z.B. ChatGPT und Midjourney. - Sie erlangen Kenntnisse über die Rolle und den Einfluss von KI-gesteuerten Systemen in der Erstellung und Verbreitung von Inhalten auf sozialen Plattformen. - Die Studierenden gewinnen Einblick in die ethischen, rechtlichen und sozialen Implikationen des Einsatzes von generativer KI in der digitalen Medienlandschaft. <u>Fertigkeiten (Anwendung von Wissen):</u> - Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, generative KI-Technologien für die Erstellung von Inhalten zu nutzen und soziale Medien-Strategien zu planen und umzusetzen. - Sie sind in der Lage, die Auswirkungen von generativer KI auf das Medienumfeld zu analysieren und datengestützte Forschungsprojekte durchzuführen. - Die Studierenden lernen, Werkzeuge wie ChatGPT für die Texterstellung und Midjourney für visuelle Inhalte einzusetzen und kritisch zu bewerten. <u>Kompetenzen (Integration und Anwendung in Praxis):</u> - Die Studierenden sind befähigt, die Prinzipien generativer KI in realen Projekten anzuwenden und innovative Ansätze im Bereich Social Media Marketing zu entwickeln. - Sie erwerben die Kompetenz, die Validität und Zuverlässigkeit von durch KI generierten Inhalten zu beurteilen und ethische Überlegungen in die Content-Strategie zu integrieren.		

	Die Studierenden können Forschungsprojekte initiieren, die sich mit der fortschreitenden Integration von generativer KI in sozialen Medien befassen und deren potenzielle Auswirkungen auf Kommunikationsberufe und die Gesellschaft evaluieren.
Lehr-/Modulinhalte	- Analyse und Anwendung von Social Media Algorithmen und generativer KI für Content Creation. - Umsetzung eines Marketing- und Forschungsprojekts im Bereich sozialer Medien. - Theoretische Grundlagen und praktische Anwendung von Big Data-Technologien. - Praktische Umsetzung von Projektmanagement und Teamarbeit.
Literatur	Aktuelle Fachliteratur und Studien zu sozialen Medien und generativer KI werden zu Modulbeginn bekannt gegeben und sind über die Lernplattform zugänglich.
Verwendbarkeit des Moduls	Die erworbenen Fähigkeiten im Modul MUK610 sind essentiell für moderne Kommunikationsberufe und die akademische Forschung. Das Modul dient als Vorbereitung auf die Abschlussarbeit und vermittelt praktische Fähigkeiten im Bereich Projektarbeit und Teammanagement. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	portP.P: Votr.sb (2x 45 min), Ausarb.Stud (10-15 S.)

Modul MUK620 Intercultural Project Management [en]

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK620 Intercultural Project Management [en]		
Modulbezeichnung engl.	MUK620 Intercultural Project Management [en]		
Modulverantwortung	Silke Riegler		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	6. Semester / jedes Sommersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung	
Qualifikationsziele	<u>Orientation knowledge:</u> • Students gain understanding of cultural intelligence and its application in leadership. • They increase their proficiency in communication strategies for intercultural teams. • Students expand their competence in building and managing diverse teams. • They deepen their skills in intercultural negotiation and conflict resolution. • Students gain knowledge of multicultural project planning, execution and risk management.		
	<u>Application knowledge:</u> • Students develop the ability to effectively apply cultural intelligence in real-world projects. • They will be able to implement communication strategies in intercultural team settings. • Students will learn to execute team building and diversity management initiatives. • They will be involved in practical project planning and risk management in intercultural contexts.		
Lehrinhalte	• Cultural intelligence and leadership • Communication in intercultural teams • Team building and diversity management • Intercultural negotiation and conflict resolution • Project planning and execution in intercultural environments • Risk management in intercultural projects • Technology and Virtual Collaboration in Intercultural Projects		

Literatur	Current literature is announced at the beginning of the module and is accessible via the learning platform.
Verwendbarkeit des Moduls	MUK 620 module deepens practical skills and ensures that students can apply theoretical knowledge from the modules in the lower semesters in the context of intercultural project issues. The course is not offered in any other degree program.
Teilnahmevoraussetzungen	The course builds on the content learned in MUK340, MUK250 and MUK130.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (60-90 min) oder portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.) oder portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.), Ausarb.Proj (Produkt)

Modul MUK630 Medienrecht

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK630 Medienrecht		
Modulbezeichnung engl.	MUK630 Media Law		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Till Krause		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	6. Semester / jedes Sommersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	45	105
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung	
Qualifikationsziele	<u>Kenntnisse (Theoretisches Wissen):</u> - Die Studierenden erlangen ein tiefgehendes Verständnis der rechtlichen Grundlagen und Normen, die für Medienschaffende in Deutschland und im internationalen Kontext gelten. - Sie erwerben Wissen über die datenschutzrechtlichen Anforderungen, insbesondere im Hinblick auf die DSGVO, und deren Auswirkungen auf die Medienproduktion und -distribution. - Die Studierenden setzen sich mit den ethischen, rechtlichen und sozialen Fragestellungen auseinander, die mit der Nutzung und Regulierung digitaler Medien und Technologien, einschließlich sozialer Medien und generativer KI, verbunden sind. <u>Fertigkeiten (Anwendung von Wissen):</u> - Die Studierenden erlernen, wie rechtliche Konzepte und Vorschriften in der Medienbranche angewendet werden, um rechtssichere Inhalte zu produzieren. - Sie sind in der Lage, rechtliche Rahmenbedingungen für die Arbeit mit generativer KI zu interpretieren und anzuwenden, beispielsweise bei der Nutzung von KI-Tools wie ChatGPT für die Textproduktion und Midjourney für die Erstellung visueller Medien. - Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit, rechtliche Herausforderungen im Medienbereich zu identifizieren, rechtliche Strategien zu bewerten und Risiken in ihren Projekten zu minimieren. <u>Kompetenzen (Integration und Anwendung in Praxis):</u> - Die Studierenden sind befähigt, komplexe rechtliche und ethische Überlegungen in die Gestaltung und Durchführung von Medienprojekten einzubinden.		

	• Sie können rechtliche Aspekte bei der Implementierung von KI-gestützten Systemen in der Medienproduktion kritisch hinterfragen und bewerten. • Die Studierenden sind in der Lage, eigenständige Forschungsprojekte zu konzipieren, die sich mit der rechtlichen Regulierung von generativer KI und deren Implikationen für Medienethik und Gesellschaftsstrukturen befassen.
Lehr-/Modulinhalte	• Grundlagen des Medienrechts und Überblick über relevante rechtliche Rahmenbedingungen für die Medienarbeit. • Detaillierte Betrachtung des Urheberrechts, Markenrechts und des Rechts der digitalen Kommunikation. • Vertiefung in die DSGVO und Auseinandersetzung mit datenschutzrechtlichen Fragen in der Medienproduktion. • Vergleich internationaler und nicht-europäischer Medienrechtssysteme und deren Auswirkungen auf die globale Medienarbeit. • Rechtliche Aspekte der digitalen Inhaltsverbreitung, inklusive Social Media, Streaming und E-Commerce.
Literatur	• Bühler, Peter, Patrick Schlaich und Dominik Sinner (2017): Medienrecht: Urheberrecht – Markenrecht – Internetrecht. Wiesbaden: Springer Vieweg. • Branahl, Udo (2019): Medienrecht: Eine Einführung. Wiesbaden: Springer VS. • Zusätzliche aktuelle Literatur und Ressourcen werden zu Beginn des Moduls bekannt gegeben und auf der Lernplattform bereitgestellt.
Verwendbarkeit des Moduls	Dieses Modul ist für Studierende unerlässlich, die in der Medienbranche tätig werden wollen, sei es in der Produktion, im Management oder in der rechtlichen Beratung. Es legt das rechtliche Fundament für verantwortungsvolle Medienarbeit und bereitet auf die komplexen rechtlichen Herausforderungen vor, die mit der ständigen Entwicklung neuer Technologien und Plattformen einhergehen. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (60-90 min) oder portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.) oder portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.), Ausarb.Proj (Produkt)

Modul MUK640 Interkulturelle Kommunikation: Vertiefung

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK640 Interkulturelle Kommunikation: Vertiefung		
Modulbezeichnung engl.	MUK640 Advanced Intercultural Communication		
Modulverantwortung	Silke Riegler		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	6. Semester / jedes Sommersemester / ein Semester		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> - Die Studierenden diskutieren und reflektieren Herausforderungen, denen Personen begegnen, die ihren kulturellen Kontext verlassen. - Die Studierenden erlangen ein breites Verständnis für Themen, die für Führungskräfte im interkulturellen Umfeld wichtig sind. - Die Studierenden erhalten Einblick in Fragestellungen, die in der interkulturellen Kompetenz Forschung diskutiert werden. - Die Studierenden erlangen Kenntnisse über interkulturelle Psychologie sowie sozialpsychologische Intergruppentheorien.		
	<u>Anwendungswissen:</u> - Die Studierenden sind in der Lage, aktuelle Themen und Trends im Bereich interkulturelle Kommunikation selbstständig zu recherchieren und umfassend unter Anwendung eingeführter Kulturmodelle zu reflektieren. - Sie können eigenständig konstruktive Lösungs- und Gestaltungsoptionen entwickeln. - Sie sind befähigt, ihre Attributionsfähigkeit differenziert einzusetzen und somit Zuordnungsfehler zu vermeiden. - Sie entwickeln und gestalten Fragestellungen oder Produkte für eine zukünftige Anwendung in der interkulturellen Forschung, Lehre und bei Trainings. - Die Studierenden wenden ihr erlerntes Wissen auf Projekte an, in denen Sie eigene Daten erheben und fremde Daten nutzen. - Die Studierenden erlernen Grundlagen narrativer Interviews, und können diese in Projektarbeiten mit		

	Methoden aus der Biografiearbeit kombinieren und anwenden.
Lehrinhalte	• Analyse von praxisbezogenen Fallstudien (Critical Incidents) in verschiedenen Anwendungskontexten • Projekte zum Thema „Unterschiedliche Lebenswelten und ihren Einfluss auf die Kommunikation über kulturelle Grenzen hinweg“ • Entwicklung und Umsetzung von qualitativen und quantitativen Befragungen • Führungskräfte im interkulturellen Kontext
Literatur	Aktuelle Literatur und Ressourcen werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben und über die Lernplattform bereitgestellt.
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul MUK640 schärft die Praxiskompetenz und stellt sicher, dass die Lernenden theoretisches Wissen aus den unteren Semestern im Kontext interkulturelle Fragestellungen anwenden können. Es vermittelt den Studierenden direkten Zugang zu erstklassigen Lehrbeauftragten und Experten aus der Praxis und bietet damit die Basis für eine starke Berufsorientierung mit einem klaren Blick auf die Anwendung und Integration von Wissen in realen Szenarien. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (60-90 min) oder portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.) oder portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.), Ausarb.Proj (Produkt)

Modul MUK650 Journalismus

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK650 Journalismus		
Modulbezeichnung engl.	MUK650 Journalism		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Till Krause		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	6. Semester / jedes Sommersemester / ein Semester		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung	
Qualifikationsziele	<u>Kenntnisse (Theoretisches Wissen):</u> - Die Studierenden erlangen Kenntnisse über verschiedene journalistische Ausdrucksformen und lernen, diese in Text, Bild und Audiovisuelle Medienformen zu übersetzen. - Sie sind mit den Herausforderungen der Pressefreiheit und den Einflüssen von Algorithmen auf die Nachrichtenverbreitung vertraut. - Die Studierenden diskutieren und reflektieren über zukünftige Entwicklungen im Journalismus und wählen Spezialisierungen wie Podcast, Magazinjournalismus oder Sportberichterstattung zur Vertiefung aus. <u>Fertigkeiten (Anwendung von Wissen):</u> - Die Studierenden sind in der Lage, Themen selbstständig und umfassend zu recherchieren und journalistische Beiträge in verschiedenen Stilen und Formaten zu erstellen. - Sie können eigenständig journalistische Inhalte produzieren, von der Ideenfindung bis zur finalen Publikation in unterschiedlichen Medienformen, einschließlich digitaler und sozialer Plattformen. <u>Kompetenzen (Integration und Anwendung in Praxis):</u> - Die Studierenden wenden ihr erlerntes journalistisches Handwerkszeug in realen Projekten an, entwickeln redaktionelle Strategien und erlernen den Umgang mit Big Data im journalistischen Kontext. - Sie sind befähigt, innovative journalistische Produkte zu konzipieren und umzusetzen, die ethischen Standards genügen und rechtlichen Anforderungen entsprechen.		
Lehr-/Modulinhalte	Einführung in die verschiedenen journalistischen Formen wie Text, Bild, Film, Internet, Podcast,		

	Magazinjournalismus, Sportberichterstattung und Interviewtechniken. • Vertiefung in spezialisierte Bereiche des Journalismus, darunter Bildjournalismus, Datenjournalismus und Zeitschriftskonzeption, je nach Verfügbarkeit. • Diskussion aktueller Themen wie Pressefreiheit, Filterblasen und Algorithmen sowie die Zukunft des Journalismus.
Literatur	• Neuberger, Christoph und Peter Kapern (2013): Grundlagen des Journalismus. Wiesbaden: Springer. • Brinkmann, Janis (2021): Journalismus. Eine praktische Einführung. Frankfurt: Nomos. • Rinsdorf, Lars (2017): Redaktionelle Strategien entwickeln – Analyse – Geschäftsmodelle – Konzeption. Stuttgart: UTB. • Weitere Literatur wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben und über die Lernplattform bereitgestellt.
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul MUK650 ist von zentraler Bedeutung für Studierende, die praktische und theoretische Kenntnisse im Journalismus erwerben und anwenden möchten. Es bietet eine Grundlage für berufliche Tätigkeiten in den Medien und für weiterführende akademische Studien im Bereich Journalismus. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (60-90 min) oder portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.) oder portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.), Ausarb.Proj (Produkt)

Modul MUK660 Aktuelle Themen & Trends

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK660 Aktuelle Themen & Trends		
Modulbezeichnung engl.	MUK660 Current Topics & Trends		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Till Krause		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	6. Semester / jedes Sommersemester / ein Semester		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	45	105
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung	
Qualifikationsziele	<u>Kenntnisse (Theoretisches Wissen):</u> - Die Studierenden erlangen ein breites Verständnis für die Vielfalt und Dynamik neuer Medien und interkultureller Kommunikationsformen. - Sie werden vertraut mit den neuesten Trends wie Datenjournalismus, digitale Geschäftsmodelle und den Einsatz von KI in den Medien. - Die Studierenden erhalten Einblick in die ethischen und rechtlichen Herausforderungen, die mit der Nutzung neuer Technologien und Medien verbunden sind. <u>Fertigkeiten (Anwendung von Wissen):</u> - Die Studierenden entwickeln die Kompetenz, innovative Medienprojekte zu planen und durchzuführen, die aktuelle Trends und Technologien nutzen. - Sie üben sich in der Anwendung von Datenanalyse und der Verwendung von KI-Tools für die Erstellung und Personalisierung von Inhalten. <u>Kompetenzen (Integration und Anwendung in Praxis):</u> - Die Studierenden sind in der Lage, interdisziplinäres Wissen zu integrieren, um in einem sich schnell wandelnden medialen Umfeld effektiv zu agieren. - Sie können kritisch und kreativ denken, um innovative Lösungen für die Herausforderungen der modernen Medienlandschaft zu entwickeln und umzusetzen.		
Lehr-/Modulinhalte	- Erkundung und kritische Analyse aktueller Entwicklungen und Innovationen im Bereich der interkulturellen Kommunikation und neuen Medien. - Praxisbezogene Fallstudien zu Themen wie Datenjournalismus, digitale Geschäftsmodelle, KI-gestützte Content-Erstellung und weitere aktuelle Trends wie Virtual Reality Storytelling, Augmented Reality in der Werbung,		

	Ethik der Algorithmen und der Einfluss von Social Bots auf die öffentliche Meinung. Entwicklung und Umsetzung eines eigenen Medienprojekts mit dem Fokus auf innovative Anwendung von Theorie in die Praxis
Literatur	Aktuelle Literatur und Ressourcen werden zu Beginn des Semesters bekannt gegeben und über die Lernplattform bereitgestellt.
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul MUK660 schärft die Praxiskompetenz und stellt sicher, dass die Lernenden aktuelle Trends und Technologien nicht nur kennen, sondern auch anwenden können. Es vermittelt den Studierenden direkten Zugang zu erstklassigen Lehrbeauftragten und Experten aus der Praxis und bietet damit die Basis für eine starke Berufsorientierung mit einem klaren Blick auf die Anwendung und Integration von Wissen in realen Szenarien. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (60-90 min) oder portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.) oder portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.), Ausarb.Proj (Produkt)

Modulbeschreibungen 7. Semester

Modul MUK700 Bachelorarbeit

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK700 Bachelorarbeit		
Modulbezeichnung engl.	MUK700 Bachelor thesis		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Maja Jerrentrup & Prof. Dr. Till Krause		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	7. Semester / jedes Wintersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	12		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	0		
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> - Die Studierenden schreiben zu einem in einem gewissen Rahmen selbstgewählten Thema eine ca. 50-seitige Ausarbeitung. - Sie können zu einem Thema der Medienforschung arbeiten, dabei etwa bestehende Forschungen kritisch reflektieren oder einen eigenen Forschungs-Set-Up samt Durchführung darstellen. - Sie können ein eigenes mediales Produkt samt soziokultureller Verortung und Verwendungskontext behandeln. - Sie können die Geschichte und aktuelle Situation eines bestimmten Mediums erörtern.		
Lehrinhalte	Ein längerer, fundierter Text wird formuliert, der wissenschaftlichen Mindeststandards genügen muss.		
Literatur	Literatur ist dem eigenen Thema entsprechend auszuwählen – Literaturhinweise werden individuell erteilt.		
Verwendbarkeit des Moduls	Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.		
Teilnahmevoraussetzungen	- Bestehen aller Prüfungen der ersten vier Studienplansemester und - erfolgreiche Ableistung des praktischen Studiensemesters		
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Ausarb		

Modul MUK710 Projektarbeit: Selbständigkeit

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK710 Projektarbeit: Selbständigkeit		
Modulbezeichnung engl.	MUK710 Project: self-employment		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Maja Jerrentrup		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	7. Semester / jedes Wintersemester / ein Semester		
Modultyp	Pflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	30	120
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	2	Seminar	
Qualifikationsziele	<u>Kenntnisse (Theoretisches Wissen):</u> - Die Studierenden können in Anlehnung an gesellschaftliche Trends Ideen für selbständige Tätigkeiten entwickeln und den Markt in diese Richtung analysieren. - Sie können Strategien für das Marketing entwickeln und umsetzen. <u>Fertigkeiten (Anwendung von Wissen):</u> - Die Studierenden können Ideen darlegen und passende Businesspläne schreiben. Hierfür können sie aktuelle soziale Situationen beurteilen und Entwicklungen antizipieren und übernehmen Verantwortung. - Sie können Trends beurteilen, Zielgruppen abstecken und Marketingkampagnen konzipieren. - Sie arbeiten produktiv in Teams, erkennen Fähigkeiten und verteilen entsprechend Rollen. <u>Kompetenzen (Integration und Anwendung in Praxis):</u> - Die Studierenden können Businessideen umsetzen, darunter eine realistische Finanzplanung vorlegen, Risiken benennen und reflektieren und angemessene Marketingstrategien entwickeln. - Ethische und gesellschaftliche Aspekte werden bei der Konzeption der Selbständigkeit berücksichtigt.		
Lehrinhalte	- Entwicklung einer Idee für ein Produkt/ eine Dienstleistung im Kontext von Medien und/oder interkultureller Kommunikation - Marktanalyse - Entwickeln eines Marketing-Konzepts - Praktische Umsetzung von Projektmanagement und Teamarbeit		

Literatur	Aktuelle Fachliteratur und Studien zu sozialen Medien und generativer KI werden zu Modulbeginn bekannt gegeben und sind über die Lernplattform zugänglich.
Verwendbarkeit des Moduls	Die erworbenen Fähigkeiten im Modul MUK710 sind grundlegend für spätere selbständige oder (finanz-) verantwortliche Tätigkeiten. Das Modul dient als Vorbereitung auf die Abschlussarbeit und vermittelt praktische Fähigkeiten im Bereich Projektarbeit und Teammanagement. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	portP.P: Votr.sb (2x 45 min), Ausarb.Stud (10-15 S.)

Modul MUK720 Inszenierung & Dokumentation

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK720 Inszenierung & Dokumentation		
Modulbezeichnung engl.	MUK720 Staging & documentation		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Maja Jerrentrup		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	7. Semester / jedes Wintersemester / ein Semester		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	60	90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> Basierend auf der individuellen Beschäftigung mit verschiedenen Medienformaten und Kunststilen wird ein Konzept für ein eigenes, gesellschaftskritisches Projekt ausgearbeitet, das an eine aktuelle Debatte anschließt (z.B. Postkolonialismus, Gender, kulturelle Identität, Extremismus).		
	<u>Anwendungswissen:</u> - Die Studierenden präsentieren ihr Projekt als „Work in Progress“. - Gemeinsame Diskussionen sorgen dafür, Beziehungen zwischen den verschiedenen Projekten herzustellen.		
Lehrinhalte	Die Kreation und Interpretation eines eigenen Medienkunstprojekts, das im Kontext von Medien- und/oder Gesellschaftskritik stehen soll, ist Ziel dieser Lehrveranstaltung.		
Literatur	- Adajian, Thomas (2018): The Definition of Art. https://plato.stanford.edu/archives/fall 2018/entries/art-definition - Baacke, Annika (2014): 73otografie zwischen Kunst und Dokumentation. Objektivität und Ästhetik, Kontinuität und Veränderung im Werk von Bernd und Hilla Becher, Albert Renger-Patzsch, August Sander und Karl Blossfeldt. Berlin: Epubli. - Chmielecki, Konrad (2015): From Visual Culture to Visual Communication. The Pictorial and Iconic Turn in Contemporary Culture. Art Inquiries, Recherches sur les artes XVII: 93-114. - Müller-Jentsch, Walther (2011): Die Kunst in der Gesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag.		

Verwendbarkeit des Moduls	Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	Die Module MUK210 „Einführung praktische Medienkonzeption“, MUK320 „Medienproduktion Text und Bild“ und MUK420 „Medienproduktion Foto & Film“ stellen wichtige Grundlagen dar.
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	Klausur (60-90 min) oder portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Proj (Produkt) oder portP: Votr.sb (30-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.), Ausarb.Proj (Produkt)

Modul MUK730 Exkursion & Medienproduktion

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	MUK730 Exkursion & Medienproduktion		
Modulbezeichnung engl.	MUK730 Study trip & media production		
Modulverantwortung	Prof. Dr. Maja Jerrentrup		
Dozierende	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	7. Semester / jedes Wintersemester / ein Semester		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	5		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	150	Exkursionszeit = ca. 14 Tage x 8 h = 112	In der „Stay-at-home“-Alternative 150 – 60 – 90
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	4	seminaristischer Unterricht, Übung • Workshop (für alle) • Auslandsexkursion mit Methodentrainings / Recherche und journalistischer oder künstlerischer Umsetzung • „Stay-at-home“-Alternative zur Auslandsexkursion: Vertiefte Recherche zu einer „anderen Welt“ vor Ort wie die der Gehörlosen im Studiengang GSD samt Methodentraining und journalistischer oder künstlerischer Umsetzung	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> • Die Studierenden haben in einem die Exkursion vorbereitenden Workshop Grundlagen zum kulturellen Kontext der jeweiligen Zielregion bzw. der jeweiligen „Sub“kultur kennengelernt. • Die Teilnehmer können anspruchsvolle journalistische oder künstlerische Beiträge zu ausgewählten Themen erarbeiten. • Methoden der Kulturanthropologie sind bekannt und werden vertieft.		
	<u>Anwendungswissen:</u> Im Feld lernen die Studierenden, ihre Themen eigenständig mittels sinnvoller Methoden zu recherchieren und dokumentieren bzw. kreativ reflektieren.		
	Sofern sich nicht genug Teilnehmer und Teilnehmerinnen aus dem betreffenden Jahrgang finden, wird die Exkursion für alle Jahrgänge des Studiengangs bzw. für alle Studiengänge im Rahmen des Studium Generale geöffnet.		

Lehrinhalte	Die Studierenden wissen, wie man sich auf einen Arbeitsaufenthalt im Ausland vorbereitet und wie man sich im Feld Themen von der Methodenauswahl/Recherche bis hin zur visuellen Gestaltung erarbeitet.
Literatur	• Breidenstein, Georg, Sefan Hirschauer, Herbert Kalthoff und Boris Nieswand (2015): Ethnographie. Die Praxis der Feldforschung. UTB. • Girtler, Roland (2009): Methoden der Feldforschung. UTB. • Hitzler, Ronald und Miriam Gothe (2014): Ethnographische Erkundungen: Methodische Aspekte aktueller Forschungsprojekte. Springer VS.
Verwendbarkeit des Moduls	MUK210 „Einführung praktische Medienkonzeption“, MUK 320 „Medienproduktion Text und Bild“, sowie MUK 420 „Medienproduktion Film & Foto“ bieten wichtige Grundlagen. Die Veranstaltung wird in keinem anderen Studiengang angeboten.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	portP: Votr.sb (45-60 min), Ausarb.Stud (10-15 S.), Ausarb.Proj (Produkt) oder portP: als Voraussetzung Exkursionsteilnahme, Ausarb.Proj (Produkt)

Studium Generale

Module MUK280, MUK480 und MUK740

Modulnummer und -bezeichnung laut SPO	Studium Generale I, Studium Generale II, Studium Generale III		
Modulbezeichnung engl.	General Studies I, General Studies II, General Studies III		
Modulverantwortung	siehe semesteraktuellen Studien- und Prüfungsplan		
Dozierende			
Veranstaltungssprache	Deutsch / Englisch		
Platzierung / Häufigkeit / Dauer des Moduls	beispielhaft 2., 4. und 7. Semester / jedes Semester möglich / flexible Belegung während des Bachelorstudiums		
Modultyp	Wahlpflichtmodul		
Credit Points nach ECTS	je Kurs 2		
Arbeitsaufwand (Stunden)	Workload	Präsenzzeit	Eigenleistung / Selbstlernzeit
	je Kurs 60	je Kurs 30	je Kurs 30
Lehrformen (SWS)	Gesamt	Lehrformate	
	je Kurs 2	siehe semesteraktueller Studien- und Prüfungsplan mit Modulhandbuch für das Modul Studium Generale (u.a. E-Learning-Elemente, Projektarbeit)	
Qualifikationsziele	<u>Orientierungswissen:</u> • Die Studierenden wissen, dass das Verstehen von Menschen und ihrer Lebenslagen eine ganzheitliche Sicht auf Menschen erfordert. • Sie wissen, dass Ästhetik und Kultur einen grundlegenden Einfluss auf Menschen und menschliches Verhalten haben. • Sie begreifen ihr Studium über die fachliche Ausbildung hinaus als Gelegenheit zur umfassenden Persönlichkeitsbildung. • Sie lernen die Bedeutung transdisziplinärer wissenschaftlicher Perspektiven. • Sie lernen die Bedeutung von Fremdsprachenerwerb für die eigene Persönlichkeitsentwicklung und fachliche Horizonterweiterung. • Sie entwickeln einen reflektierten ganzheitlichen Bildungsbegriff. • Sie wissen um die sozioethischen und wissenschaftsethischen Implikationen fachspezifischen Handelns. • Sie kennen ihre zivilgesellschaftliche Verantwortung und können verantwortlich mit ihrem fachspezifischen Wissen umgehen und dies reflektieren.		
	<u>Anwendungswissen:</u> Die Studierenden können ihre eigenen kreativ-musischen Gestaltungskompetenzen ausprobieren und sich neue aneignen.		

	Sie können Grundsätze des wissenschaftlichen Arbeitens anwenden. Sie können ihre eigene Kreativität und die ihrer Mitstudierenden wahrnehmen und in der Gruppe reflektieren und analysieren. Sie können ihre erworbenen Qualifikationen für einen trans- und interdisziplinären Dialog nutzen.
Lehrinhalte	Das Modul repräsentiert das an der Hochschule mit dem WS 2013/14 etablierte fakultätsübergreifende Studium Generale, das Bestandteil jeden Studiengangs der Hochschule Landshut ist. Es umfasst fakultätsübergreifende Lehrangebote, die durch ihre transdisziplinäre Ausrichtung zu allgemeinwissenschaftlichen Bildungsprozessen und zur Persönlichkeitsbildung beitragen sollen.
Literatur	kann dem aktuell gültigen Modulhandbuch Studium Generale entnommen werden
Verwendbarkeit des Moduls	Die aus einem breiten fachlich-disziplinären Angebot zu wählenden Veranstaltungen bieten die Möglichkeit des interdisziplinären Austauschs und einer fächerübergreifenden Vernetzung unter den Studierenden.
Teilnahmevoraussetzungen	keine
Voraussetzung für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten / Prüfungsart	siehe semesteraktueller Studien- und Prüfungsplan mit Modulhandbuch für das Modul Studium Generale