

| | |
|----------------------------------|---|
| Modulbezeichnung | W-M-Komm 3 - Unternehmenskommunikation und interkulturelle Projektarbeit |
| Studienprofile | 50% SW-LW und SW und LW |
| Pflicht-/Wahlpflicht-/Wahlmodul | WPM |
| Modulbeauftragte/r | Siehe kommentiertes Vorlesungsverzeichnis |
| LP | 16 |
| Inhalte und Qualifikationsziele | <p>Das Modul dient der Erarbeitung von Basiskenntnissen der deutschen Medien- und Wirtschaftsgeschichte. Die Einführungsveranstaltungen geben einen Überblick über die deutsche Medienlandschaft mit Bezug auf ihre politischen, ökonomischen und gesellschaftlich-kulturellen Voraussetzungen. Das Modul vermittelt ferner Grundlagen journalistischen Arbeitens und die gängigsten Darstellungsformen, auch im Hinblick auf ihre Anwendungsbereiche und Handlungsrahmen (Printmedien, Online-Journalismus).</p> <p>Mit dem erfolgreichen Abschluss des Moduls haben die Studierenden medienwissenschaftliche Grundkategorien und -begriffe erworben. Sie sind befähigt, den Aufbau und den Entstehungskontext des deutschen Mediensystems darzustellen. Sie haben Einblicke in die Strukturen und Funktionsweise von audiovisuellen, Print- und Onlinemedien gewonnen. Sie sind in der Lage, kulturallgemeines und kulturspezifisches Wissen für die Analyse von Kommunikationsstilen und in Bezug auf praktische Aufgabenstellungen zu nutzen.</p> |
| Empf. Semester | 1.- 4. Semester |
| Frequenz des Angebots | Jedes Semester |
| Teilnahmevoraussetzung | Keine |
| Anforderungen | <p>Einführung Medien und Wirtschaft der Bundesrepublik (4 LP) Erwerb von medienwissenschaftlichen Grundkategorien und- begriffen. Analyse historischer Dokumentarfilme, Tondokumente und Texte aus der neueren deutschen Mediengeschichte in Bezug auf inhaltliche und formale Darstellungsmittel sowie deren Verortung in den Kontext der allgemeinen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklung.</p> <p>Journalistische Formen, Online-Medien und Unternehmenskommunikation (6 LP) Kennenlernen und Diskussion kulturvergleichender und interkultureller Beschreibungsansätze im Überblick; Anwendung auf die Bereiche Unternehmens- und Medienkommunikation. Auseinandersetzung mit Instrumenten der Öffentlichkeitsarbeit (etwa durch die Analyse von Internetauftritten oder von journalistischen Beiträgen in Magazinen und Broschüren). Einübung Informationsangebote zielgruppenadäquat und interkulturell kompetent aufzubereiten.</p> <p>Projektseminar (6 LP) Anwendung und strukturierte Umsetzung der erworbenen Kenntnisse für Themen aus dem Bereich der Unternehmens- und Medienkommunikation. Erstellen von Konzepten für die inhaltliche und formale Gestaltung von Medien und Formen mündlicher und schriftlicher Kommunikation in diesem Bereich. Anwendung von kulturallgemeinem und kulturspezifischem Wissen bei der Analyse von Kommunikationsstilen.</p> |
| Modulnote Studienfachnote: ja | Ermittlung aus den ungerundeten Modulteilnoten entsprechend der Anzahl der Leistungspunkte (siehe auch §19 PO Allgemeiner Teil) |

| | | | |
|----------------------|--|-----------------|--------------|
| Leistungsumfang | Einführung Medien und Wirtschaft der Bundesrepublik (4 LP) | 120 Std. | 4 LP |
| | Kontaktzeit | 30 Std. | 1 LP |
| | Vor- / Nachbereitung | 30 Std. | 1 LP |
| | Klausur | 60 Std. | 2 LP |
| | Journalistische Formen, Online-Medien und Unternehmenskommunikation | 180 Std. | 6 LP |
| | Kontaktzeit | 30 Std. | 1 LP |
| | Vor- / Nachbereitung | 30 Std. | 1 LP |
| | Präsentation | 60 Std. | 2 LP |
| | Schriftliche Arbeit | 60 Std. | 2 LP |
| | Projektseminar | 180 Std. | 6 LP |
| Kontaktzeit | 30 Std. | 1 LP | |
| Vor- / Nachbereitung | 30 Std. | 1 LP | |
| Präsentation | 120 Std. | 4 LP | |
| | Insgesamt: | 480 Std. | 16 LP |