
Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften

Modulhandbuch

Online-Redaktion

Bachelor of Arts

Stand 23.09.2026

Inhalt

Modulhandbuch Online-Redaktion, Bachelor of Arts	3
1 Studiengangbeschreibung	3
2 Absolvent:innenprofil	3
3 Handlungsfelder	4
4 Studienverlaufsplan	5
5 Module	6
5.1 Journalistische Grundlagen	6
5.2 Digitalisierung und Beruf	9
5.3 Informationsarchitektur des Webs	11
5.4 Social Media	13
5.5 Medien- und Kommunikationswissenschaft I	15
5.6 Journalistische Praxis	17
5.7 Webdesign: Grundlagen und Tools	20
5.8 Content-Management-Systeme	22
5.9 Medien- und Kommunikationswissenschaft II	24
5.10 Methoden der empirischen Sozialforschung	26
5.11 Multimediale Produktionen für das Web	29
5.12 Digitales Design und KI-Anwendungen	31
5.13 Berufsfelder und Praxisvorbereitung	33
5.14 Modelle und Methoden in Online-Redaktionen	35
5.15 Content Strategy	37
5.16 Multimediales Storytelling	39
5.17 Webprojekt	41
5.18 Sichtbarkeit für Suchmaschinen und KI	44
5.19 Medienrecht	46
5.20 Usability und Analytics: Empirische Methoden und Anwendungen	48
5.21 Praxissemester I: Redaktionsalltag	50
5.22 Praxissemester II: Redaktionsprojekt	52
5.23 Deep Dive I	54
5.24 Deep Dive II	56
5.25 Praxisreflexion und Peer Learning: Einblicke in das Berufsleben	58
5.26 Content Marketing	60
5.27 Webwissenschaft	62
5.28 Deep Dive III	64
5.29 Seminar zur Bachelorarbeit	66
5.30 Bachelorarbeit	68
5.31 Activities and Social Credits	70
6 Modulmatrix	72

Modulhandbuch | Online-Redaktion, Bachelor of Arts

1 Studiengangbeschreibung

Der Studiengang Online-Redaktion B.A. an der TH Köln zielt darauf ab, Studierende auf die vielfältigen und dynamischen beruflichen Handlungsfelder im Bereich der digitalen Medien und Kommunikation vorzubereiten. Der Fokus liegt auf der Vermittlung von Kompetenzen, die für die Konzeption, Produktion, Distribution und Evaluation von digitalen Medienangeboten erforderlich sind.

Online-Redakteur:innen finden Beschäftigung in Medienhäusern, Marketing-, Werbe- und PR-Agenturen, Unternehmen und Organisationen, die digitale Kommunikation betreiben, sowie in Start-ups. Berufliche Positionen umfassen Bezeichnungen wie Online-Redakteur:in, Social-Media-Redakteur:in, Content Manager, Content Creator, Digital Communication Expert, Online-Marketing-Spezialist:in, User Experience Designer und Multimedia-Redakteur:in.

Online-Redakteur:innen entwickeln, recherchieren, schreiben und gestalten Themen journalistisch und/oder strategisch in webspezifischen Darstellungsformen (Text, (Bewegt-)Bilder, Infografiken, Audio) auf und pflegen diese suchmaschinenoptimiert, nutzerfreundlich und rechtskonform in Content-Management-Systeme, Social-Media-Plattformen und andere Web-Services ein. Im Fokus stehen redaktionell verantwortete, digitale Medieninhalte, die sich an ein (teil-)öffentliches Publikum richten und für bestimmte Zielgruppen relevant sind.

Der Studiengang Online-Redaktion B.A. vermittelt mit dem didaktischen Ansatz des problembasierten und projektorientierten Lernens eine umfassende journalistische und online-redaktionelle Kompetenz, Kenntnisse in Design, Marketing und Web-Technik sowie ein tiefergehendes Verständnis für die Funktionen und Strukturen öffentlicher, medialer Kommunikation sowie digitaler Transformationsprozesse. Der Studiengang ist anwendungsorientiert ausgerichtet und erweitert die medien- und kommunikationswissenschaftlichen Grundlagen um Inhalte der Informatik, des Designs und des Marketings, um die Studierenden mit einem klaren Fokus auf digitale Medien für die Arbeit in Online-Redaktionen und anderen digitalen Kommunikationsberufen zu qualifizieren. Ein vertiefendes, interdisziplinäres Wahlpflichtangebot ermöglicht den Studierenden eigene Schwerpunkte zu setzen und ihre individuellen Fähigkeiten auszubauen.

Die Absolvent:innen sind darauf vorbereitet, sich in einem dynamischen Berufsfeld stetig weiterzuentwickeln, neue Kommunikationsaufgaben eigenständig, reflektiert und konstruktiv zu lösen und sich an die fortlaufenden Veränderungen im Bereich der digitalen Medien anzupassen. Sie verfügen über kritisches Denken und analytische Fähigkeiten, um digitale Innovationen zu managen und anzustoßen.

Der Studiengang Online-Redaktion startet jährlich im Sommersemester und schließt in einer Regelstudienzeit von sieben Semestern (210 ECTS) mit dem Bachelor of Arts ab. Die Absolvent:innen sind qualifiziert, das am Institut für Informationswissenschaft angebotene, konsekutive Masterprogramm Markt- und Medienforschung M.Sc. anzuschließen.

2 Absolvent:innenprofil

Der Studiengang Online-Redaktion B.A. an der TH Köln zielt darauf ab, Studierende auf die vielfältigen beruflichen Handlungsfelder im Bereich der digitalen Medien und Kommunikation vorzubereiten. Der Fokus liegt auf der Vermittlung von Kompetenzen, die für die Kreation, Konzeption, Produktion, Distribution und Evaluation von digitalen Medienangeboten sowie ihrer Weiterentwicklung erforderlich sind. Die Studieninhalte zählen auf vier zentrale Kompetenzfelder ein: Content Creation, Strategie und Konzeption, Theorie und Methode, sowie der individuellen Profilbildung der Studierenden. Die Kompetenzfelder sind in *Abbildung 1* visualisiert und finden sich

im Studienverlaufsplan (s. *Abbildung 2*) wieder, der das Curriculum für die Studierenden nachvollziehbar strukturiert.

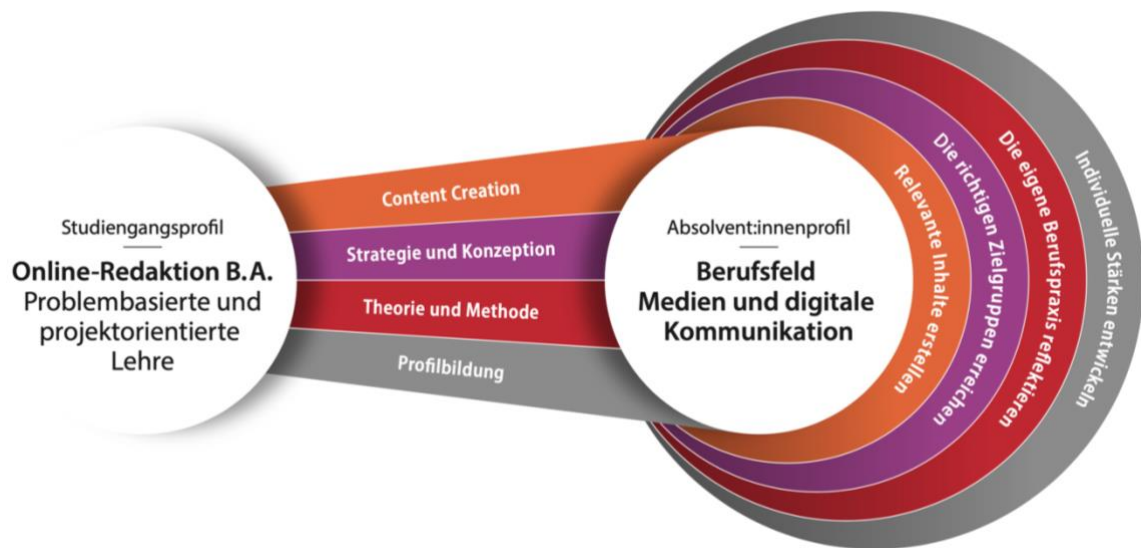


Abbildung 1: Kompetenzfelder der Absolvent:innen

3 Handlungsfelder

Zu den gesellschaftlichen Bedarfen und beruflichen Handlungsfeldern, für die der Studiengang Online-Redaktion B.A. qualifiziert, gehören:

1. Journalismus und redaktionelle Arbeit: Grundlagen und fortgeschrittene Techniken des journalistischen Schreibens, Recherchierens und Editierens speziell für Online-Medien.
2. Content Strategy, Content Marketing und Search Engine Optimization (SEO): Strategische Planung und Konzeption von Content, um die richtigen Zielgruppen zu erreichen.
3. Digitale Medienproduktion und -management: Ausbildung in der Erstellung und Verwaltung von Inhalten für Websites, Blogs, soziale Medien und andere Online-Plattformen.
4. User Experience (UX) und User Interface (UI) Design: Fähigkeiten in der Gestaltung nutzerzentrierter Webseiten und Anwendungen.
5. Social-Media-Redaktion: Planung, Kreation, Umsetzung und Analyse von Social-Media-Strategien und Inhalten sowie Community Management.
6. Multimediales Storytelling: Entwicklung von Kompetenzen in der digitalen Umsetzung von Geschichten mit verschiedenen Medienformaten wie Text, Bild, Video und Audio.
7. Projektmanagement und Teamarbeit: Management von Projekten, einschließlich der Planung, Durchführung und Bewertung von digitalen Medienprojekten.
8. Evaluation, Reflexion und Einordnung: Erhebung von digitalen Bedarfen, Bewertung von Medienprodukten und Kommunikationsmaßnahmen sowie Entwicklung von Innovationen in der digitalen Gesellschaft.

Die Zuordnung der Module und Lehrveranstaltungen zu den Handlungsfeldern ist in der Modulmatrix dokumentiert (s. Anlage *Modulmatrix*).

Der Studiengang bereitet Absolvent:innen somit auf eine breite Anzahl von Karrierewegen vor, darunter Positionen in Online- und Multimedia-Redaktionen, Content Management, Social Media Management, digitaler Public Relations und Kommunikation, User Experience Design sowie in der strategischen und operativen Entwicklung digitaler Inhalte für Unternehmen und Organisationen. Durch die Vermittlung von praktischen Fähigkeiten und theoretischem Wissen werden die Studierenden befähigt, den sich ständig wandelnden Anforderungen des digitalen Medienmarktes zu begegnen und innovative Lösungen für die digitale Kommunikation und Informationsvermittlung zu entwickeln.

4 Studienverlaufsplan

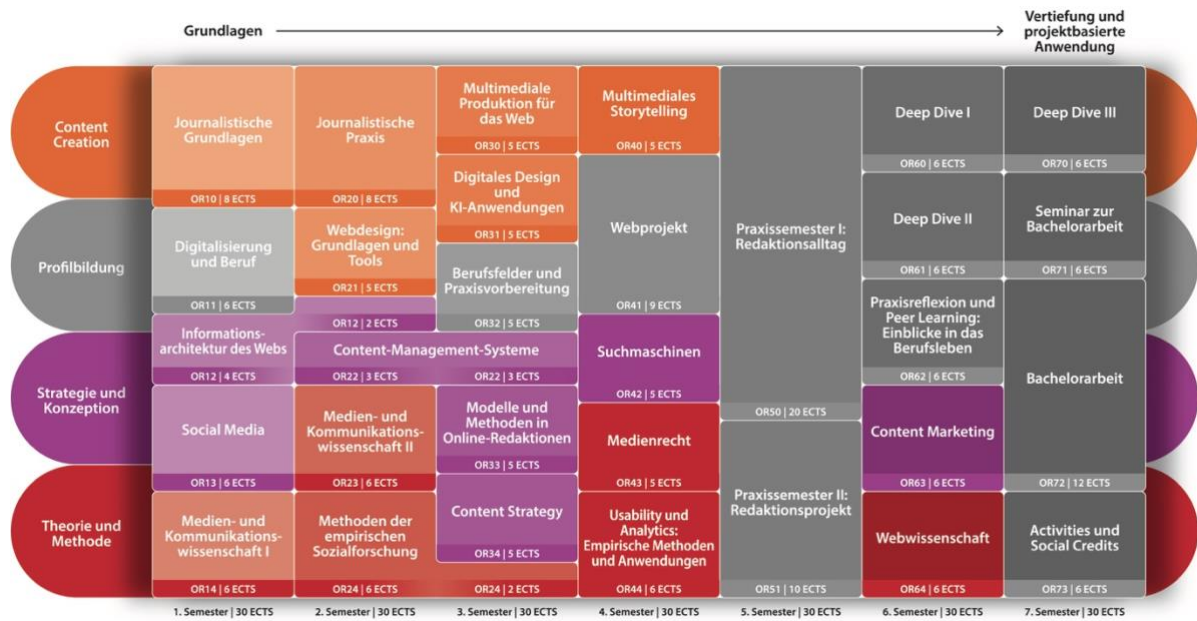


Abbildung 2: Studienverlaufsplan Online-Redaktion B.A.

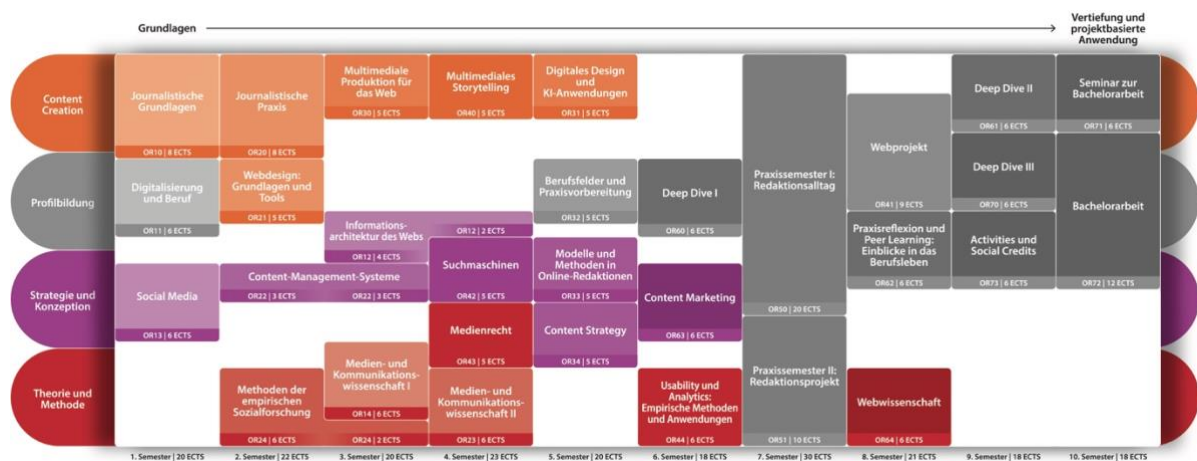


Abbildung 3: Alternativer Studienverlaufsplan Online-Redaktion B.A.

5.1 Journalistische Grundlagen

Modulnummer:	OR10
Modulbezeichnung:	Journalistische Grundlagen
Art des Moduls:	Pflichtmodul (unbenotet)
ECTS credits:	9
Sprache:	OR10.1: Deutsch OR10.2: Deutsch OR10.3: Deutsch OR10.4: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	1.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Petra Werner
Dozierende:	Prof. Dr. Petra Werner
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden kennen die journalistischen Grundlagen online-redaktionellen Handelns, dazu zählen die gängigen textbasierten Darstellungsformen, die wesentlichen Techniken und Instrumente der Recherche sowie die Prinzipien verständlichen Schreibens, und sie können diese bei der Recherche und beim Verfassen eigener und Redigieren fremder Texte anwenden, (WOMIT) indem sie nachrichtliche von erzählenden und meinungsbildenden Formen unterscheiden lernen und erkennen, inwieweit journalistische Texte Qualitätsanforderungen des Genres erfüllen, sowie indem sie Themen definieren, Recherchefragen formulieren sowie die Relevanz unterschiedlicher Typen von Quellen für die Recherche einschätzen und die Qualität von Quellen bewerten können, (WOZU) um als Online-Redakteur*in verständliche und zielgruppengerechte Texte formulieren zu können, entscheiden zu können, welche Darstellungsform für welchen thematischen Kontext und welchen Vermittlungszweck geeignet ist und wie sie auf Basis systematischer Recherche Themen für die öffentliche Kommunikation bereitstellen und so Vertrauen in Leistungen des Journalismus schaffen können.
Modulinhalte:	<i>Einführung in die journ. Darstellungsformen - OR10.1</i> • Überblick über die gängigen textbasierten Darstellungsformen, Ressort-Kontext und Vermittlungszweck • Genre-Geschichte und Qualitätsanforderungen von Nachricht, Bericht, Feature, Reportage und Kommentar • Text-Kritik und -Diskussion <i>Grundlagen journ. Recherche-Techniken - OR10.2</i>

- Grundlagen von Recherche-Techniken wie Beobachtung und Interviewführung
- Recherche-Strategien
- Recherche-Instrumente wie Rechercheplan und Recherchedokumentation
- Quellen-Typen und -Bewertung
- Data Literacy
- Einsatz digitaler Tools in der Recherche

Recherchieren in der journ. Praxis - OR10.3

- Einüben von Wahrnehmung und Vermittlung in einer Beobachtungsübung
- Interviewtraining (Konzeption von Interviews, Formulieren von Fragen, Vorbereiten von Interview-Settings etc.)
- Kritische Bewertung von Interviews
- Aufstellen eines Rechercheplans

Redigieren - OR10.4

- Einführung in das Hamburger Verständlichkeitsmodell nach Schulz von Thun u.a.
- Übungen in den Dimensionen Einfachheit, Gliederung, Kürze/Prägnanz und zusätzliche Leseanreize
- Verfassen zielgruppengerechter Texte
- Einsatz digitaler Tools in der Textproduktion

Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung (OR10.1) Vorlesung (OR10.2) Übung (OR10.3) Übung (OR10.4)
Prüfungsform/en:	Lernportfolio oder Testat
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit):	270h
Präsenzzeit:	6 SWS / 90 h
Selbststudium:	180h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	• Kaiser, M. (2015). <i>Recherchieren: klassisch – online – crossmedial</i>. Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-08721-0 • Köhler, T. (2020). <i>Fake-News, Framing, Fact-Checking: Nachrichten im digitalen Zeitalter: ein Handbuch</i>. transcript. https://doi.org/10.14361/9783839450253 • Langer, I., Schulz von Thun, F., & Tausch, R. (2011). <i>Sich verständlich ausdrücken</i> (9., neu gestaltete Aufl.). Reinhardt. • Liesem, K. (2015). <i>Professionelles Schreiben für den Journalismus</i>. Springer Fachmedien. https://doi.org/10.1007/978-3-531-19008-2 • Loosen, W. & Solbach, P. (2020). Künstliche Intelligenz im Journalismus?: Was bedeutet Automatisierung für journalistisches Arbeiten?. In T. Köhler (Hg.). <i>Fake News, Framing, Fact-Checking: Nachrichten im digitalen Zeitalter: Ein Handbuch</i> (S. 177-204). transcript Verlag. https://doi.org/10.1515/9783839450253-010 • Neuberger, C., & Kapern, P. (2013). <i>Grundlagen des Journalismus</i>. Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-531-94191-2 • Nölleke, D. (2013). <i>Experten im Journalismus</i>. https://doi.org/10.5771/9783845245317 • Welcherling, P. (2020). <i>Journalistische Praxis: Digitale Recherche: Verifikation und Fact Checking</i>. Springer VS.

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-30977-0>

- Winterlin, F. (2019). *Quelle: Internet: journalistisches Vertrauen bei der Recherche in sozialen Medien* (1. Auflage). Nomos.
<https://doi.org/10.5771/9783845295121>
- Wolff, V., Schultz, T., & Kieslich, S. (2021). *Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus: Schreiben für Print- und Online* (3., vollständig überarbeitete Auflage). Herbert von Halem Verlag.

Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	Die Vorlesung "Einführung in die journalistischen Darstellungsformen" steht auch Studierenden der anderen Bachelor-Studiengänge am Institut für Informationswissenschaft offen, die dafür 3 CP erlangen können.
Letzte Aktualisierung:	03.05.2024

5.2 Digitalisierung und Beruf

Modulnummer:	OR11
Modulbezeichnung:	Digitalisierung und Beruf
Art des Moduls:	Pflichtmodul (unbenotet)
ECTS credits:	5
Sprache:	OR11.1: Deutsch OR11.2: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	1.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Petra Werner
Dozierende:	Prof. Dr. Petra Werner u.a., Miriam Schmitz
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden begreifen die professionellen Handlungsfelder der Absolvent*innen; sie kennen die verschiedenen Einsatzfelder und berufspraktischen Tätigkeiten von Online-Redakteur*innen und verstehen die wichtigsten Grundsätze des Webs sowie dessen Bedeutung als Kommunikations- und Interaktionsraum, (WOMIT) indem sie eine Berufsfelderkundung in der Praxis (bei Absolvent*innen des Studiengangs Online-Redaktion) durchführen und ihre gewonnenen Erkenntnisse dokumentieren und reflektieren; außerdem lernen sie die Perspektiven unterschiedlicher Interessengruppen im Web kennen und analysieren deren Motive, (WOZU) um einen Überblick über ihre zukünftigen Arbeitsfelder und deren strategische Fragestellungen, ihre Einstiegs- und Entwicklungschancen sowie die Besonderheiten des Berufs zu gewinnen und die Entwicklung persönlicher Kompetenzen im Studienverlauf darauf aufzubauen.
Modulinhalte:	<i>Berufsfelderkundung - OR11.1</i> • Berufsfelder von Online-Redakteur*innen (Online-Journalismus, Social Media, Online-Redaktion, Online-PR, Agenturen etc.) • Spezifika einzelner online-redaktioneller Berufsfelder • Tätigkeitsbereiche, Handlungsfelder und Perspektiven der online-redaktionellen Berufsfelder <i>Grundlagen der Digitalisierung - OR11.2</i> • Was ist "die Digitalisierung"? • Akteure im Web – Big Player der Plattformökonomie, Geschäftsmodelle und Regulierungsversuche • Politik und Internet (lokal - national - international)
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht (OR11.1) Seminar (OR11.2)

Prüfungsform/en:	Lernportfolio
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	150h
Präsenzzeit:	3 SWS / 45h
Selbststudium:	105h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	29.08.2024

5.3 Informationsarchitektur des Webs

Modulnummer:	OR12
Modulbezeichnung:	Informationsarchitektur des Webs
Art des Moduls:	Pflichtmodul (unbenotet)
ECTS credits:	6
Sprache:	OR12.1: Deutsch OR12.2: Deutsch OR12.3: Deutsch
Dauer des Moduls:	2 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	1. und 2.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer, Alexander Niehaus, Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden sind in der Lage zu erläutern, welche Input- und Output-Prozesse bei der Bereitstellung von Daten, Medien und Dienstleistungen über die technologische Plattform des World Wide Webs relevant sind, und welche Standards und Qualitätskriterien dafür gelten. (WOMIT) Die Studierenden erlernen die Grundprinzipien von Webnavigationen. Sie kennen die Hauptfaktoren der Web-Konzeption und verstehen den strukturellen Aufbau von Websites und Apps. Sie verstehen diese als Kommunikationsmedien. Die Studierenden können sich in Zielgruppen hineinversetzen, um in ihrer Online-Redaktion zu einer erfolgreichen Web-Konzeption des redaktionellen Contents beitragen zu können. (WOZU) Die Studierenden verstehen die wesentlichen Komponenten der "Web Plattform" aus heterogenen, offenen Technologien, die für die Kommunikation im World Wide Web konstitutiv sind. Sie können die daran beteiligten Standards bei der Konzeption und Verwendung webbasierter Informationssysteme zielgerichtet und sachgerecht einsetzen. Sie kennen technische Komponenten des Front- und Backends von Websites, von Content-Management-Systemen und weiteren webbasierten Diensten. Sie verstehen Qualitätskriterien für die Optimierung von Informationsangeboten hinsichtlich ihrer Zugänglichkeit für Mensch und Maschine.
Modulinhalte:	<i>Web-Konzeption - OR12.1</i> • Grundlagen der nutzerzentrierten Web-Konzeption • Grundlagen und Methoden der Webnavigation und Informationsarchitektur • Navigationselemente und -typen • Qualitätsmerkmale von Websites und Apps <i>Web-Standards I - OR12.2</i>

- Infrastruktur des World Wide Webs: http, DNS, Hosting, Clients- und Server, Dateisysteme, Datenaustauschformate, Standardisierung
- Technische Grundlagen multimedialer Hypertexte
- Medientechnikgeschichte des WWW
- produktive Benutzung von Client, Server und Entwicklungsumgebung
- Syntax und Semantik der Sprache HTML zur Dokumentenstrukturierung
- Zugänglichkeit für Mensch und Maschine
- Syntax und Funktion der Präsentationssprache CSS
- Gestaltungsmöglichkeiten für Texte, Bilder und die Raumaufteilung

Web-Standards II - OR12.3

- Syntax und Funktion der Präsentationssprache CSS
- Entwicklung von Lösungsansätzen für Desingprobleme und Interaktionsideen in CSS
- Projektorganisation und Qualitätstests
- Analyse und Revision von Code mittels "Web Developer Tools" des Web-Browsers
- Responsive Web Design mit CSS

Lehr- und Lernmethoden:	Laborpraktikum (OR12.1) Vorlesung & Übung (OR12.2) Übung (OR12.3)
Prüfungsform/en:	Lernportfolio und Klausur
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	6 SWS / 90h
Selbststudium:	90h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	• Ackermann, P. 2023: Fullstack-Entwicklung. Das Handbuch für Webentwickler. 2nd ed. Bonn: Rheinwerk Verlag. • Erlhofer, S., & Brenner, D. 2019: Website-Konzeption und Relaunch. Bonn: Rheinwerk. • Jacobsen, J. 2017: Website-Konzeption (8. Auflage). Frechen: dpunkt Verlag. • Niederst Robbins, J. 2018: Learning web design: a beginner's guide to HTML, CSS, JavaScript, and web graphics. Fifth edition. Beijing, Boston, Farnham, Sebastopol, Tokyo: O'Reilly • Rohles, B. 2017: Grundkurs gutes Webdesign, 2. Auflage. Bonn: Rheinwerk Verlag. • Wolf, J. 2023: HTML und CSS. Das umfassende Handbuch. 5th ed. Bonn: Rheinwerk Verlag. • Dokumentation des Mozilla Developer Network • Recommendations des W3C
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	29.08.2024

5.4 Social Media

Modulnummer:	OR13
Modulbezeichnung:	Social Media
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	OR13.1: Deutsch OR13.2: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	1.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Dozierende:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz, externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	(WAS) Sie kennen die medienspezifischen Eigenschaften und Formen von Social-Media-Kommunikation, Nutzungszahlen- und motive, die gängigen Plattformen, Einsatzbereiche und damit verbundene Ziele sowie aktuelle Entwicklungen. (WOMIT) indem sie Social-Media-Angebote analysieren und ihre Konzeption zielgerichtet und unter bestimmten Rahmenbedingungen einüben sowie die Techniken und Strategien einer professionellen Social-Media-Redaktion anwenden, (WOZU) um Social-Media-Strategien im Kontext der Organisationsziele entwickeln zu können, Social-Media-Angebote zu produzieren, zu veröffentlichen, zu moderieren und zu evaluieren.
Modulinhalte:	<i>Einführung in Social Media - OR13.1</i> • Einführung in die Social-Media-Kommunikation • Definition, Abgrenzung und Entwicklung von Social Media • Aktuelle Nutzungszahlen und Motive • Medienspezifische Eigenschaften der Social-Media-Kommunikation • Formen und Plattformen • Ziele und Anwendungsgebiete von Social Media • Social-Media-Marketing • Social-Media Redaktionsplanung und -management • Community Management und Krisenkommunikation, Umgang mit Hate Speech • Social-Media-Monitoring und Controlling • Influencer Marketing • Aktuelle Trends und Entwicklungen <i>Social Media in der redaktionellen Praxis - OR13.2</i> Im Laborpraktikum erarbeiten die Studierenden anhand aktueller Fallbeispiele aus der beruflichen Praxis die typischen Aufgaben einer Social-Media-Redaktion

	• Situations-, Wettbewerbs- und Benchmarkanalyse • Social-Media-Strategie und Konzeption • Redaktionsplanerstellung • Social Media Marketing und Kampagnenplanung • Social Media Analytics und Data Driven Content Creation • Kritische Reflexion
Lehr- und Lernmethoden:	Seminar (OR13.1) Laborpraktikum (OR13.2)
Prüfungsform/en:	Lernportfolio
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	Decker, Alexander 2019: Der Social-Media-Zyklus. Schritt für Schritt zum systematischen Social-Media-Management im Unternehmen. Wiesbaden: Springer. Koch, Wolfgang 2023: Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2023 Soziale Medien werden 30 Minuten am Tag genutzt – Instagram ist die Plattform Nummer eins. In: Media Perspektiven 26/2023, 1-8 Schmidt, Jan-Hindrik; Taddicken, Monika (Hrsg.) 2022: Handbuch Soziale Medien. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	02.05.2024

5.5 Medien- und Kommunikationswissenschaft I

Modulnummer:	OR14
Modulbezeichnung:	Medien- und Kommunikationswissenschaft I
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	6
Sprache:	OR14.1: Deutsch OR14.2: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	1.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Lars Rinsdorf
Dozierende:	Prof. Dr. Lars Rinsdorf, Prof. Dr. Inka Tappenbeck
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden erwerben kommunikationswissenschaftliches und informationsethisches Grundwissen zu theoretischen Ansätzen und empirischen Befunden zu Forschungsfeldern, die für ihre künftige Tätigkeit als Online-Redakteur*in relevant sind, und zu grundlegenden Fragen der Ethik im Kontext digitaler Kommunikation, (WOMIT) indem sie sich in die Grundzüge theoretischer Modelle aus der Kommunikationswissenschaft zu diesen Forschungsfeldern einarbeiten und sie dazu nutzen, aktuelle Probleme aus diesen Feldern wissenschaftlich zu strukturieren, und anhand von Praxisbeispielen die ethischen Handlungsfelder mit ihren Akteuren ins Blickfeld nehmen, (WOZU) um als Online-Redakteur*in ihren eigenen Beitrag als Medienschaffende zu öffentlichen Diskursen ebenso einordnen und reflektieren zu können wie die Rolle der (Medien-) Organisationen, für die sie tätig sind, und die Bedeutung der User*innen in der öffentlichen Kommunikation.
Modulinhalte:	<i>Kommunikationswissenschaftliche Theorien - OR14.1</i> • Digitalisierte Öffentlichkeiten • Mediatisierung • Systeme und Organisationen • Themenkarrieren • Framing und Narration • Medienwirkungsmodelle • Politische Kommunikation • Unterhaltungserleben • Mediennutzung • Soziale Netzwerktheorie <i>Informationsethik - OR14.2</i> • Definitionen und Konzepte • Grundlagen der Ethik: Universalismus / Partikularismus

	• Angewandte Ethik: Individualethik / Institutionenethik / Nutzerethik • Informationsethik: Geschichte und Konzepte / Funktionen und Zielsetzungen • Informationsethik: Informationsfreiheit / Meinungsfreiheit / Zensur / Informationsgerechtigkeit / Digitale Spaltung • Informationsethik: Privatheit vs. Überwachung: Privatsphäre / Datenschutz / informationelle Selbstbestimmung / Informationsökologie / Urheberrecht und geistiges Eigentum
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung (OR14.1) Vorlesung (OR14.2)
Prüfungsform/en:	Klausur
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180 h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120 h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	30.04.2024

5.6 Journalistische Praxis

Modulnummer:	OR20
Modulbezeichnung:	Journalistische Praxis
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	8
Sprache:	OR20.1: Deutsch OR20.2: Deutsch OR20.3: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	2.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Petra Werner
Dozierende:	Prof. Dr. Petra Werner
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden kennen die Prinzipien der Nachrichtenauswahl in Redaktionen und können sie unter Berücksichtigung wissenschaftlich fundierter Qualitätskriterien auf aktuelle Nachrichtenlagen anwenden, sie trainieren die Anwendung der wesentlichen Techniken und Instrumente des journalistischen Recherchierens in eigenen Recherchen und beim Verfassen eigener, komplexer Texte, (WOMIT) indem sie ein individuelles Thema definieren und hierzu eine praktische Recherche durchführen (von der Formulierung von Recherchefragen bis zur Dokumentation der Recherche mit dem Ziel eines redaktionellen Wissensmanagements) und auf Basis der Ergebnisse einen journalistischen Text konzipieren, umsetzen und finalisieren, (WOZU) um in unterschiedlichen Ressort-Kontexten professionell als Autor*in und Redakteur*in agieren zu können und um als Online-Redakteur*in bspw. im Newsroom nachvollziehbare, begründete und praxiskonforme Nachrichtenauswahlentscheidungen zu treffen und so journalistische Qualität zu sichern.
Modulinhalte:	<i>Nachrichtenauswahl und Nachrichtenqualität - OR20.1</i> • Überblick über die Entwicklung und den aktuellen Stand der Nachrichtenwertforschung • Analyse von Nachrichtenlagen anhand von Nachrichtenfaktoren • Überblick über die Entwicklung und den aktuellen Stand der Forschung zu Qualität im Journalismus <i>Praxis des journ. Recherchierens - OR20.2</i> • Auswahl individueller Recherchethemen • Konzeption von Rechercheplan und Befragungsplan • Praktische Durchführung der Recherche • Dokumentation und Präsentation der Recherche-Ergebnisse

Praxis des journalistischen Schreibens - OR20.3

- Übungen zu unterschiedlichen Teaser-Formen (Abstract, Anreißer, Ankündigung) und nachrichtlichen Formen wie dem Bericht
- Übungen zu Konzeption und Umsetzung von Kommentaren
- Übungen zu Konzeption und Umsetzung von Features

Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung (OR20.1) Projektarbeit (OR20.2) Übung (OR20.3)
Prüfungsform/en:	Lernportfolio oder Testat
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	240h
Präsenzzeit:	6 SWS / 90h
Selbststudium:	150h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	• Arnold, K. (2016). Qualität des Journalismus. In: Löffelholz, M., Rothenberger, L. (Hg.). <i>Handbuch Journalismustheorien</i>. Springer VS. S. 551–563. https://doi.org/10.1007/978-3-531-18966-6_34 • Fretwurst, B. (2008): <i>Nachrichten im Interesse der Zuschauer. Eine konzeptionelle und empirische Neubestimmung der Nachrichtenwerttheorie</i>. UVK. • Kaiser, M. (2015). <i>Recherchieren: klassisch – online – crossmedial</i>. Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-08721-0 • Köhler, T. (2020; Hg.). <i>Fake-News, Framing, Fact-Checking: Nachrichten im digitalen Zeitalter: ein Handbuch</i>. transcript. https://doi.org/10.14361/9783839450253 • Langer, I., Schulz von Thun, F., & Tausch, R. (2011). <i>Sich verständlich ausdrücken</i> (9., neu gestaltete Aufl.). Reinhardt. • Liesem, K. (2015). <i>Professionelles Schreiben für den Journalismus</i>. Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-531-19008-2 • Neuberger, C., & Kapern, P. (2013). <i>Grundlagen des Journalismus</i>. Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-531-94191-2 • Nölleke, D. (2013). <i>Experten im Journalismus</i>. https://doi.org/10.5771/9783845245317 • Welcherling, P. (2020). <i>Journalistische Praxis: Digitale Recherche: Verifikation und Fact Checking</i>. Springer VS. https://doi.org/10.1007/978-3-658-30977-0 • Winterlin, F. (2019). <i>Quelle: Internet: journalistisches Vertrauen bei der Recherche in sozialen Medien</i> (1. Auflage). Nomos. https://doi.org/10.5771/9783845295121 • Wolff, V., Schultz, T., & Kieslich, S. (2021). <i>Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus: Schreiben für Print- und Online</i> (3., vollständig überarbeitete Auflage). Herbert von Halem Verlag.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein

Letzte Aktualisierung:	03.05.2024
------------------------	------------

5.7 Webdesign: Grundlagen und Tools

Modulnummer:	OR21
Modulbezeichnung:	Webdesign: Grundlagen und Tools
Art des Moduls:	Pflichtmodul (unbenotet)
ECTS credits:	5
Sprache:	OR21.1: Deutsch OR21.2: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	2.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden entwickeln Verständnis für die Funktion von Design in der Medienkommunikation. Sie können Basiswissen über Webdesign sicher anwenden und auf eigene Design-Entwürfe übertragen, (WOMIT) indem sie mit Hilfe von Grafikprogrammen Wireframes, Mockups, Logos und andere digitale Produkte entwerfen, die Gestaltung medialer Angebote anhand von fachlichen Kriterien bewerten und unter Zuhilfenahme von Basiswissen zur Gestaltung von Kommunikationsmitteln typische Gestaltungsaufgaben planen und ausführen, (WOZU) um im späteren Berufsalltag mediengerecht und zielgerichtet Kommunikationsprozesse zu konzipieren und Informationen bestmöglich zu präsentieren und zu vermitteln. Hinzu kommt, dass Absolventinnen und Absolventen gestalterische Aufgaben selbst übernehmen oder in Form von Schnittstellenkompetenz fachlich fundiert und zielführend bewerten, planen und steuern können.
Modulinhalte:	<i>Gestaltungsgrundlagen - OR21.1</i> • Typografie, Farbenlehre und (Flächen-)Gestaltung • Gesetzmäßigkeiten im Kommunikationsdesign • Beschreibung und Analyse von Gestaltung/Design <i>Tools des Webdesigns - OR21.2</i> • Einführung in Webdesign-Tools • Erweiterte Funktionen in einschlägiger Software zur Bild- und Grafikbearbeitung • Entwürfe aus Skizzen umsetzen • Prototyping, Wireframes, Styleguides und Responsive Design • Gestaltung von Social-Media-Formaten
Lehr- und Lernmethoden:	Laborpraktikum (OR21.1) Laborpraktikum (OR21.2)

Prüfungsform/en:	Testat oder Lernportfolio
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	150h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	90h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	• Brandes, Uta (2017): Gender Design: Streifzüge zwischen Theorie und Empirie (Board of International Research in Design). Basel. • Hahn, Martin (2024): Webdesign: Das Handbuch zur Webgestaltung. 4. Aufl. Bonn. • Rohles, Björn / Wolf, Jürgen (2023): Grundkurs Gutes Webdesign (2023). 3. Aufl. Bonn.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	30.04.2024

5.8 Content-Management-Systeme

Modulnummer:	OR22
Modulbezeichnung:	Content-Management-Systeme
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	6
Sprache:	OR22.1: Deutsch OR22.2: Deutsch
Dauer des Moduls:	2 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	2. und 3.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer, Miriam Schmitz
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden verstehen die Funktionsweisen sowie technischen Anforderungen von (Web)-Content-Management-Systemen, wenden sie für typische Fälle praktisch an und überschauen branchenübliche Finanzierungsstrategien, (WOMIT) indem sie in praktischen Einzel- und Gruppenübungen verschiedene Varianten von CMS und deren Möglichkeiten und Grenzen für unterschiedliche Zwecke in der Praxis bewerten, ein Website-Konzept für ein selbstgewähltes Thema erstellen und dieses in einem Open-Source-CMS entlang von Vorlagen, Tutorials und mittels eigenständiger Recherche umsetzen, (WOZU) so dass sie im späteren Berufsalltag die Lösungsstrategien auf fremde Systeme übertragen sowie den Einsatz neuer Systeme für individuelle Zwecke evaluieren können, um aus professioneller Sicht fundierte Entscheidungen zu treffen.
Modulinhalte:	<i>Grundlagen des Content Managements - OR22.1</i> • Anwendungsgebiete, Vor- und Nachteile von CMS • Erscheinungsformen von kleinen Abo-Modellen (Software as a Service) bis hin zu proprietären Redaktionssystemen, die alle Workflow-Stufen einer professionellen Redaktion abbilden • Finanzierungsmodelle und Monetarisierungsstrategien für proprietäre und Open-Source-CMS; Bewertung aus Sicht unterschiedlicher Zielgruppen • Technische Standard-Voraussetzungen; Komponenten von LAMP-Umgebungen und Webhosting-Plattformen • Kernprinzipien von CMS: Trennung von Design und Content, Web-based Applications, Versionierung, Benutzerverwaltung, Modularität • Redaktionelle Aufgaben wie Content-Erstellung, Anwendung von Design- und Layout-Vorlagen, etc. in unterschiedlichen CMS erledigen <i>Content-Management-Systeme in der Praxis - OR22.2</i>

	• Entwicklung eines nutzerzentrierten Website-Konzepts inklusive Evaluation & Feedback im Peer-Verfahren • Installation und Konfiguration eines branchenüblichen Open-Source-CMS in eigenen Web-Hosting-Paketen • Umsetzung aller im Konzept erarbeiteten Ziele innerhalb der Website, inklusive Informationsarchitektur, Content, Design; eigenständige Recherche, Installation und Anpassung von Templates und Themes; individuelle Anpassungen auf Quellcode-Ebene • Evaluation des CMS sowie der vorliegenden Ergebnisse • Annäherung ans Thema Mobile Apps, gruppenweise Erarbeitung von Fragestellungen sowie Präsentation • Abschließende Reflexion der Modulinhalte im Berufskontext
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht (OR22.1) Übung (OR22.2)
Prüfungsform/en:	Lernportfolio
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	20.10.2024

5.9 Medien- und Kommunikationswissenschaft II

Modulnummer:	OR23
Modulbezeichnung:	Medien- und Kommunikationswissenschaft II
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	6
Sprache:	OR23.1: Deutsch OR23.2: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	2.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Petra Werner
Dozierende:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz, Prof. Dr. Konrad Scherfer, Prof. Dr. Lars Rinsdorf, Prof. Dr. Petra Werner, Prof. Dr. Christine Horz-Ishak
Learning Outcome:	<i>Strukturen und Funktionen der Massenmedien - OR23.1</i> (WAS) Die Studierenden kennen die Strukturen und Funktionen des Mediensystems in Deutschland und verstehen die Beziehungen zwischen Medienakteuren, Medienorganisationen, Mediennutzern und anderen gesellschaftlichen Teilsystemen, (WOMIT) indem sie die gesetzlichen Rahmenbedingungen sowie relevante Kennzahlen des Medienmarkts (z.B. Reichweiten, Anzahl der publizistischen Einheiten, Marktanteile) analysieren, (WOZU) um ihr berufliches Handeln als Online-Redakteur*in im Kontext des Medienmarkts reflektieren und die Entwicklung von Medienkonzentration bzw. publizistischer Vielfalt beurteilen zu können. <i>Wissenschaftliches Arbeiten - OR23.2</i> (WAS) Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen wissenschaftlichen Handelns, wissenschaftliche Qualitätskriterien und Vorgehensweisen; (WOMIT) sie sind in der Lage, eine Forschungsfrage zu formulieren, eine wissenschaftliche Arbeit zu strukturieren und zu gliedern, sowie wissenschaftlich mit Quellen zu arbeiten, (WOZU) um wissenschaftliche Haus- und Abschlussarbeiten anfertigen zu können sowie das eigene Vorgehen stets kritisch zu reflektieren.
Modulinhalte:	<i>Strukturen und Funktionen der Massenmedien - OR23.1</i> • Entwicklung und Bedeutung des Werbemarkts für die Medienproduktion • Entwicklung und aktueller Stand der Mediennutzung • Printmarkt: Entwicklung, zentrale Kennzahlen des Zeitungs- und Zeitschriftenmarkts, Beteiligungsverhältnisse, Aufgaben des Presserats etc. • Rundfunk: Grundlagen der dualen Rundfunkordnung, Kennzahlen des öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunks, Finanzierung des

öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Beteiligungsverhältnisse,
Medienaufsicht

- Online-Medienmärkte: Strukturen, Akteure und Regulierungsansätze

Wissenschaftliches Arbeiten - OR23.2

- Was ist Wissenschaft?
- Wissenschaftliche Qualitätskriterien / Warum wissenschaftliches Arbeiten wichtig ist
- Wissenschaftliche Vorgehensweise / Forschungsprozess
- Anforderungen an eine Gliederung
- Was ist eine wissenschaftliche Fragestellung?
- Wissenschaftliche Literatur und Umgang mit Quellen / Rechercheprinzipien
- Literaturverzeichnis: Monographien, Herausgeberbände, Mehrverfasserschriften, Aufsätze in Zeitschriften und Sammelbänden, Web-Quellen, graue Literatur
- Zitate und Zitierweisen: Kennzeichnungsformen, Zitate im eigenen Text

Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung (OR23.1) Vorlesung (OR23.2)
Prüfungsform/en:	Hausarbeit oder Klausur
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	22.04.2024

5.10 Methoden der empirischen Sozialforschung

Modulnummer:	OR24
Modulbezeichnung:	Methoden der empirischen Sozialforschung
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	8
Sprache:	OR24.1: Deutsch OR24.2: Deutsch OR24.3: Deutsch OR24.4: Deutsch
Dauer des Moduls:	2 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	2./3.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Lars Rinsdorf
Dozierende:	Prof. Dr. Lars Rinsdorf, Prof. Dr. Simone Fühles-Ubach
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden kennen den Ablauf von Forschungsprozessen und die grundlegenden Methoden der empirischen Sozialforschung, verstehen deren spezifische Anwendungsmöglichkeiten und Einsatzfelder und können selbständig den angemessenen Methoden-Mix für eine empirische Fragestellung auswählen, mit den geeigneten statistischen Auswertungsverfahren analysieren und im redaktionellen Kontext auf Fragen aus der Berufspraxis anwenden, (WOMIT) indem sie anhand ausgewählter Literatur die Unterschiede zwischen qualitativen und quantitativen Erhebungsverfahren (v.a. Befragung, Inhaltsanalyse, Experiment und Beobachtung) analysieren sowie die Restriktionen der Anwendung der unterschiedlichen Methoden reflektieren, empirisch Projektarbeiten beispielhaft konzipieren und umsetzen, sowie Primär- und Sekundärdaten strukturieren und analysieren. (WOZU) Die Studierenden sind in der Lage, in ihrem jeweiligen beruflichen Kontext den Einsatz empirischer Methoden, bspw. in der Marktforschung, beurteilen sowie Ergebnisse empirischer Forschung interpretieren können sowie mit Hilfe statistischer Auswertungen und Analysen entscheidungsunterstützende Aussagen zu treffen und zu bewerten. Sie können im weiteren Studienverlauf sowie in der späteren Berufspraxis selbständig Fragestellungen mithilfe empirischer Forschungsmethoden beantworten.
Modulinhalte:	<i>Empirische Forschungsmethoden - OR24.1</i> • Entwicklung von Forschungsdesigns • Qualitative / quantitative Forschungslogik

- Befragungen / Online-Befragungen / Leitfadeninterviews / Gruppendiskussionen
- Beobachtung
- Inhaltsanalyse

Statistik - OR24.2

Beginnend steht die deskriptive Statistik als Basis betriebswirtschaftlicher und technischer Entscheidungsprozesse sowie deren Anwendung im Vordergrund. Es werden die Themen Mittel- / Streuungswerte, Konzentrationsrechnung, Verhältniszahlen, Preisindizes, Zeitreihen sowie Korrelationen und Regression behandelt. Aufbauend auf den Grundlagen der Wahrscheinlichkeitsrechnung werden erste Verfahren der induktiven Statistik behandelt. Im Vordergrund stehen dabei Stichproben und hypothesentestende Verfahren, mit deren Hilfe anhand vorliegender Beobachtungen eine begründete Entscheidung über die Gültigkeit oder Ungültigkeit einer Hypothese getroffen wird (Signifikanztests / Hypothesentests).

Empirische Forschungsmethoden: Übung - OR24.3

- Entwicklung von Fragebögen, Leitfäden für qualitative Interviews und Gruppendiskussionen
- Konzeption inhaltsanalytischer Instrumente
- Durchführung und Auswertung kleinerer praktischer Forschungsprojekte

Statistik: Übung - OR24.4

Mit Rechenübungen oder mit Software (SPSS oder Excel) werden die Rechenwege der deskriptiven Statistik einfach und umfassend nachvollzogen und ausgeführt. Auch die hypothesentestenden Verfahren werden anhand von Beispieldaten in ihrer Anwendung gegenüber gestellt (T-Tests).

Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung (OR24.1) Vorlesung (OR24.2) Übung (OR24.3) Übung (OR24.4)
Prüfungsform/en:	Klausur
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	Literatur Empirische Forschungsmethoden: • Umlauf, Konrad / Fühles-Ubach, Simone / Seadle, Michael (2013; Hg.): Handbuch Methoden der Bibliotheks- und Informationswissenschaft. Bibliotheks-, Benutzerforschung, Informationsanalyse. Berlin/Boston • Diekmann, Andreas (2012): Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek [vollst. überarb. und erw. Neuausg., 6. Aufl.] • Mayring, Philipp (2016): Einführung in die <i>qualitative Sozialforschung</i>: eine Anleitung zu <i>qualitativem Denken</i>. Weinheim Literatur Statistik: • Bortz; Jürgen, Schuster, Christoph: Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler. – 7. überarb. aktualisierte Aufl. – Springer, 2016.

- Eid, Michael; Gollwitzer, Mario; Schmitt, Manfred: Statistik und Forschungsmethoden. Lehrbuch. Mit Online-Material. – Beltz, 2017.
- Holland, Heinrich; Scharnbacher, Kurt: Statistik im Betrieb: Lehrbuch mit praktischen Beispielen. – Gabler, 2015.
- Kosfeld, Reinhold; Eckey, Hans Friedrich; Türck, Matthias: Deskriptive Statistik: Grundlagen – Methoden – Beispiele – Aufgaben. – Springer, 2016.

Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	02.05.2024

5.11 Multimediale Produktion für das Web

Modulnummer:	OR30
Modulbezeichnung:	Multimediale Produktion für das Web
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	5
Sprache:	OR30.1: Deutsch OR30.2: Deutsch OR30.3: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	3.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer, externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden erstellen fotografische Arbeiten, lernen Spezifika von Videoproduktionen im Web kennen und setzen online-redaktionelle Inhalte webgerecht auditiv um, (WOMIT) indem sie die technischen Grundlagen der Fotografie sowie kompositorische Grundlagen anwenden und umsetzen, die Grundlagen der Web-Video-Konzeption-, -Produktion und -Nachbearbeitung mit einschlägiger Software praktisch anwenden sowie Audio- und/oder Podcast-Content für ein Webformat konzipieren, welcher sowohl mit einschlägiger Software als auch mit KI-Anwendungen produziert wird, (WOZU) um fachgerecht und in angemessener Bildsprache ansprechende Bilder, Video-Formate und Audio-Angebote für Webangebote produzieren zu können und auf zukünftige crossmediale Aufgabenstellungen ihres Berufslebens vorbereitet zu sein.
Modulinhalte:	<i>Fotografie - OR30.1</i> • Rechtliche Rahmenbedingungen der Produktion: Recht am eigenen Bild, Urheberrecht • Technische Grundlagen der Fotografie • Grundlagen der KI-Bildgenerierung • Grundlagen der Bildkomposition • Bildkonzepte entwickeln • Fotoshootings durchführen <i>Video für das Web - OR30.2</i> • Planung von Bewegtbild-Produktionen • Instrumente der Bewegtbild-Konzeption, z.B. Storyboards • Kameraführung & Bildkomposition • Video-Postproduktion, Video-Schnitt • Webgerechte Darstellung von Video-Formaten

Audio für das Web - OR30.3

- Planung von Audio-Produktionen
- Produktionsbedingungen
- KI-Anwendungen in der Audio-Produktion
- Audio-Nachbearbeitung, Audio-Schnitt

Lehr- und Lernmethoden:	Laborpraktikum (OR30.1) Laborpraktikum (OR30.2) Laborpraktikum (OR30.3)
Prüfungsform/en:	Lernportfolio oder Projektarbeit oder Testat (30.1) Lernportfolio oder Projektarbeit oder Testat (30.2) Lernportfolio oder Projektarbeit oder Testat (30.3)
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	5 SWS / 75h
Selbststudium:	105h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	Aktuelle Literatur wird jeweils vor Beginn der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	03.05.2024

5.12 Digitales Design und KI-Anwendungen

Modulnummer:	OR31
Modulbezeichnung:	Digitales Design und KI-Anwendungen
Art des Moduls:	Pflichtmodul (unbenotet)
ECTS credits:	5
Sprache:	OR31.1: Deutsch OR31.2: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	3.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden lernen gestalterische Regeln für digitale Medien kennen und können sie in Standardsituationen anwenden. Sie erhalten ein Verständnis für die verschiedenen Techniken und Ansätze, die in der KI zum Einsatz kommen, (WOMIT) indem sie mithilfe einschlägiger Designsoftware gängige Layouts erstellen, Bildbearbeitungen vornehmen und einschlägige generative KI-Tools kennenlernen, (WOZU) um wiederkehrende Designaufgaben in einer Online-Redaktion eigenständig vornehmen zu können und um KI nutzen sowie kritisch hinterfragen zu können.

Modulinhalte:	<i>Design für digitale Medien - OR31.1</i> • Medienspezifischer Einsatz von Gestaltungsregeln • Theoretische Hintergründe zur Konzeption und Gestaltung digitaler Medien • Anforderungen und Regeln für User-zentriertes (Screen-)Design • Designsysteme • Entwurfsprozesse und ihre Umsetzung <i>Generative und automatisierte Tools - OR31.2</i> • KI-Grundlagen: Grundlagen der künstlichen Intelligenz, Unterschiede zwischen KI, maschinellem Lernen und Deep Learning. • Generative Modelle: Verschiedene Typen generativer Modelle und deren Anwendungsbereiche • Einsatz von KI in der Medien- und Content-Erstellung, spezifische Tools und Plattformen (z.B. GPT-Modelle), Demonstration von Text- und Bildgenerierung durch KI, Prompting, Automatisierung • Grenzen und Herausforderungen generativer KI: Leistungsfragen, zukünftige Entwicklungen, ethische und gesetzliche Fragestellungen
Lehr- und Lernmethoden:	Laborpraktikum (OR31.1) Laborpraktikum (OR31.2)
Prüfungsform/en:	Testat oder Lernportfolio (OR31.1) Klausur oder mündliche Prüfung oder Lernportfolio (OR31.2)
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	150h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	90h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	Die aktuelle Literatur wird zu Beginn des Seminars bekannt gegeben.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	30.04.2024

5.13 Berufsfelder und Praxisvorbereitung

Modulnummer:	OR32
Modulbezeichnung:	Berufsfelder und Praxisvorbereitung
Art des Moduls:	Pflichtmodul (unbenotet)
ECTS credits:	5
Sprache:	OR32.1: Deutsch OR32.2: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	3.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer, Prof. Dr. Lars Rinsdorf
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden können (in Vorbereitung auf das Praxissemester) Web-Projekte konzipieren und organisieren und sie lernen aktuelle theoretische Modelle sowie empirische Befunde zur Entstehung, Entwicklung und Veränderung relevanter Berufsfelder im Bereich der professionellen öffentlichen Kommunikation kennen, (WOMIT) indem sie studiengangsbezogene Voraussetzungen, die für eine Zulassung zur Praxisphase sowie für eine den individuellen Zielsetzungen entsprechende Wahl der Praxisstelle gegeben sind, verstehen und indem sie sich mit medienhistorischen Grundlagen zum Entstehen wichtiger Berufsfelder auseinandersetzen sowie aktuelle wissenschaftliche Publikationen aus der Berufsfeldforschung exzerpieren, diskutieren und auf aktuelle Fälle anwenden, (WOZU) so dass sie sich eigenständig bei Online-Redaktionen bewerben können und relevante Praktiken, Selbstverständnis, Berufsnormen sowie die gesellschaftliche Anerkennung von den Berufsfeldern, in denen sie als Online-Redakteur*innen tätig sein werden, reflektieren und weiterentwickeln können. Die Studierenden sollen überfachliche Kompetenzen trainieren bzw. erwerben, die ihnen helfen, ihre Redaktionsprojekte erfolgreich zu gestalten und am Ende dem Plenum gut zu präsentieren. Die Erwartungen an den Praktikumsbericht sind ihnen vertraut.
Modulinhalte:	<i>Management der Redaktionsprojekte - OR32.1</i> • Konzeption und Organisation von Web-Projekten. • Planung der individuellen Redaktionsprojekte. • Vermittlung von Orientierung zur Wahl der Praxisstellen (inkl. Ausland) mit dem Schwerpunkt auf dem Redaktionsprojekt 2. • Erläuterungen der verschiedenen Möglichkeiten der Ausgestaltung des Praxissemesters. • Die Möglichkeiten und Besonderheiten des Praxissemesters II werden konkretisiert. • Die ehemaligen Praktikant*innen aus der Praxisphase des Vorjahres präsentieren ihre Redaktionsprojekte.

- Ergänzend werden Absolvent*innen des Studiengangs Online-Redaktion sowie externe Praktiker aus Web-Agenturen, Digital-Agenturen, Online-Redaktionen, NGOs etc. eingeladen, die Praxissemesterplätze aus verschiedenen Bereichen vorstellen.

Kommunikation als professionelles Feld - OR32.2

- Professionelles Handeln und Professionen
- Mediengeschichte
- Professionelle Kommunikation in der Plattformöffentlichkeit
- Journalismus: Grundlagen & Wandel
- Public Relations: Grundlagen & Wandel
- Content Marketing
- Journalistische Kreator*innen
- Politische Influencer*innen
- Produsage und Partizipation

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht (OR32.1) Seminaristischer Unterricht (OR32.2)
Prüfungsform/en:	Lernportfolio oder Klausur
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit):	150 h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	90h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	Die aktuelle Literatur zum Thema wird vor Beginn des Moduls bekannt gegeben.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	03.05.2024

5.14 Modelle und Methoden in Online-Redaktionen

Modulnummer:	OR33
Modulbezeichnung:	Modelle und Methoden in Online-Redaktionen
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	5
Sprache:	OR33: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	3.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Learning Outcome:	<i>Modelle und Methoden in Online-Redaktionen - OR33</i> (WAS) Die Studierenden können kriterienbasierte Modelle zur Evaluation online-redaktioneller Webangebote anwenden, (WOMIT) indem sie relevante Analyse-Methoden konzipieren, entwickeln und umsetzen, in Gruppenarbeit auf Fallbeispiele aus der online-redaktionellen Berufspraxis praktisch anwenden und die Ergebnisse im Hinblick auf ihre Vor- und Nachteile reflektieren, (WOZU) um mit dem Instrumentarium eine Überprüfung, Neuausrichtung und Weiterentwicklung des online-redaktionellen Methoden-Sets durchführen und um fundierte Entscheidungen im Berufsleben treffen zu können.
Modulinhalte:	<i>Modelle und Methoden in Online-Redaktionen - OR33</i> • Projektplanung, -durchführung und -organisation • Kennzahlenbasierte Modelle für Online-Redaktionen • Darstellung des Benchmarkings als Instrument der online-redaktionellen Leistungsverbesserung • Planung und Durchführung von Web-Projekten und Projektphasen • Projektmanagement-Tools
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht (OR33)
Prüfungsform/en:	Hausarbeit (80%) und Präsentation (20%) oder Mündliche Prüfung (80%) und Präsentation (20%)
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h

Selbststudium:	120h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	• Camp, Robert C. (1994). Benchmarking. München • Erlhofer, Sebastian / Brenner, Dorothea (2019): Website-Konzeption und Relaunch. Bonn • Jacobsen, Jens / Meyer, Lorena (2024): Praxisbuch Usability und UX: Was alle wissen sollten, die Websites und Apps entwickeln. 4. Auflage. Bonn • Jacobsen, Jens (2017): Website-Konzeption: Erfolgreiche Websites planen, umsetzen und betreiben. 8. Aufl. Heidelberg • Siebert, Gunnar / Kempf, Stefan / Maßalski, Oliver (2008). Benchmarking. 3.Aufl. München
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	02.05.2024

5.15 Content Strategy

Modulnummer:	OR34
Modulbezeichnung:	Content Strategy
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	5
Sprache:	OR34.1: Deutsch OR34.2: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	3.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Dozierende:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz, externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden kennen die zentralen Ziele, Begriffe, Konzepte sowie Instrumente und Methoden der externen Kommunikation von Unternehmen und Organisationen und können diese sicher anwenden und voneinander abgrenzen. (WOMIT) Sie analysieren, wie Unternehmen und Organisationen versuchen, den Anforderungen an die externe Kommunikation gerecht zu werden, und wenden die erlernten Methoden an, um selbst anhand von Fallbeispielen aus der beruflichen Praxis eine Content Strategie zu entwickeln, (WOZU) um in Online-Redaktionen digitalen Content strategisch, auf Unternehmens- und Organisationsziele ausgerichtet, zu analysieren, zu planen, zu entwickeln und zu verbreiten.
Modulinhalte:	<i>Content Strategy: Grundlagen - OR34.1</i> • Ziele, Konzepte und Instrumente der externen Unternehmens- und Organisationskommunikation, Marketing und PR • Grundlagen der Markenkommunikation / Branded Content • Funktionen, Prozesse und Methoden der Content Strategy (z.B. Content Audit, Personas, Customer Journeys & Maps, Formatentwicklung) <i>Content Strategy: Projekt - OR34.2</i> Anhand von konkreten Fallbeispielen aus der beruflichen Praxis werden die zentralen Begriffe, Ziele und Methoden der Content Strategy angewandt.
Lehr- und Lernmethoden:	Seminar (OR34.1) Laborpraktikum (OR34.2)
Prüfungsform/en:	Lernportfolio

Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	150h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	90h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	Löffler, M. 2019: Think Content! Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web. 2. Auflage. Bonn: Rheinwerk. Rupp, M. 2022: Storytelling für Unternehmen. 2. Auflage. Frechen: mitp Verlags GmbH. Schach, A. 2022: Content-Strategie. In: (Dies.) (Eds.): Starke Texte der Unternehmenskommunikation. Springer Gabler, Wiesbaden, 95-104 Spies, M., Wenger, K. 2018: Branded Interactions. Digitale Markenerlebnisse planen & gestalten. 2. Auflage. Mainz: Verlag Hermann Schmidt. Zerfaß, A., Piwinger, M., Röttger, U. (Eds.) 2020: Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Springer Gabler.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	29.08.2024

5.16 Multimediales Storytelling

Modulnummer:	OR40
Modulbezeichnung:	Multimediales Storytelling
Art des Moduls:	Pflichtmodul (unbenotet)
ECTS credits:	5
Sprache:	OR40.1: Deutsch OR40.2: Deutsch OR40.3: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	4.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Petra Werner
Dozierende:	externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	<i>Evaluation von AV-Produktionen - OR40.1</i> (WAS) Die Studierenden verstehen die Unterschiede und spezifischen Eigenschaften von audiovisuellen Darstellungsformen im Web, (WOMIT) indem sie die Wirkungsweisen, Produktionsbedingungen und Darstellungsmöglichkeiten unterschiedlicher AV-Formate gegenüberstellen sowie deren Bereitstellung in unterschiedlichen Plattformen diskutieren, (WOZU) um später multimediale Formate im Hinblick auf ihren Einsatz in der online-redaktionellen Praxis zu evaluieren und deren Erfolgsaussichten zu beurteilen. <i>Bildredaktion - OR40.2</i> (WAS) Die Studierenden wenden zuvor erlangtes Basiswissen aus Fotografie und Gestaltung auf redaktionelle Entscheidungen an, (WOMIT) indem sie anhand von Praxisbeispielen die Wirkungsweise unterschiedlicher Bildkonzepte analysieren und eigene Umsetzungsideen (auch mit Hilfe von KI) entwickeln, (WOZU) um die Wirkung eigener und fremder Bilder beurteilen zu können und Bildkonzepte sowohl für werbende als auch für redaktionelle Zwecke fachgerecht zu planen und durchzuführen. <i>Praxis des Multimedialen Storytellings - OR40.3</i> (WAS) Die Studierenden synthetisieren das bisher erlangte Wissen über multimediale Produktionen, Darstellungsformen und Wirkungsweisen, (WOMIT) indem sie die Einsatz- und Gestaltungsmöglichkeiten von Text, Bildern, Audios, Videos und anderen Webformaten sowie deren redaktionelle Verarbeitung in Praxisbeispielen bewerten und in eigenen Konzepten umsetzen,

(WOZU) um multimediale Projekte unter Einbeziehung der Spezifika aller Bestandteile zu konzipieren und individuelle Botschaften entlang dieser unterschiedlichen Eigenschaften bestmöglich zur Geltung zu bringen.

Modulinhalte:	<i>Evaluation von AV-Produktionen - OR40.1</i> • Webspezifische Bedingungen bei der Produktion und redaktionellen Verarbeitung multimedialer Formate • Rezeptionsgewohnheiten und Wirkungsweisen von AV-Formaten • Zielgruppenspezifischer Einsatz von AV-Formaten • Webgerechte Darstellung in verschiedenen Plattformen <i>Bildredaktion - OR40.2</i> • Fotografische Genres und genre-bedingte Anforderungen • Einsatzmöglichkeiten von Bildern in der Praxis • Einsatz von KI-Bildern im redaktionellen Bereich • Bildsprache, Stile und Erzählweisen <i>Praxis des Multimedialen Storytellings - OR40.3</i> • Spezifische Eigenschaften multimedialer Storytelling-Formate, zum Beispiel Scrollytelling • Data Storytelling • Rezeption von multimedialen Stories • Webgerechte Gestaltung multimedialer Stories
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung (OR40.1) Vorlesung (OR40.2) Laborpraktikum (OR40.3)
Prüfungsform/en:	Lernportfolio
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	150h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	90h
Zwingende Voraussetzungen:	Formal: keine. Empfohlen: Kenntnisse des Moduls "Multimediale Produktion für das Web".
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	22.04.2024

5.17 Webprojekt

Modulnummer:	OR41
Modulbezeichnung:	Webprojekt
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	9
Sprache:	OR41: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	4.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Lars Rinsdorf
Dozierende:	Alle Lehrenden des Faches, externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	(WAS) Dieses Modul umfasst die Entwicklung von Content-Strategien und die Erarbeitung einer Problemlösungsstrategie im Rahmen einer webbasierten Projektarbeit. Ein oder mehrere Web-Projekte sollen geplant, entwickelt, konzipiert und umgesetzt werden. Dabei soll Content (Text, Ton, Bild, webspezifische Formen) für eine Webanwendung erstellt und redaktionelle Inhalte – mit Hilfe von Tools oder Content-Management-Systemen – eingepflegt werden. (WOMIT) Die Studierenden sollen die speziellen Arbeitstechniken eines Online-Redakteurs, die in anderen Modulen erlernt wurden, praktisch umsetzen. Dabei sollen vor allem auch überfachliche Schlüsselqualifikationen wie Organisationsfähigkeit, Teamfähigkeit, Zeitmanagement und soziale Kompetenz erlernt werden. (WOZU) Lernziel des Moduls ist die zielgruppenspezifische Planung, Konzeption, Organisation und Erstellung von Content für einen Web-Auftritt sowie die kritische Reflexion der Projektumsetzung.
Modulinhalte:	<i>Webprojekt - OR41</i> Erarbeitung einer Problemlösungsstrategie im Rahmen einer webbasierten Projektarbeit. Das Web-Projekt kann in Zusammenarbeit mit einem oder mehreren externen Kooperationspartnern und / oder fakultätsübergreifend (ggf. in Verbindung mit der Interdisziplinären Projektwoche IPWG) durchgeführt werden. Je nach Projekttyp und Anforderungen ergeben sich folgende typische Lerninhalte: Analyse • Analyse der Ausgangssituation • Benchmarkanalyse • Content-Audit Planung und Projektmanagement • Auswahl von Kooperationstools • Organisation und Teambuilding

- Projektplan und Meilensteine
- Ergebnispräsentation
- Konfliktlösung

Strategie und Konzeption

- Definition der Ziele
- Definition der Zielgruppen
- Entwicklung einer Kommunikation- und Content-Strategie
- Konzeption der ausgewählten Web-Anwendungen (informationsarchitektur, User Experience)

Content

- Planung, Entwicklung und Produktion von Text, Bild, Multimedia-Inhalten
- Entwicklung von Formaten
- Redaktionsplan

Design

- Webdesign und Designelemente
- User Experience Design
- Bildsprache

Technik

- Programmierung
- Anpassung von Websites, Apps, Plug-Ins etc.
- Contentpflege
- Einpflege der Contents mit Hilfe Tools oder Content-Management-Systemen
- Qualitätssicherung

Kritische Reflexion der Projektumsetzung

Lehr- und Lernmethoden:	Projektarbeit (OR41)
Prüfungsform/en:	Projektarbeit
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	270h
Präsenzzeit:	6 SWS / 90h
Selbststudium:	180h
Zwingende Voraussetzungen:	Bestandene Modulprüfungen in den Modulen OR10, OR12, OR13, OR20, OR21.
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	Erarbeitung einer Problemlösungsstrategie im Rahmen einer webbasierten Projektarbeit. Das Web-Projekt kann in Zusammenarbeit mit einem oder mehreren externen Kooperationspartnern und / oder fakultätsübergreifend (ggf. in Verbindung mit der Interdisziplinären Projektwoche IPWG) durchgeführt werden. Je nach Projekttyp und Anforderungen ergeben sich folgende typische Lerninhalte: Analyse

- Analyse der Ausgangssituation
- Benchmarkanalyse
- Content-Audit

Planung und Projektmanagement

- Auswahl von Kooperationstools
- Organisation und Teambuilding
- Projektplan und Meilensteine
- Ergebnispräsentation
- Konfliktlösung

Strategie und Konzeption

- Definition der Ziele
- Definition der Zielgruppen
- Entwicklung einer Kommunikation- und Content-Strategie
- Konzeption der ausgewählten Web-Anwendungen (informationsarchitektur, User Experience)

Content

- Planung, Entwicklung und Produktion von Text, Bild, Multimedia-Inhalten
- Entwicklung von Formaten
- Redaktionsplan

Design

- Webdesign und Designelemente
- User Experience Design
- Bildsprache

Technik

- Programmierung
- Anpassung von Websites, Apps, Plug-Ins etc.
- Contentpflege
- Pflege der Contents mit Hilfe Tools oder Content-Management-Systemen
- Qualitätssicherung

Kritische Reflexion der Projektumsetzung

Letzte Aktualisierung:	02.05.2024
------------------------	------------

5.18 Sichtbarkeit für Suchmaschinen und KI

Modulnummer:	OR42
Modulbezeichnung:	Sichtbarkeit für Suchmaschinen und KI
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	5
Sprache:	OR42: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	4.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Richard Sieg
Dozierende:	Prof. Dr. Richard Sieg
Learning Outcome:	<i>Sichtbarkeit für Suchmaschinen und KI - OR42</i> ((WAS) Die Studierenden verstehen die Funktionsweise von Suchmaschinen und Suchen mittels KI und können die Sichtbarkeit von Webinhalten analysieren und gezielt verbessern, (WOMIT) indem sie sich mit Ranking-Mechanismen, Keyword-Recherche, Content-Optimierung und Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung (SEO) auseinandersetzen und Tools für Analyse und Monitoring einsetzen, (WOZU) um informierte Entscheidungen zu treffen, wie eigene Webinhalte sowohl für Suchmaschinen als auch für KI-Systeme sichtbar und wettbewerbsfähig gestaltet werden können.
Modulinhalte:	<i>Sichtbarkeit für Suchmaschinen und KI - OR42</i> • Funktionsweise von Suchmaschinen • Keywordsuche & semantische Suche • Rankingkriterien und Einflussfaktoren • SEO-Grundlagen (OnPage / OffPage) • Konkurrenz- und Sichtbarkeitsanalyse • SEO- und Analyse-Tools • KI-Suche • Sichtbarkeit für KI • Agentic Search
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung und Übung (OR42)
Prüfungsform/en:	Präsentation und Lernportfolio
Workload	150h

(25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit):

Präsenzzeit:	3 SWS / 45h
Selbststudium:	105h
Zwingende Voraussetzungen:	Formal: keine Empfohlen: Kenntnisse des Moduls "Informationsarchitektur des Webs"
Empfohlene Literatur:	Erlhofer, S. (2023): Suchmaschinen-Optimierung: Das umfassende Handbuch, 11th ed.. - Bonn: Rheinwerk Verlag, 2023 Lewandowski, D. (2021): Suchmaschinen verstehen, Wiesbaden: Springer Vieweg, 2021 Priestersbach, K. (2023): Richtig texten mit KI – ChatGPT, GPT-4, GPT-3 & Co.: Texte schreiben mithilfe Künstlicher Intelligenz, mvgverlag, 2023 Manning, D.C; Raghavan, P.; Schütze H.; (2008);, Introduction to Information Retrieval, Cambridge University Press. 2008, freie Online Version http://nlp.stanford.edu/IR-book/pdf/irbookprint.pdf
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	03.05.2024

5.19 Medienrecht

Modulnummer:	OR43
Modulbezeichnung:	Medienrecht
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	5
Sprache:	OR43.1: Deutsch OR43.2: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	4.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Petra Werner
Dozierende:	Birgit Pieplow
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden können die medienrechtliche Relevanz und Rechtmäßigkeit online-redaktionellen Handelns von der Recherche über die Herstellung bis zur Verbreitung von Content in Wort, Bild und Ton erkennen und bewerten, (WOMIT) indem sie wesentliche presse-, online-, datenschutz- und urheberrechtliche Rahmenbedingungen redaktionellen Handelns einschließlich rechtlicher Anforderungen beim Einsatz von KI und bei der Nutzung von Social Media-Plattformen, medienrechtlich relevante Schutzgüter sowie beispielhafte Fälle aus der Rechtsprechung kennen und verstehen, hieraus Kriterien für die Zulässigkeit/Unzulässigkeit online-redaktionellen Handelns ableiten und diese auf medienrechtliche Fragestellungen in der online-redaktionellen Praxis anwenden, (WOZU) um zukünftig sensibel für medienrechtliche Fragestellungen in der redaktionellen Praxis zu sein und ihr Handeln in allen Phasen der online-redaktionellen Wertschöpfungskette in medienrechtlicher Hinsicht rechtssicher zu gestalten.
Modulinhalte:	<i>Presse- und Onlinerecht - OR43.1</i> • Grundzüge des Medienverfassungsrechts • Presserecht (Landespressegesetz, Informationsrechte nach Informationsfreiheitsgesetzen), strafrechtliche und zivilrechtliche Schranken bei Recherche, Herstellung und Verbreitung von Content • Online-redaktionell relevante Anforderungen der KI-Verordnung und nationaler Regelungen zu künstlicher Intelligenz • Grundlagen des Telemedienrechts (Abgrenzung Telemedien/Rundfunk, Informationspflichten, Haftung im Web) • Grundlagen des (Online-)Vertragsrechts • Grundlagen des Domainrechts (Grundlagen Markenrecht/Namensrecht)

	• Online-redaktionell relevante Aspekte des Wettbewerbsrechts • Online-redaktionell relevante Aspekte des Datenschutzrechts <i>Urheberrecht - OR43.2</i> • Grundbegriffe des Urheberrechts (Werkbegriff, Werkarten und Schutzvoraussetzungen, Urheberschaft) • Urheberrechte (Urheberpersönlichkeitsrecht, Verwertungsrechte) • Nutzungsrechte (Lizenz), Verwandte Schutzrechte (Leistungsschutzrechte) • Schranken des Urheberrechts • Gesetzlich und mutmaßlich erlaubte Nutzungen nach Urheberrechts-Diensteanbieter-Gesetz • Kollektive Rechtewahrnehmung: Verwertungsgesellschaften • Ansprüche des Urhebers
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung (OR43.1) Vorlesung (OR43.2)
Prüfungsform/en:	Klausur
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	150h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	90h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	• Dörr, Dieter/Schwartmann, Rolf (2022): Fälle zum Medienrecht. Heidelberg u.a.: C. F. Müller • Dörr, Dieter / Schwartmann, Rolf / Mühlenbeck, Robin L. (2023): Medienrecht. 7. Aufl., Heidelberg u. a.: C. F. Müller • Fechner, Frank / Wössner, Axel (2015): Journalistenrecht. 3. Aufl., Tübingen: Mohr Siebeck • Fechner, Frank (2023): Medienrecht. 22. Aufl., Stuttgart: utb. • Gostomzyk, Tobias / Jürgens, Uwe (Hrsg.) (2023): Böhmermann, Künast, Rezo. Medien- und Internetrecht in 20 Fällen. Frankfurt/Main: dfv. • Hoeren, Thomas (2023): Internetrecht. https://www.itm.nrw/wp-content/uploads/Internetrecht_30.03.2023.pdf • Lettl, Tobias 2024: Urheberrecht. 5. Aufl., München: C.H. Beck • Lutz, Peter (2018): Grundriss des Urheberrechts. 3. Aufl., Heidelberg, München: C. F. Müller • Peukert, Alexander 2023: Urheberrecht und verwandte Schutzrechte. 19. Aufl., München: C. H. Beck • Specht-Riemenschneider, Louisa/Riemenschneider, Severin/Schneider, Ruben (2020): Internetrecht. Berlin: Springer. • Wandtke, Artur-Axel / Ostendorff, Saskia (2023): Urheberrecht. 9. Aufl., Berlin, Boston: De Gruyter.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	30.04.2024

5.20 Usability und Analytics: Empirische Methoden und Anwendungen

Modulnummer:	OR44
Modulbezeichnung:	Usability und Analytics: Empirische Methoden und Anwendungen
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	6
Sprache:	OR44.1: Deutsch OR44.2: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	4.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer, Alexander Niehaus, Miriam Schmitz, externe Lehrende, externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden kennen Grundlagen und Methoden der Web-Usability bzw. des Usability-Testings und verstehen deren spezifische Anwendungsmöglichkeiten und Einsatzfelder; sie kennen Instrumente und Anwendungsbereiche von Web Analytics und Social Media Analytics, so dass sie selbstständig den angemessenen Methoden-Mix für relevante Fragestellungen aus Forschung bzw. Berufspraxis evaluieren; (WOMIT) indem sie Relevanz und Zugänge der unterschiedlichen Methoden reflektieren und in Teamarbeit auf Projektaufgaben und in Web-Usability-Tests anwenden sowie anhand von Praxisbeispielen webanalytische Grundlagen und Grundbegriffe erarbeiten, (WOZU) um im weiteren Studienverlauf sowie in der späteren Berufspraxis durch Optimierung von Online-Angeboten zu einer erfolgreichen Performance des redaktionellen Contents beizutragen, relevante Fragestellungen für Web-Usability-Studien zu entwickeln und die daraus gewonnenen empirischen Daten zu interpretieren.
Modulinhalte:	<i>Web-Usability - OR44.1</i> • Grundlagen und Grundbegriffe der Usability und User Experience • Künstliche Intelligenz und ihr Einfluss auf UX • Methoden, Anwendungsmöglichkeiten und Einsatzfelder des Usability-Testings • Einführung in das Usability-Testing im Usability-Labor und in die expertenbasierte Web-Usability-Evaluation <i>Web Analytics - OR44.2</i> • Grundlagen und Grundbegriffe von Web Analytics (Dimensionen, Kennzahlen, Auswertungstypen) • Messverfahren und Metriken von Web Analytics bzw. Digital Analytics • Social Media Metrics und Social Media Analytics • Überblick über Tools und Technologien

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht (OR44.1) Seminaristischer Unterricht (OR44.2)
Prüfungsform/en:	Klausur oder Mündliche Prüfung
Workload (25 - 30 h $\triangleq$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60 h
Selbststudium:	120 h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	• Allison, Kyle (2024): Digital Analytics: The Path from Clicks to Conversions. Austin • Barnum, Carol M. (2011). Usability Testing Essentials. Ready, Set... Test! 2. Aufl. Amsterdam • DIN EN ISO 9241-151 (2008). Ergonomie der Mensch-System-Interaktion – Teil Ergonomie der Mensch-System-Interaktion – Teil 151: Leitlinien zur Gestaltung von Benutzungsschnittstellen für das World Wide Web. Berlin • Hassler, Marco (2023): Digital Analytics. 6. Aufl. Frechen • Jacobsen, Jens / Meyer, Lorena (2024): Praxisbuch Usability und UX: Bewährte Usability- und UX-Methoden praxisnah erklärt. 4. Aufl. Bonn • Mey, Günther / Mruck, Katja (2010; Hrsg.): Qualitative Forschung in der Psychologie. Wiesbaden • Sarodnick, Florian/Brau, Henning (2011): Methoden der Usability-Evaluation. Wissenschaftliche Grundlagen und praktische Anwendung. Huber: Bern • Scherfer, Konrad / Volpers, Helmut (2013; Hrsg.): Methoden der Webwissenschaft. Münster • Vollmert, Markus (2023): Google Analytics 4: Das umfassende Handbuch mit allen Neuerungen und Features von GA4. Bonn
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	20.04.2024

5.21 Praxissemester I: Redaktionsalltag

Modulnummer:	OR50
Modulbezeichnung:	Praxissemester I: Redaktionsalltag
Art des Moduls:	Pflichtmodul (unbenotet)
ECTS credits:	20
Sprache:	OR50.1: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	5.
Häufigkeit des Angebots:	halbjährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Learning Outcome:	<i>Praxissemester I: Redaktionsalltag - OR50.1</i> (WAS) Die Studierenden kennen die online-redaktionellen Abläufe und Spezifika in der Praxis und sammeln damit verbunden fachlich-inhaltliche Berufserfahrungen, (WOMIT) indem sie ihre bereits vorhandenen Kenntnisse in den Arbeitsprozess einbringen und die Position eines aktiv teilnehmenden Beobachters einnehmen können, (WOZU) um sich über ihr Berufsbild zu verständigen, sich selbst zu vergewissern und ihre Erfahrungen an andere Studierenden weiterzugeben.
Modulinhalte:	<i>Praxissemester I: Redaktionsalltag - OR50.1</i> • In diesem Modul wenden die Studierenden die im Laufe ihres Studiums erlernten Kenntnisse und Fertigkeiten im Team einer professionellen Online-Redaktion an und erlernen Praxiswissen. • Ziel dieses Praxis-Moduls ist es darüber hinaus, den Studierenden einen Einblick in ihre spätere konkrete Berufs- und Arbeitssituation zu geben. Hierbei sollen sie durch eigenständige Problemlösungen einen Teilbereich eines Online-Angebots mitgestalten.
Lehr- und Lernmethoden:	Projektarbeit (OR50.1)
Prüfungsform/en:	Projektarbeit
Workload (25 - 30 h ≙ 1 ECTS credit):	600h
Präsenzzeit:	600h

Selbststudium:	h
Zwingende Voraussetzungen:	Bestandene Modulprüfungen in den Modulen OR10, OR12, OR13, OR20, OR21.
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	Die Module "Praxissemester I: Redaktionsalltag" und "Praxissemester II: Redaktionsprojekt" können in einer Online-Redaktion oder in zwei unterschiedlichen Online-Redaktionen durchgeführt werden. Die Modulprüfung ist bestanden, wenn der oder die Praktikumsbeauftragte ein den Anforderungen entsprechendes Formular, das von der Online-Redaktion (Praxisstelle) ausgefüllt wurde (mit Unterschrift und Stempel), vorgelegt wird. Die Beantragung des Praxissemesters I muss fristgerecht bei der oder dem Praxissemesterbeauftragten eingereicht werden. Die Genehmigung oder Ablehnung des Praxissemesters I wird den Studierenden mitgeteilt.
Letzte Aktualisierung:	22.04.2024

5.22 Praxissemester II: Redaktionsprojekt

Modulnummer:	OR51
Modulbezeichnung:	Praxissemester II: Redaktionsprojekt
Art des Moduls:	Pflichtmodul (unbenotet)
ECTS credits:	10
Sprache:	OR51.1: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	5.
Häufigkeit des Angebots:	halbjährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Learning Outcome:	<i>Praxissemester II: Redaktionsprojekt - OR51.1</i> (WAS) Die Studierenden kennen Web-Projekte und ihren Stellenwert mit Blick auf Planungs-, Konzeptions- und Umsetzungsprozesse; und sie kennen die dynamischen Faktoren, die Komplexität und Phasen von Web-Projekten, (WOMIT) indem sie innerhalb einer konkreten praxisnahen Aufgabenstellung ihre im Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten anwenden können, (WOZU) um ihre online-redaktionellen Kompetenzen, die zur Herstellung von Projektergebnissen in Online-Redaktionen notwendig sind, überfachlich anzuwenden, auszubauen und auszuwerten.
Modulinhalte:	<i>Praxissemester II: Redaktionsprojekt - OR51.1</i> • Das Praxis-Modul wird in einem Zeitraum von mindestens sechs Wochen in einer professionellen Online-Redaktion durchgeführt. • Hierbei müssen die Studierenden in einer Online-Redaktion an einem Web-Projekt mitarbeiten oder ein Web-Projekt planen oder ein Web-Projekt konzipieren oder ein Web-Projekt durchführen. • Die Beteiligung an dem Web-Projekt kann journalistisch, redaktionell, evaluierend, technisch oder gestalterisch sein. Die Studierenden erlernen praxisorientiert die Phasen eines Web-Projektes kennen.
Lehr- und Lernmethoden:	Projektarbeit (OR51.1)
Prüfungsform/en:	Projektarbeit
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	300h

Präsenzzeit:	300h
Selbststudium:	h
Zwingende Voraussetzungen:	Bestandene Modulprüfungen in den Modulen OR10, OR12, OR13, OR20, OR21.
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	Die Module "Praxissemester I: Redaktionsalltag" und "Praxissemester II: Redaktionsprojekt" können in einer Online-Redaktion oder in zwei unterschiedlichen Online-Redaktionen durchgeführt werden. Die Modulprüfung ist bestanden, wenn der oder dem Praktikumsbeauftragte(n) ein den Anforderungen entsprechendes Formular, das von der Online-Redaktion (Praxisstelle) ausgefüllt wurde (mit Unterschrift und Stempel), vorgelegt wird. Die Beantragung des Redaktionsprojekts muss fristgerecht bei der oder dem Praxissemesterbeauftragten eingereicht werden. Die Genehmigung oder Ablehnung des Redaktionsprojektes wird den Studierenden mitgeteilt.
Letzte Aktualisierung:	22.04.2024

5.23 Deep Dive I

Modulnummer:	OR60
Modulbezeichnung:	Deep Dive I
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul (unbenotet)
ECTS credits:	6
Sprache:	OR60: Abhängig von der gewählten Lehrveranstaltung
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	6.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Dozierende:	Abhängig von der gewählten Lehrveranstaltung
Learning Outcome:	Die Studierenden erwerben die in der Beschreibung der jeweiligen Angebote formulierten Kompetenzen. Darüber hinaus können sie durch den Einblick in andere Studiengänge ein besseres Verständnis für benachbarte Gebiete und damit Schnittstellenkompetenzen erwerben.
Modulinhalte:	- <i>OR60</i> Die Studierenden wählen Lehrveranstaltungen im Umfang von insgesamt 4 SWS / 6 ECTS aus einem Angebot an vertiefenden, und / oder interdisziplinären Lehrveranstaltungen am IWS / der Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften, von angrenzender Fakultäten oder ECTS-zertifizierte Kurse anderer Anbieter (i.d.R. Hochschulen). Das Angebot wird jedes Semester aktualisiert, um der dynamischen Entwicklung digitaler Technologien und damit verbundener aktueller Fragestellungen gerecht zu werden.
Lehr- und Lernmethoden:	Abhängig von der gewählten Lehrveranstaltung (OR60)
Prüfungsform/en:	Je nach gewählter LV sind alle in der RPO unter §19 bis §22 aufgeführten Prüfungsformen möglich
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Zwingende Voraussetzungen:	Inhaltliche Voraussetzungen und Lerninhalte werden von den anbietenden Lehrenden festgelegt.

Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	22.05.2024

5.24 Deep Dive II

Modulnummer:	OR61
Modulbezeichnung:	Deep Dive II
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul (unbenotet)
ECTS credits:	6
Sprache:	OR61: Abhängig von der gewählten Lehrveranstaltung
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	6.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Dozierende:	Abhängig von der gewählten Lehrveranstaltung
Learning Outcome:	Die Studierenden erwerben die in der Beschreibung der jeweiligen Angebote formulierten Kompetenzen. Darüber hinaus können sie durch den Einblick in andere Studiengänge ein besseres Verständnis für benachbarte Gebiete und damit Schnittstellenkompetenzen erwerben.
Modulinhalte:	- <i>OR61</i> Die Studierenden wählen Lehrveranstaltungen im Umfang von insgesamt 4 SWS / 6 ECTS aus einem Angebot an vertiefenden, und / oder interdisziplinären Lehrveranstaltungen am IWS / der Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften, von angrenzender Fakultäten oder ECTS-zertifizierte Kurse anderer Anbieter (i.d.R. Hochschulen). Das Angebot wird jedes Semester aktualisiert, um der dynamischen Entwicklung digitaler Technologien und damit verbundener aktueller Fragestellungen gerecht zu werden.
Lehr- und Lernmethoden:	Abhängig von der gewählten Lehrveranstaltung (OR61)
Prüfungsform/en:	Je nach gewählter LV sind alle in der RPO unter §19 bis §22 aufgeführten Prüfungsformen möglich
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Zwingende Voraussetzungen:	Inhaltliche Voraussetzungen und Lerninhalte werden von den anbietenden Lehrenden festgelegt.

Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	22.05.2024

5.25 Praxisreflexion und Peer Learning: Einblicke in das Berufsleben

Modulnummer:	OR62
Modulbezeichnung:	Praxisreflexion und Peer Learning: Einblicke in das Berufsleben
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	6
Sprache:	OR62: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	6.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Alle Lehrenden des Faches
Learning Outcome:	<i>Praxisreflexion und Peer Learning: Einblicke in das Berufsleben - OR62</i> (WAS) Die Studierenden können ihre (mindestens sechswöchigen) Projekte aus dem Modul "Praxissemester II: Redaktionsprojekt" präsentieren und evaluieren, (WOMIT), indem sie ihre konkreten Praxiserfahrungen unter Bezugnahme auf die Spezifika von Online-Redaktionen und andere Parameter einordnen, bewerten und daraus Rückschlüsse für ihren weiteren Studienverlauf ziehen, (WOZU) um eine berufliche Schlüsselqualifikation zu erwerben: den kritisch-konstruktiven Umgang mit eigenen und fremden Arbeitsergebnissen.
Modulinhalte:	<i>Praxisreflexion und Peer Learning: Einblicke in das Berufsleben - OR62</i> • Die Studierenden stellen ihre Redaktionsprojekte in Form einer Referats-Präsentation vor. Die Projekte, die die Studierenden im Rahmen ihrer Redaktionsprojekts bearbeitet haben, werden beschrieben, ausgewertet und kritisch reflektiert. • Neben dem eigentlichen Projekt-Output stehen dabei auch die Projekt-Konzeption und die kritische Betrachtung des Projekt-Verlaufs im Fokus. • Die Besonderheiten der Redaktionsprojekte werden im Hinblick auf berufsspezifische Kompetenzen reflektiert und zusammen mit den weiteren Erfahrungen in einem Lernportfolio strukturiert zusammengefasst.
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht (OR62)
Prüfungsform/en:	Lernportfolio (50%) und Referat (50%)

Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Zwingende Voraussetzungen:	Bestandene Modulprüfungen in den Modulen OR10, OR12, OR13, OR20, OR21
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	02.05.2024

5.26 Content Marketing

Modulnummer:	OR63
Modulbezeichnung:	Content Marketing
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	6
Sprache:	OR63.1: Deutsch OR63.2: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	6.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Dozierende:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz, externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden kennen die unterschiedlichen Instrumente, Formen und Anwendungsbereiche des Content Marketings und bearbeiten eine typische Kommunikationsaufgabe des Content Marketings einer Online-Redaktion. (WOMIT) Sie erkennen, analysieren und bewerten anhand von Praxisbeispielen typische Content-Marketing-Strategien und Kampagnen im Kontext von Unternehmens- oder Organisationszielen und und entwickeln anhand eines Fallbeispiels eine kreative Content-Marketing-Strategie, (WOZU) damit sie im Rahmen einer integrierten Kommunikationsstrategie in ihrer Online Redaktion die unterschiedlichen Content-Marketing-Instrumente bewerten, reflektieren und zielgerichtet einsetzen können, sowie zu einer erfolgreichen Vermarktung des redaktionellen Contents beitragen können.
Modulinhalte:	<i>Grundlagen und aktuelle Formen des Content Marketings - OR63.1</i> • Ziele und Funktionen des Content Marketings in der digitalen Gesellschaft • Digitale Markenführung und integrierte Kommunikation • Aktuelle Entwicklungen des Content Marketings (u.a. Nachhaltigkeit, Diversity & Inclusion, CSR) • Aktuelle Formen des Content Marketings (u.a. AI, Gamification, XR) <i>Konzeption und Planung von Content Marketing - OR63.2</i> Konzeption und Präsentation einer Kommunikations-Kampagne (aktuelle Beispiele unterschiedlicher Branchen) unter Einsatz von auf Ziel- und Zielgruppen zugeschnittener Content-Marketing-Instrumente.
Lehr- und Lernmethoden:	Seminar (OR63.1) Laborpraktikum (OR63.2)

Prüfungsform/en:	Referat (20%) und Hausarbeit (80%) (63.1), Projektarbeit (unbenotet) (63.2)
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	Grunwald, Guido & Schwill, Jürgen 2022: Nachhaltigkeitsmarketing: Grundlagen – Gestaltungsoptionen – Umsetzung. Planegg: Schäffer-Poeschel. Kilian, Karsten, Kreutzer, Ralf T. 2022: Grundlagen digitaler Markenführung. In: Digitale Markenführung. Springer Gabler, Wiesbaden, 3-21 Lammenett, Erwin 2021: Praxiswissen Online-Marketing. 8. Auflage. Wiesbaden: Springer. Löffler, Miriam 2019: Think Content! Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web. 2. Auflage. Bonn: Rheinwerk. Schach, Annika 2023: Diversity & Inclusion in Strategie und Kommunikation. Springer Gabler, Wiesbaden. Wellbrock, Christian-Mathias, Buschow, Christopher 2020: Money for Nothing and Content for Free? Paid Content, Plattformen und Zahlungsbereitschaft im digitalen Journalismus. In: Schriftenreihe Medienforschung. Band 82. Düsseldorf: Nomos.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	25.10.2024

5.27 Webwissenschaft

Modulnummer:	OR64
Modulbezeichnung:	Webwissenschaft
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	6
Sprache:	OR64.1: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	6.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Learning Outcome:	<i>Webwissenschaft - OR64.1</i> (WAS) Die Studierenden kennen die web- und medienwissenschaftlichen Theorien. Sie können Theorien benutzen und hinterfragen. Sie lernen, web- und medienwissenschaftliche Theorieansätze zu bewerten. Die Studierenden sollen die zum Studienbeginn erworbenen Kenntnisse zur Informationsethik in berufsspezifischer Perspektive erweitern, und zwar in Hinblick auf die Medienethik im journalistischen Feld und auf den Begriff der Medienethik vor dem Hintergrund der Mediatisierung, (WOMIT) indem Sie die zentrale web- und medienwissenschaftliche Aussagen benennen, den Argumentationsaufbau identifizieren und darlegen können, was sie an der Theorie überzeugt und was nicht - und indem sie anhand der spezifischen ethischen Probleme des Mediendiskurses und unterschiedlicher Praxisbeispiele die Verknüpfung von Verantwortung von Medienschaffenden, Medienorganisationen sowie Mediennutzern in das Blickfeld der aktuellen Mediendiskurses rücken, (WOZU) um als Online-Redakteur*innen den Nutzen von webwissenschaftlichen Theorien für den online-redaktionellen Beruf herauszustellen und um als Online-Redakteur*innen in der Medienpraxis ihre eigene berufsethische Rolle in Hinblick auf ihr mediales Handeln wahrnehmen zu können.
Modulinhalte:	<i>Webwissenschaft - OR64.1</i> • Grundlagen und Grundbegriffe von web- und medienwissenschaftlichen Theorien • Mit Blick auf das Web und Social Media: Wissenschaftstheoretische Ansätze, technikhistorische Ansätze, soziotechnische Netzwerk-Theorien, informationswirtschaftliche Ansätze, netzkritische Positionen, Digitale Methoden • Medienethik und Mediatisierung • Standards der Medienethik
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht (OR64.1)

Prüfungsform/en:	Klausur (75%) und Referat (25%) oder Mündliche Prüfung (75%) und Referat (25%)
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Zwingende Voraussetzungen:	Empfohlen: Kenntnisse des Moduls "Medien- und Kommunikationswissenschaft I"
Empfohlene Literatur:	• Anderson, Chris (2007): The Long Tail. München. • Andree, Martin (2023): Big Tech muss weg! Die Digitalkonzerne zerstören Demokratie und Wirtschaft. Frankfurt a.M. • Berners-Lee, Tim (1999): Der Web-Report. München • Bruns, Karin / Reichert, Ramon (Hrsg.) (2007): Reader Neue Medien. Texte zur digitalen Kultur und Kommunikation. Bielefeld. • Bush, Vannevar Bush (1945): Wie wir denken werden. In: Bruns, Karin / Reichert, Ramon (Hg.) (2007): Reader Neue Medien. Texte zur digitalen Kultur und Kommunikation. Bielefeld, S. 106-125. • Grimm, Petra (2021): „Werte. Was können ethische Ansätze für eine wertorientierte Digitalisierung leisten?“ In: Piallat, Chris (Hg.): Der Wert der Digitalisierung. Bielefeld • Klock, Daniela / Spahr, Angela (2000): Medientheorien. Eine Einführung. München. • Krotz, Friedrich (2018): Medienwandel und Mediatisierung. Ein Einstieg und Überblick. In: Mediatisierte Gesellschaften, hg. v. Andreas Kalina et al. Baden-Baden, S. 27-54. • Leschke, Rainer (2001): Einführung in die Medienethik. München • Merja Mahrt (2015): „Mit Big Data gegen das Ende der Theorie“. In: Maireder, Axel / Ausserhofer, Julian / Schumann, Christina / Taddicken, Monika: Digitale Methoden in der Kommunikationswissenschaft. Berlin • O'Hara, Kieron / Hall, Wendy (2021): Four Internets: Data, Geopolitics, and the Governance of Cyberspace. Oxford • Pariser, Eli (2012): Filter Bubble. München. • Rogers, Richard (2013): Digital Methods. Amsterdam. • Rheingold, Howard (2002): Smart Mobs: „Die Macht der mobilen Vielen“. In: Bruns, Karin / Reichert, Ramon (Hg.) (2007): Reader Neue Medien. Texte zur digitalen Kultur und Kommunikation. Bielefeld S. 359-370. • Scherfer, Konrad / Volpers, Helmut (Hrsg.) (2008): Webwissenschaft - Eine Einführung. Münster. • Scherfer, Konrad / Volpers, Helmut (Hrsg.) (2013): Methoden der Webwissenschaft. Münster.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	22.04.2024

5.28 Deep Dive III

Modulnummer:	OR70
Modulbezeichnung:	Deep Dive III
Art des Moduls:	Wahlpflichtmodul (unbenotet)
ECTS credits:	6
Sprache:	OR70: Abhängig von der gewählten Lehrveranstaltung
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	7.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Dozierende:	Abhängig von der gewählten Lehrveranstaltung
Learning Outcome:	Die Studierenden erwerben die in der Beschreibung der jeweiligen Angebote formulierten Kompetenzen. Darüber hinaus können sie durch den Einblick in andere Studiengänge ein besseres Verständnis für benachbarte Gebiete und damit Schnittstellenkompetenzen erwerben.
Modulinhalte:	- OR70 Die Studierenden wählen Lehrveranstaltungen im Umfang von insgesamt 4 SWS / 6 ECTS aus einem Angebot an vertiefenden, und / oder interdisziplinären Lehrveranstaltungen am IWS / der Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften, von angrenzender Fakultäten oder ECTS-zertifizierte Kurse anderer Anbieter (i.d.R. Hochschulen). Das Angebot wird jedes Semester aktualisiert, um der dynamischen Entwicklung digitaler Technologien und damit verbundener aktueller Fragestellungen gerecht zu werden.
Lehr- und Lernmethoden:	Abhängig von der gewählten Lehrveranstaltung (OR70)
Prüfungsform/en:	Je nach gewählter LV sind alle in der RPO unter §19 bis §22 aufgeführten Prüfungsformen möglich
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Zwingende Voraussetzungen:	Inhaltliche Voraussetzungen und Lerninhalte werden von den anbietenden Lehrenden festgelegt.

Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	22.05.2024

5.29 Seminar zur Bachelorarbeit

Modulnummer:	OR71
Modulbezeichnung:	Seminar zur Bachelorarbeit
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	6
Sprache:	OR71.1: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	7.
Häufigkeit des Angebots:	halbjährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Lars Rinsdorf
Dozierende:	Alle Lehrenden des Faches
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden sind in der Lage, die Ergebnisse der eigenen Arbeit professionell zu präsentieren und einzuordnen, (WOMIT) indem sie Ihre Vorgehensweise begründen, sich mit Kommilitonen und Lehrenden austauschen und den Umgang mit konstruktiv-kritischen Einwänden üben. (WOZU) Die Studierenden erwerben Schlüsselkompetenzen im Bereich Forschung und professioneller beruflicher Praxis. Dazu gehört die Rezeption und Produktion von wissenschaftlichen Texten ebenso wie Präsentieren und Kommunikation im Team, sowie Schlussfolgerungen für die weitere Arbeit zu treffen.
Modulinhalte:	<i>Seminar zur Bachelorarbeit - OR71.1</i> • Vorbereitung und Begleitung der Bachelorarbeiten • Die Studierenden entwickeln Vorschläge von Thema und Fragestellung Ihrer Bachelorarbeit • Formale Vorgaben zu theoretischen, empirischen, konzeptionellen und medienpraktischen Bachelorarbeiten • Diskussion und kritische Reflexion der Vorschläge von Kommilitonen und Lehrenden • Austausch der Kandidaten untereinander • Behandlung von auftauchenden Problemen • Vorstellung der gewählten Lösungsansätze • Begründung der gewählten Vorgehensweise • Präsentation des Arbeitsstandes und weitere Planung • Einordnung der finalen Ergebnisse in einen breiteren wissenschaftlichen Kontext und Reflexion des eigenen Vorgehens in einem Kolloquium / Disputation
Lehr- und Lernmethoden:	Seminar (OR71.1)
Prüfungsform/en:	Präsentation (unbenotet) und Kolloquium

Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	240h
Präsenzzeit:	30h
Selbststudium:	210h
Zwingende Voraussetzungen:	Anmeldung zur Bachelorarbeit
Empfohlene Literatur:	• Eco, Umberto (2010): Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. 13. Auflage. • Kornmeier, Martin (2007): Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg. • Rost, Friedrich (2013): Lern- und Arbeitstechniken für das Studium. 4. Auflage, Wiesbaden.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	Das Seminar zur Bachelorarbeit wird jedes Semester für die Studierenden des Studiengangs OR angeboten. Es besteht aus einem Workshop zur Themenfindung zu Beginn der Bearbeitungszeit, einer Präsentation und Diskussion des Arbeitsstandes, das zur Hälfte der Bearbeitungszeit stattfindet, und des Kolloquiums, die in angemessenem Abstand zum Abgabetermin der Bachelorarbeit stattfindet. Im Workshop zur Themenfindung erhalten die Studierenden Hinweise zum erfolgreichen Start in die Abschlussarbeit. In der Präsentation stellen sich die Studierenden den Stand ihrer Arbeit gegenseitig vor und diskutieren unter Anleitung der Gutachtenden Lösungen zu aktuellen Problemen, die sich aus der Bachelorarbeit ergeben. Im Kolloquium erläutern die Studierenden die in ihrer Bachelorarbeit erarbeiteten Ergebnisse sowie ihre Vorgehensweise und ordnen sie in einen breiteren kommunikationswissenschaftlichen Kontext ein.
Letzte Aktualisierung:	25.10.2024

5.30 Bachelorarbeit

Modulnummer:	OR72
Modulbezeichnung:	Bachelorarbeit
Art des Moduls:	Pflichtmodul (benotet)
ECTS credits:	12
Sprache:	OR72.1: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	7.
Häufigkeit des Angebots:	halbjährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Lars Rinsdorf
Dozierende:	Alle Lehrenden des Faches
Learning Outcome:	(WAS) Die Studierenden können in der Bachelorarbeit die im Zuge des Studiums erworbenen fachlich-methodischen Kompetenzen anwenden, (WOMIT) indem sie wissenschaftlich arbeiten, eigenständige Projektarbeit unter Zeitdruck absolvieren, Problemlösungskompetenz zeigen und den Umgang mit wissenschaftlicher Literatur einüben, (WOZU) um zu zeigen, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine wissenschaftliche Problemstellung eigenständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und die Ergebnisse sachgerecht darzustellen.
Modulinhalte:	<i>Bachelorarbeit - OR72.1</i> - Die Bachelorarbeit kann eine theoretische, empirische oder konzeptionelle Arbeit sein. Auch eine medienpraktische Umsetzung einer online-redaktionellen Aufgabe, begleitet durch einen schriftlichen, konzeptionell-reflektierenden Teil, ist möglich. - Die fachlichen Inhalte der Bachelorarbeit sind abhängig vom gestellten Thema.
Lehr- und Lernmethoden:	Betreuung der Bachelorarbeit durch die Erstgutachterin/den Erstgutachter. (OR72.1)
Prüfungsform/en:	Bachelorarbeit
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	360h
Präsenzzeit:	h

Selbststudium:	360h
Zwingende Voraussetzungen:	Die Zulassungsvoraussetzung für die Bachelorarbeit ist der Nachweis von mindestens 161 Credits. Details sind in der Prüfungsordnung geregelt.
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	Dauer: 10 Wochen. Die Bachelorarbeit wird im Normalfall von einer bzw. einem Studierenden als Einzelarbeit durchgeführt. Im Ausnahmefall kann die Bachelorarbeit auch als Gruppenarbeit von mehreren Studierenden durchgeführt werden. Dabei müssen der Inhalt und der Umfang jedoch klar trennbar und einzeln bewertbar sein.
Letzte Aktualisierung:	02.05.2024

5.31 Activities and Social Credits

Modulnummer:	OR73
Modulbezeichnung:	Activities and Social Credits
Art des Moduls:	Pflichtmodul (unbenotet)
ECTS credits:	6
Sprache:	OR73.1: Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	1. bis 7.
Häufigkeit des Angebots:	halbjährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Dozierende:	Alle Lehrenden des IWS
Learning Outcome:	<i>Activities and Social Credits - OR73.1</i> (WAS) Die Studierenden können ihren individuellen überfachlichen Kompetenzentwicklungsbedarf ermitteln, ein Kompetenzentwicklungsziel entwerfen sowie den eigenen Entwicklungsfortschritt überprüfen und bewerten, (WOMIT) indem sie die zu entwickelnde(n) Kompetenz(en) im Rahmen einer praktischen Aktivität anwenden und die eigene Kompetenzentwicklung in einem e-Portfolio reflektieren, (WOZU) um im Studium sowie im professionellen Kontext mithilfe überfachlicher Kompetenzen Aufgabenstellungen kooperativ und verantwortungsvoll lösen zu können.
Modulinhalte:	<i>Activities and Social Credits - OR73.1</i> Im Rahmen dieses Moduls haben die Studierenden die Gelegenheit, ihre überfachlichen Kompetenzen gezielt auf ihr künftiges Berufsfeld hin weiterzuentwickeln. Auf der Grundlage einer Analyse der überfachlichen Kompetenzen (Soll-Profil) und der Erstellung eines persönlichen Ist-Profiles (z.B. anhand des an der TH Köln für alle Studierenden verfügbaren KompetenzChecks http://kompass.web.th-koeln.de/) identifizieren die Studierenden Kompetenzbereiche, in denen sie Entwicklungsbedarf sehen. Für den Erwerb der angestrebten Kompetenzen suchen sie sich entsprechende Aktivitätsfelder. Als Aktivitätsfelder kommen z.B. in Frage: • Fachtutorium <i>Tätigkeit/möglicher Kompetenzerwerb:</i> Moderation, Zeitmanagement, Planung und Durchführung von Gruppensitzungen, Feedback geben und nehmen • Gremienarbeit, bspw. als studentisches Mitglied im Institutsvorstand des IWS <i>Tätigkeit/möglicher Kompetenzerwerb:</i> Vorbereitung von Sitzungen mit unbekannten Sachverhalten (Vorlagen verstehen, Hintergründe

- recherchieren, Argumente vorbereiten), aktive Beteiligung (Diskussionsverlauf verfolgen, Argumentationslinien erkennen, Konstellationen wahrnehmen, Argumente passend vortragen), Ergebnisse zusammenfassen und Dritte informieren
- Mitarbeit bei Messen/Ausstellungen/Tagungen
Tätigkeit/möglicher Kompetenzerwerb: Anforderungen an Auftritt in Abstimmung mit Auftraggeber*in klären, Arbeitspakete definieren und zeitgerecht bearbeiten, Kontakte zielgruppengerecht planen und durchführen, Aktivitäten evaluieren
- Mitwirkung bei den Studieninformationstagen/Tagen der offenen Tür
Tätigkeit/möglicher Kompetenzerwerb: Anforderungen an Auftritt in Abstimmung mit Auftraggeber*in klären, Arbeitspakete definieren und zeitgerecht bearbeiten, Kontakte zielgruppengerecht planen und durchführen, Aktivitäten evaluieren
- Mitarbeit in der studiengangseigenen Webredaktion (Website und Social-Media-Kanäle)
Tätigkeit/möglicher Kompetenzerwerb: Anforderungen an die Webauftritte in Abstimmung mit Auftraggeber*in klären, Kommunikationsstrategien zielgruppengerecht planen und durchführen, (Fach-)Communities in Abstimmung mit den Studiengangszielen betreuen
- Betreuung von Studierenden mit Beeinträchtigung

Weitere Aktivitätsfelder können nach Absprache mit der/dem Modulbeauftragten gewählt werden.

Die Studierenden reflektieren die eigene Kompetenzentwicklung in einem Lernportfolio.

Lehr- und Lernmethoden:	Projektarbeit (OR73.1)
Prüfungsform/en:	Lernportfolio
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	2 SWS / 30h
Selbststudium:	150h
Zwingende Voraussetzungen:	keine
Empfohlene Literatur:	- Meyer, Ruth. Soft Skills fördern. Strukturiert Persönlichkeit entwickeln, hep Verlag, 2. Aufl., Bern 2011 http://kompass.web.th-koeln.de/
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	02.05.2024

Modulmatrix Teil 1: Profil
 Letzte Aktualisierung: 28.10.2024

Studiengang: Online-Redaktion B.A.

Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften

Module / Lehrveranstaltungen			ECTS - Punkte		Handlungsfelder / Aufteilung ECTS-Punkte										Zuordnung Kompetenzen Absolvent*innenprofil				Zuordnung Studiengangskriterien			
Semester	Modul	Teilmodul / Lehrveranstaltung (optional)	Teilmodul	Gesamt	10 H1 JournRed	10 H2 ContStr	13 H3 DigProd	11 H4 UX	11 H5 SoctMeRed	12 H6 MultMed	10 H7 ProfTeam	13 H8 EvaRef	17 CC	13 SK	14 TM	13 PB	Global Citizenship	International- isierung	Interdiszi- plinarität	Transfer		
1	OR10 Journalistische Grundlagen		OR10.1	Einführung in die jurn. Darstellungsformen	3	9			x	x			x				x					
1			OR10.2	Grundlagen jurn. Recherche- und Schreibtechniken	2								x									
1			OR10.3	Recherchieren in der jurn. Praxis	2								x									
1			OR10.4	Redigieren	2								x									
1	OR11 Digitalisierung und Beruf		OR11.1	Berufsfelderkundung	3	5			x								x			x		
1			OR11.2	Grundlagen der Digitalisierung	2			x									x					
1	OR12 Informationsarchitektur des Webs		OR12.1	Web-Konzeption	3	6		x						x					x			
1			OR12.2	Web Standards	1			x						x								
2			OR12.3	Web Standards	2			x		x				x			x					
1	OR13 Social Media		OR13.1	Einführung in Social Media	3	6			x					x								
1			OR13.2	Social Media in der redaktionellen Praxis	3				x					x								
1	OR14 Medien- und Kommunikationswissenschaft I		OR14.1	Medien- und Kommunikationswissenschaftliche Theorien	3	6						x			x		x					
1			OR14.2	Informationsethik	3							x			x							
2	OR20 Journalistische Praxis		OR20.1	Nachrichtenauswahl und Nachrichtenqualität	2	8							x				x					
2			OR20.2	Praxis des journalistischen Recherchierens	3								x									
2			OR20.3	Praxis des journalistischen Schreibens	3								x									
2	OR21 Webdesign: Grundlagen und Tools		OR21.1	Gestaltungsgrundlagen	2,5	5		x					x						x			
2			OR21.2	Tools des Webdesigns	2,5				x				x									
2	OR22 Content-Management-Systeme		OR22.1	Grundlagen des Content Managements	3	6		x						x								
3			OR22.2	Content-Management-Systeme in der Praxis	3			x						x					x			
2	OR23 Medien- und Kommunikationswissenschaft II		OR23.1	Strukturen und Funktionen der Massenmedien	3							x					x					
2			OR23.2	Wissenschaftliches Arbeiten	3							x										
2	OR24 Methoden der empirischen Sozialforschung		OR24.1	Empirische Forschungsmethoden (VL)	2	8							x				x					
2			OR24.2	Statistik (Vorlesung)	2										x		x					
2			OR24.3	Empirische Forschungsmethoden: Übung	2												x					
3			OR24.4	Statistik: Übung	2												x					

Fakultät für Informations- und Kommunikationswissenschaften

Studiengang: Online-Redaktion B.A.

Modulmatrix Teil 1: Profil
 Letzte Aktualisierung: 28.10.2024

Module / Lehrveranstaltungen				ECTS - Punkte		Handlungsfelder / Aufteilung ECTS-Punkte										Zuordnung Kompetenzen Absolvent*innenprofil				Zuordnung Studiengangskriterien			
Semester	Modul	Teilmodul / Lehrveranstaltung (optional)	Teilmodul	Gesamt	10 H1 JournRed	10 H2 ContStr	13 H3 DigProd	11 H4 UX	11 H5 SoMedRed	12 H6 MultMed	10 H7 ProjTeam	13 H8 EvaRef	17 CC	13 SK	14 TM	13 PB	Global Citizenship	International- isierung	Interdiszi- plinarität	Transfer			
3	OR30 Multimediale Produktionen für das Web	OR30.1 Fotografie OR30.2 Video für das Web OR30.3 Audio für das Web	1	5			x			x			x						x				
			2																				
			2																				
3	OR31 Digitales Design und KI-Anwendungen	OR31.1 Design für digitale Medien OR31.2 Generative und automatisierte Tools OR32.1 Management der Redaktionsprojekte OR32.2 Kommunikation als professionelles Feld	2,5	5			x	x		x			x						x				
2,5																							
2,5																							
3	OR32 Berufsfelder und Praxisvorbereitung	OR34.1 Content Strategy: Grundlagen OR34.2 Content Strategy: Projekt	2	5		x		x	x														
2,5																							
3	OR33 Modelle und Methoden in Online-Redaktionen		3																				
3	OR34 Content Strategy		2	5		x		x	x								x			x			
3			3			x		x	x														
4	OR40 Multimediales Storytelling	OR40.1 Evaluation von AV-Produktionen OR40.2 Bildredaktion OR40.3 Praxis des Multimedialen Storytellings	2	5						x			x										
4			1																				
4			2																				
4	OR41 Webprojekt			9	x	x	x	x	x	x	x												
4	OR42 Sichtbarkeit für Suchmaschinen und KI			5		x								x									
4	OR43 Medienrecht	OR43.1 Presse- und Onlinerecht	2,5	5	x		x								x		x						
4		OR43.2 Urheberrecht	2,5		x		x																
4	OR44 Usability und Analytics: Empirische Methoden und	OR44.1 Web Usability	3	6		x		x	x										x				
4		OR44.2 Web Analytics	3			x		x	x														
5	OR50 Praxissemester I: Redaktionsalltag			20	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	x									x			
5	OR51 Praxissemester II: Redaktionsprojekt			10	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	x									x			
6	OR60 Deep Dive I			6	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)						x	x				
6	OR61 Deep Dive II			6	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)						x	x				
6	OR62 Praxisreflexion und Peer Learning: Einblicke in das Berufsleben			6							x	x											
6	OR63 Content Marketing	OR63.1 Grundlagen und aktuelle Formen des Content Marketings	3	6		x			x									x					
6		OR63.2 Konzeption und Planung von Content Marketing	3			x			x	x													
6	OR64 Webwissenschaft			6														x					
7	OR70 Deep Dive III			6	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)	(x)						x					
7	OR71 Seminar zur Bachelorarbeit			6																			
7	OR72 BA-Thesis			12																			
7	OR73 Activities und Social Credits			6																			

Impressum:

TH Köln
Gustav-Heinemann-Ufer 54
50968 Köln

www.th-koeln.de

MDH-Template-Version: 2020-02-10_V3