
Modulhandbuch

für den Studiengang

Online-Redaktion (Bachelor of Arts)

gültig für Studierende bis Anfangsjahrgang 2022

Stand 01.06.2020

IWS

Institut für
Informationswissenschaft

Fakultät für Informations-
und Kommunikations-
wissenschaften

Technology
Arts Sciences
TH Köln

Übersicht Module und Lehrveranstaltungen im Studiengang Online-Redaktion

Stand März 2019

Modul	1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.	5. Sem.	6. Sem.	7. Sem.	Credits	SWS	Workload
OR01 Activities and Social Credits							2P	5	2	180
OR11 Medien- und Kommunikationswissenschaft								9	6	270
OR11.1 Strukturen und Funktionen der Massenmedien	2V									
OR11.2 Grundlagen des Webs	2V									
OR11.3 Medien- und kommunikationswiss. Theorien	2V									
OR12 Publizistik und Ethik								6	6	240
OR12.1 Geschichte und Selbstverständnis publ. Berufe		2 V								
OR12.2 Einführung in die Informations-Ethik		1V								
OR12.3 Wissenschaftliches Arbeiten		1V								
OR12.4 Berufsfelderkundung (Projektwoche)	2P									
OR13 Methoden der empirischen Sozialforschung								6	4	180
OR13.1 Empirische Forschungsmethoden			1V							
OR13.2 Empirische Forschungsmethoden (Übungen)			1Ü							
OR13.3 Statistik			1V							
OR13.4 Statistik (Übungen)			1Ü							
OR14 Empirische Methoden der Webwissenschaft								6	4	180
OR14.1 Web-Usability I				1V						
OR14.2 Web-Usability II				1Ü						
OR14.3 Web Analytics				2SU						
OR15 Webwissenschaft								6	4	180
OR15.1 Medien- und Informations-/Netzethik					1V					
OR15.2 Webwissenschaftliche Theorien					2V					
OR15.3 Medientheorien					1V					
OR21 Journalistische Grundlagen								8	6	240
OR21.1 Einführung in die jourm. Darstellungsfomen	2V									
OR21.2 Grundlagen jourm. Recherchetechniken	1V									
OR21.3 Recherchieren in der jourm. Praxis	1Ü									
OR21.4 Redigieren	2Ü									
OR22 Journalistische Praxis								8	6	240
OR22.1 Nachrichtenauswahl und Nachrichtenqualität		1V								
OR22.2 Praxis des jourm. Recherchierens		3P								
OR22.3 Praxis des jourm. Schreibens		2Ü								
OR23 Multimediale Produktion für das Web								6	4	180
OR23.1 Fotografie			1LP							
OR23.2 Video für das Web			2LP							
OR23.3 Audio für das Web			1LP							
OR24 Multimediales Storytelling								6	4	180
OR24.1 Evaluation von AV-Produktionen				2V						
OR24.2 Bildredaktion				1V						
OR24.3 Multimediales Storytelling				1LP						
OR25 Content-Schwerpunkt: Fachkenntnisse								3	2	90
OR25.1 Fachkenntnisse				2SU						
OR26 Content-Schwerpunkt: Praxisprojekt								3	4	90
OR26.1 Praxisprojekt					4P					
OR31 Social Media								6	4	180
OR31.1 Einführung in Social Media	1V									
OR31.2 Social Media Management	1Ü									
OR31.3 Social Media in der redaktionellen Praxis	2LP									

Legende:

V=Vorlesung,
 SU=Seminaristischer Unterricht,
 Ü=Übung,
 LP=Laborpraktikum,
 P=Projekt

Modulnamen rot: benotet;
 schwarz: unbenotet

Farblegende:

OR1X – Wissenschaft und Theorie
OR2X – Content-Produktion
OR3X – Content-Distribution
OR4X – Webtechnologien und -
OR5X – Rechtliche Grundlagen
OR6X – Projekte
OR7X – Wahlpflichtbereich
OR8X – Bachelor Thesis
OR9X – Datenjournalismus
OR0X – Activities und Social Credits

Übersicht Module und Lehrveranstaltungen im Studiengang Online-Redaktion

Stand März 2019

Modul	1. Sem. 2. Sem. 3. Sem. 4. Sem. 5. Sem. 6. Sem. 7. Sem.							Credits	SWS	Workload
OR32	Content-Management-Systeme							6	4	180
OR32.1		2SU								
OR32.2			2Ü							
OR33	Online-Redaktionsmanagement							6	4	180
OR33.1			4V							
OR34	Content Strategy							6	4	180
OR34.1			1V							
OR34.2			1Ü							
OR34.3			2LP							
OR35	Content Marketing							6	4	180
OR35.1					1V					
OR35.2					1Ü					
OR35.3					2LP					
OR41	Informationsarchitektur des Webs							7	6	210
OR41.1	1V	1V								
OR41.2	1Ü	1Ü								
OR41.3	2LP									
OR42	Webdesign							8	5	240
OR42.1			1SU							
OR42.2		2LP								
OR42.3		2LP								
OR43	Information Research							8	7	240
OR43.1		1V								
OR43.2		1V + 2								
OR43.3			1V + 2							
OR51	Medienrecht							6	4	180
OR51.1					2V					
OR51.2						1V				
OR51.3						1V				
OR61	Web-Projekt							9	6	240
OR61.1				6P						
OR62	Redaktionsprojekt: Management							4	3	135
OR62.1				3SU						
OR63	Redaktionsprojekt 1							20		600
OR63.1					0 SWS					
OR64	Redaktionsprojekt 2							12		300
OR64.1					0 SWS					
OR65	Redaktionsprojekt: Präsentation und Evaluation							5	3	135
OR65.1						3SU				
OR71	Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer							6	4	180
						2x2 SWS od. 1x4 SWS				
OR72	Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer							6	4	180
						2x2 SWS od. 1x4 SWS				
OR81	Bachelorarbeit							12		360
OR82	Seminar zur Bachelorarbeit							5	4	150
						4SU				
GESAMT	24 SWS	21 SWS	21 SWS	19 SWS	0 SWS	21 SWS	12 SWS	210 Credits	118 SWS	6300 WL
Im Datenjournalismus-Schwerpunkt:										
OR91	Informationsvisualisierung							6	4	180
		4 SWS								
OR93	Datenjournalismus-Projekt: Management							4	3	135
			3 SWS							
OR94	Data Mining							6	4	180
					4 SWS					
OR92	Datenmodellierung							6	4	180
						4 SWS				

Legende:

V=Vorlesung,
 SU=Seminaristischer Unterricht,
 Ü=Übung,
 LP=Laborpraktikum,
 P=Projekt

Modulnamen rot: benotet;
 schwarz: unbenotet

Farblegende:

OR1X – Wissenschaft und Theorie
OR2X – Content-Produktion
OR3X – Content-Distribution
OR4X – Webtechnologien und -
OR5X – Rechtliche Grundlagen
OR6X – Projekte
OR7X – Wahlpflichtbereich
OR8X – Bachelor Thesis
OR9X – Datenjournalismus
OR0X – Activities und Social Credits

Pinke Module werden nur von Studierenden des Datenjournalismus-Schwerpunkts belegt!

Inhaltsverzeichnis

0 Activities und Social Credits

0.1	Activities and Social Credits (OR01)	S. 1
-----	--------------------------------------	------

1 Wissenschaft und Theorie

1.1	Medien- und Kommunikationswissenschaft (OR11)	S. 4
1.2	Publizistik und Ethik (OR12)	S. 7
1.3	Methoden der empirischen Sozialforschung (OR13)	S. 10
1.4	Empirische Methoden der Webwissenschaft (OR14)	S. 14
1.5	Webwissenschaft (OR15)	S. 16

2 Content-Produktion

2.1	Journalistische Grundlagen (OR21)	S. 19
2.2	Journalistische Praxis (OR22)	S. 22
2.3	Multimediale Produktion für das Web (OR23)	S. 25
2.4	Multimediales Storytelling (OR24)	S. 27
2.5	Content-Schwerpunkt: Fachkenntnisse (OR25)	S. 29
2.6	Content-Schwerpunkt: Praxisprojekt (OR26)	S. 31

3 Content-Distribution

3.1	Social Media (OR31)	S. 32
3.2	Content-Management-Systeme (OR32)	S. 35
3.3	Online-Redaktionsmanagement (OR33)	S. 37
3.4	Content Strategy (OR34)	S. 39
3.5	Content Marketing (OR35)	S. 42

4 Webtechnologien und –Design

4.1	Informationsarchitektur des Webs (OR41)	S. 45
4.2	Webdesign (OR42)	S. 48
4.3	Information Research (OR43)	S. 50

5 Rechtliche Grundlagen

5.1	Medienrecht (OR51)	S. 53
-----	--------------------	-------

6 Projekte

6.1	Web-Projekt (OR61)	S. 56
6.2	Redaktionsprojekt: Management (OR62)	S. 59
6.3	Redaktionsprojekt 1 (OR63)	S. 61
6.4	Redaktionsprojekt 2 (OR64)	S. 63
6.5	Redaktionsprojekt: Präsentation und Evaluation (OR65)	S. 65

7 Wahlpflichtbereich

7.1	Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer (OR71)	S. 67
7.2	Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer (OR72)	S. 72

8 Bachelor Thesis

8.1	Bachelorarbeit (OR81)	S. 75
8.2	Seminar zur Bachelorarbeit (OR82)	S. 77

9 Schwerpunkt Datenjournalismus

9.1	Datenjournalismus: Informationsvisualisierung (OR91)	S. 79
9.2	Datenjournalismus: Datenmodellierung (OR92)	S. 81
9.3	Datenjournalismus-Projekt: Management (OR93)	S. 83
9.4	Datenjournalismus: Data Mining (OR94)	S. 85

Activities and Social Credits

Modulcode: OR01

Das Modul "Activities and Social Credits" wird modifiziert auch angeboten in den Studiengängen „BIW“ und „Data and Information Science“.

	Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer
	150h	5	1. bis 7. Sem.	halbjährlich	1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
		∑ 2 SWS / 30h	∑ 120h		
	OR01.1 Activities and Social Credits (<i>Projektarbeit</i>)	OR01.1 2 SWS / 30h	OR01.1 90h	OR01.1 Deutsch	OR01.1 60
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	<p>OR01.1 (WAS) Die Studierenden können ihren individuellen überfachlichen Kompetenzentwicklungsbedarf ermitteln, ein Kompetenzentwicklungsziel entwerfen sowie den eigenen Entwicklungfortschritt 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.</p>				
3	Inhalte:				

Activities and Social Credits

Modulcode: OR01

OR01.1

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://studtest.wi.th-koeln.de/kompass/>) 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
Tätigkeit/möglicher Kompetenzerwerb: Moderation, Zeitmanagement, Planung und Durchführung von Gruppensitzungen, Feedback geben und nehmen
- Gremienarbeit, bspw. als studentisches Mitglied im Institutsvorstand des IWS
Tätigkeit/möglicher Kompetenzerwerb: Vorbereitung von Sitzungen mit unbekanntem Sachverhalt (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 e-Portfolio.

4	Lehrformen:
	Projektarbeit (OR01.1)
5	Teilnahmevoraussetzungen:
	keine
6	Art der Prüfung:
	Lernportfolio (OR01.1)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
	Teilnahme an bzw. Durchführung einer praktischen Aktivität zum Erwerb überfachlicher Kompetenzen und Abgabe eines e-Portfolios
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul
	Pflichtmodul
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
	unbenotet
10	Stellenwert der Note für die Endnote:

Activities and Social Credits

Modulcode: OR01

-

11 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Petra Werner

Hauptamtlich Lehrende: Alle Lehrenden des IWS

12 Sonstige Informationen:

-

13 Literatur / Quellen

- Meyer, Ruth. Soft Skills fördern. Strukturiert Persönlichkeit entwickeln, hep Verlag, 2. Aufl., Bern 2011
- <http://kompass.web.th-koeln.de/>

Medien- und Kommunikationswissenschaft

Modulcode: OR11

Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer
270h	9	1. Sem.	jährlich	1 Sem.
1 Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	∑ 6 SWS / 90h	∑ 180h		
OR11.1 Strukturen und Funktionen der Massenmedien (<i>Vorlesung</i>)	OR11.1 2 SWS / 30h	OR11.1 60h	OR11.1 Deutsch	OR11.1 60
OR11.2 Grundlagen des Webs (<i>Vorlesung</i>)	OR11.2 2 SWS / 30h	OR11.2 60h	OR11.2 Deutsch	OR11.2 60
OR11.3 Medien- und kommunikationswissenschaftliche Theorien (<i>Vorlesung</i>)	OR11.3 2 SWS / 30h	OR11.3 60h	OR11.3 Deutsch	OR11.3 60
2 Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
OR11.1 (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.				
OR11.2 (WAS) Die Studierenden verstehen die wichtigsten technologischen und konzeptuellen Grundsätze des Webs und dessen Bedeutung als Kommunikations- und Interaktionsraum, (WOMIT) indem sie die Perspektiven unterschiedlicher Interessensgruppen des Webs kennenlernen und Motive von kommerziellen, institutionellen wie auch privaten Protagonisten diskutieren, (WOZU) um praktischen Fragestellungen sowohl im weiteren Studienverlauf als auch in der späteren Berufspraxis mit fachlichen Grundlagen zu begegnen und Anwendungsfälle analysieren zu können.				
OR11.3 (WAS) Die Studierenden erwerben kommunikations- und medienwissenschaftliches Grundwissen zu Fragen von medialer Kommunikation und fachwissenschaftlicher Theoriebildung mit deren fachwissenschaftlicher Genese, (WOMIT) indem sie mit Hilfe etablierter Kommunikations- und Wirkungsmodelle interferierende Zusammenhänge von Akteuren des medialen Kommunikationsprozesses sowie auf der Grundlage historischer und aktueller Darstellungen das berufliche Selbstverständnis erkennen und reflektieren, (WOZU) um als Online-Redakteur*in Rolle und Funktion des eigenen Medienschaffens und -wirkens sowie der Institution/Organisation im medialen Kommunikationsprozess des Webs als Teil der öffentlichen/politischen Kommunikation einordnen zu können.				
3 Inhalte:				

Medien- und Kommunikationswissenschaft

Modulcode: OR11

OR11.1

- 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

OR11.2

- Architektur des Webs (Technologische Grundstrukturen / Funktionsweisen; Organische Grundstrukturen / Governance; Hypertext / Semantisches Web)
- Das Web als Kommunikations- und Interaktionsraum („Web 2.0“ / Social Web, Soziale Netzwerke, Blogs – Theorien und Forschungsansätze; Webnutzung national und global; Aktuelle Trends (in Anwendungen, Nutzungsformen etc.))
- Ökonomie im Web (Geschäftsmodelle, Big Player, Regulierung national und global)
- Politik im Web (Netzneutralität, Anonymität, Whistleblowing, Überwachung, Datenschutz; eParticipation, eGovernment, Open Data)

OR11.3

- Kommunikations- und Medienbegriff
- Kommunikations- und Medienwirkungsmodelle, zum Beispiel Stimulus Response-Modell, Agenda-Setting-Approach, Transaktionaler Ansatz etc.

4 Lehrformen:

Vorlesung (OR11.1)

Vorlesung (OR11.2)

Vorlesung (OR11.3)

5 Teilnahmevoraussetzungen:

keine

6 Art der Prüfung:

Klausur (Ergebnis bildet 1/3 der Modulnote) (OR11.1)

Klausur (Ergebnis bildet 1/3 der Modulnote) (OR11.2)

Klausur (Ergebnis bildet 1/3 der Modulnote) (OR11.3)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Bestehen der Modulprüfung

8 Art: Pflicht- oder Wahlmodul

Pflichtmodul

9 Bewertungsmethoden benotet/unbenotet

benotet

10 Stellenwert der Note für die Endnote:

9%

11 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Petra Werner

Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Petra Werner, Miriam Schmitz, Prof. Dr. Ingrid Scheffler

Medien- und Kommunikationswissenschaft

Modulcode: OR11

12 Sonstige Informationen:

-

13 Literatur / Quellen

- Beckedahl, Markus / Biselli, Anna / Meister, Andre (2014; Hrsg.): Jahrbuch Netzpolitik 2014. Berlin. ePaper unter <https://netzpolitik.org/jahrbuch-2014/>
- Engel, Bernhard / Mai, Lothar / Müller, Thorsten (2017): Massenkommunikation Trends 2017: Intermediale Nutzungsportfolios. In: Media-Perspektiven. Heft 7-8. S. 358-374 (bzw. jeweils vergleichbare aktuelle Texte aus den Media-Perspektiven)
- Meyn, Hermann / Tonnemacher, Jan (2012): Massenmedien in Deutschland. Konstanz (4., völlig überarbeitete Neuauflage).
- Pariser, Eli (2012): Filter Bubble. Wie wir im Internet entmündigt werden. München.
- Pürer, Heinz (2014): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Konstanz (2. Auflage).
- Scherfer, Konrad (2010; Hrsg.): Webwissenschaft – Eine Einführung. Berlin (2. Auflage).
- Steindl, Nina / Lauberer, Corinna / Hanitzsch, Thomas (2017): Journalismus in Deutschland. Aktuelle Befunde zu Kontinuität und Wandel im deutschen Journalismus. In: Publizistik, Heft 4, S. 401-423
- Weischenberg, Siegfried / Scholl, Achim / Malik, Maja (2006): Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz
- Aktuelle Beiträge aus Fachzeitschriften, z.B.: Post, Senja: Die Kommunikationsstrategien von Kontrahenten in der Fluglärmdebatte. Einflüsse der Wahrnehmung einer feindlichen Berichterstattung, der Medienwirksamkeit und der Meinungsklimata in Politik und Öffentlichkeit. In: M&K (Medien und Kommunikation) 4, 63. Jg. 2015, S. 517-534.

Publizistik und Ethik

Modulcode: OR12

Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
240h	6	1. und 2. Sem.	jährlich	2 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
		∑ 6 SWS / 90h	∑ 150h		
OR12.1 Geschichte und Selbstverständnis publizistischer Berufe (Vorlesung)	OR12.1 2 SWS / 30h	OR12.1 45h	OR12.1 Deutsch	OR12.1 60	
OR12.2 Einführung in die Informations-Ethik (Vorlesung)	OR12.2 1 SWS / 15h	OR12.2 45h	OR12.2 Deutsch	OR12.2 180	
OR12.3 Wissenschaftliches Arbeiten (Vorlesung)	OR12.3 1 SWS / 15h	OR12.3 30h	OR12.3 Deutsch	OR12.3 60	
OR12.4 Berufsfelderkundung (Seminaristischer Unterricht)	OR12.4 2 SWS / 30h	OR12.4 30h	OR12.4 Deutsch	OR12.4 60	
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
OR12.1	<p>(WAS) Die Studierenden lernen publizistische Betätigungsfelder und die Ausdifferenzierung der Berufsbilder in ihrem historischen und aktuellen Entwicklungsprozess kennen und können das eigene berufliche Selbstverständnis im Kommunikationsprozess und in der Medienpraxis einschätzen, (WOMIT) indem sie mit Hilfe historischer Quellen, wissenschaftlicher Fachliteratur sowie exemplarischer Recherche von publizistischen/journalistischen Arbeitsfeldern aus der Perspektive des Medienschaffenden den Wandel der journalistischen Berufsrollen erkennen und reflektieren können, (WOZU) um als Online-Redakteur*in die eigene Berufsrolle im medialen Kommunikationsprozess als Akteur einordnen zu können.</p>				
OR12.2	<p>(WAS) Die Studierenden sollen grundlegende Fragen der Ethik und insbesondere informationsethisches Grundwissen im Kontext medialer bzw. digitaler Kommunikation erwerben, (WOMIT) indem sie anhand von Praxisbeispielen die ethischen Handlungsfelder mit ihre Akteuren auf den verschiedenen Ebene des Individuums, der Organisation und des Nutzers sowie den aktuellen Ethikdiskurs ins Blickfeld nehmen, (WOZU) um ihre Verantwortung in ihrer Rolle und Funktion als Informationsvermittler in unterschiedlichen medialen und institutionellen Kontexten einordnen zu können.</p>				
OR12.3	<p>(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.</p>				
OR12.4 (geeignet für Projektwoche)	<p>(WAS) Die Studierenden kennen die verschiedenen Einsatzfelder von Online-Redakteur*innen, (WOMIT) indem sie eine Berufsfelderkundung in der Praxis (bei Absolvent*innen des Studiengangs Online-Redaktion) durchführen, (WOZU) um ihre zukünftigen Arbeitsplätze sowie die Perspektiven und die Besonderheiten des Berufs kennenzulernen.</p>				

Publizistik und Ethik

Modulcode: OR12

3 Inhalte:

OR12.1

- Entwicklung des Journalismus und der Publizistik
- Historische Wendepunkte der Ausdifferenzierung der journalistischen Berufsrolle sowie Entwicklung von Pressezensur und Pressefreiheit, insbesondere 19. und 20. Jahrhundert (Vormärz, Weimarer Republik)
- Entstehung und Entwicklung der journalistischen Berufsrolle bzw. Entwicklung des Berufsfeldes Journalismus / Videojournalismus
- (Ethische) Problemfelder und Aufgabe und Funktion von Medien in Hinblick auf publizistisches Selbstverständnis des (einzelnen) Akteurs

OR12.2

- 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

OR12.3

- 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

OR12.4

- Berufsfelder von Online-Redakteur*innen (Online-Journalismus, Social Media, Online-Redaktion, Online-PR usf.)
- Spezifika einzelner online-redaktioneller Berufsfelder
- Tätigkeitsbereiche und Perspektiven der online-redaktionellen Berufsfelder

4 Lehrformen:

Vorlesung (OR12.1)

Vorlesung (OR12.2)

Vorlesung (OR12.3)

Seminaristischer Unterricht (OR12.4)

5 Teilnahmevoraussetzungen:

keine

6 Art der Prüfung:

Publizistik und Ethik	
Modulcode: OR12	
Hausarbeit in einer der folgenden Lehrveranstaltungen: (OR12.1) (OR12.2)	
(OR12.3) Referat sowie Lernportfolio oder Klausur (OR12.4)	
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Regelmäßige und aktive Teilnahme am Seminaristischen Unterricht sowie Bestehen der Teilmodulprüfungen	
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul
Pflichtmodul	
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
unbenotet	
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
-	
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Ingrid Scheffler Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Amelie Duckwitz, Prof. Dr. Petra Werner; Prof. Dr. Ingrid Scheffler, Prof. Dr. Ingrid Scheffler, Prof. Dr. Inka Tappenbeck, Prof. Dr. Konrad Scherfer	
12	Sonstige Informationen:
-	
13	Literatur / Quellen
<ul style="list-style-type: none"> • Capurro, Rafael: Ethik, Informationsethik : eine Einführung. http://www.capurro.de/ethikskript/inhalt.htm • Heesen, Jessica (2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart. • Hepfer, Karl (2008): Philosophische Ethik: eine Einführung. Göttingen. • Kuhlen, Rainer (2004): Informationsethik: Umgang mit Wissen und Information in elektronischen Räumen. Konstanz. • Pieper, Annemarie (2000): Einführung in die Ethik. 4., überarb. und aktualisierte Aufl.; Tübingen [u.a.]. • Siep, Ludwig (2004): Konkrete Ethik: Grundlagen der Natur- und Kulturethik. Frankfurt am Main. • Themenschwerpunkt: Recht und Ethik im Internet. Hrsg. Joachim Hruschka. Berlin: Duncker & Humblot, 2015. • Tugendhat, Ernst (2004): Vorlesungen über Ethik. Frankfurt am Main. • Kunczik, Michael / Zipfel, Astrid (2001): Journalismus. In: Dies.: Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln / Weimar / Wien, S. 129-158. • Aktuelle Beiträge aus Fachzeitschriften, z.B.: Steindl, Nina / Lauberer, Corinna / Hanitzsch, Thomas (2017): Journalismus in Deutschland. Aktuelle Befunde zu Kontinuität und Wandel im deutschen Journalismus. In: Publizistik, Heft 4, S. 401-423. • Aktuelle Beiträge aus Fachzeitschriften, z.B.: Kiefer, Marie Luise: Journalismus als Dienstleistung? Eine dienstleistungstheoretische Einschätzung. In: M&K (Medien und Kommunikation) 4, 65. Jg. 2017, S. 682-703. 	

Methoden der empirischen Sozialforschung

Modulcode: OR13

Die Lehrveranstaltungen "Empirische Forschungsmethoden I" sowie "Statistik I" werden auch in den Studiengängen DIS und BIB angeboten.

Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer
180h	6	3. Sem.	jährlich	1 Sem.
1 Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	∑ 4 SWS / 60 h	∑ 120 h		
OR13.1 Empirische Forschungsmethoden (Vorlesung)	OR13.1 1 SWS / 15 h	OR13.1 30 h	OR13.1 Deutsch	OR13.1 200
OR13.2 Empirische Forschungsmethoden Übungen (Übung)	OR13.2 1 SWS / 15 h	OR13.2 30 h	OR13.2 Deutsch	OR13.2 30
OR13.3 Statistik (Vorlesung)	OR13.3 1 SWS / 15 h	OR13.3 30 h	OR13.3 Deutsch	OR13.3 200
OR13.4 Statistik Übungen (Übung)	OR13.4 1 SWS / 15 h	OR13.4 30 h	OR13.4 Deutsch	OR13.4 30

2 Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):

OR13.1

(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,

(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,

(WOZU) um in ihrem jeweiligen beruflichen Kontext den Einsatz empirischer Methoden, bspw. in der Marktforschung, beurteilen sowie Ergebnisse empirischer Forschung interpretieren können.

OR13.2

(WAS) Die Studierenden können die im redaktionellen Kontext wichtigsten Methoden der empirischen Medienforschung auf in Forschung oder Berufspraxis relevante Fragestellungen anwenden,

(WOMIT) indem sie – teilweise in Arbeitsgruppen – Projektaufgaben bearbeiten wie bspw. Fragebögen zu entwickeln und im Feld zu testen, inhaltsanalytische Instrumente zu konzipieren und auf Untersuchungsmaterial anzuwenden,

(WOZU) um im weiteren Studienverlauf sowie in der späteren Berufspraxis selbständig Fragestellungen mithilfe empirischer Forschungsmethoden beantworten zu können.

Methoden der empirischen Sozialforschung

Modulcode: OR13

OR13.3

(WAS) Die Studierenden können

- statistische Erhebungen planen,
- Daten systematisch sammeln, erfassen und statistische Berechnungen durchführen,
- Daten auswerten und univariate Datenanalysen durchführen und mit Argumenten bewerten,
- Ergebnisse unter Verwendung von Software grafisch in Tabellen oder Darstellungen aufbereiten,
- Daten unter Verwendung von Kenngrößen interpretieren,
- Wahrscheinlichkeiten bestimmen,
- Hypothesen zu verifizieren / falsifizieren,
- einfache Testverfahren durchführen und auszuwerten.

(WOMIT) Sie tun dies, indem sie die Daten, die im Unternehmenskontext vorhanden sind / entstehen (Primärdaten) oder auch von extern hinzugezogen werden (Sekundärdaten), sammeln, strukturieren und nach verschiedenen Kriterien auswerten und analysieren.

(WOZU) Die Studierenden sind in der Lage, mit Hilfe statistischer Auswertungen und Analysen entscheidungsunterstützende Aussagen zu treffen und zu bewerten. Auf diese Weise haben sie die Möglichkeit, eine systematische Verbindung zwischen Erfahrung (Empirie) und Theorie herzustellen, da statistische Auswertungen empirischer Daten die theoretische Grundlage aller empirischen Forschung darstellen. Da die Datenmengen zunehmen, gewinnt auch die statistische Datenanalyse an Bedeutung.

OR13.4

(WAS) Die Studierenden können mit Hilfe von Rechenübungen oder unterschiedlicher Software-Unterstützung (SPSS oder Excel)

- grundlegendes Management von Daten,
- univariate statistische Datenanalysen mit den gängigsten statistischen Verfahren,
- grafische Ergebnisdarstellungen der Datenauswertungen und -analysen durchführen.

(WOMIT) Geübt werden diese Verfahren anhand von Beispieldateien oder Daten aus realen Forschungsprojekten.

(WOZU) Die Studierenden sind in der Lage, die theoretischen erlernten Berechnungsverfahren nun selbstständig mit Hilfe von Software anzuwenden und die Ergebnisse zu bewerten. So gelingt die Verbindung zwischen theoretischen Modellen und praktischer Anwendung in eigener Regie.

3 Inhalte:

OR13.1

- Entwicklung von Forschungsdesigns
- Qualitative / quantitative Forschungslogik
- Befragungen / Online-Befragungen / Leitfadeninterviews / Gruppendiskussionen
- Beobachtung
- Experiment
- Inhaltsanalyse

OR13.2

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

Methoden der empirischen Sozialforschung

Modulcode: OR13

OR13.3

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).

OR13.4

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).

4 Lehrformen:

Vorlesung (OR13.1)

Übung (OR13.2)

Vorlesung (OR13.3)

Übung (OR13.4)

5 Teilnahmevoraussetzungen:

keine

6 Art der Prüfung:

(OR13.1)

Klausur (OR13.2)

(OR13.3)

Klausur (OR13.4)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Übungen sowie Bestehen der Modulprüfung

8 Art: Pflicht- oder Wahlmodul

Pflichtmodul

9 Bewertungsmethoden benotet/unbenotet

benotet

10 Stellenwert der Note für die Endnote:

6%

11 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Petra Werner

Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Petra Werner, Prof. Dr. Simone Fühles-Ubach, externe Lehrbeauftragte

12 Sonstige Informationen:

-

13 Literatur / Quellen

Methoden der empirischen Sozialforschung

Modulcode: OR13

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 *qualitative Sozialforschung*: eine Anleitung zu *qualitativem Denken*. 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.

Empirische Methoden der Webwissenschaft

Modulcode: OR14

Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
180h	6	4. Sem.	jährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	Σ 4 SWS / 60 h	Σ 120 h			
OR14.1 Web-Usability I <i>(Vorlesung)</i>	OR14.1 1 SWS /15h	OR14.1 30h	OR14.1 Deutsch	OR14.1 60	
OR14.2 Web-Usability II <i>(Übung)</i>	OR14.2 1 SWS /15h	OR14.2 30h	OR14.2 Deutsch	OR14.2 30	
OR14.3 Web Analytics <i>(Seminaristischer Unterricht)</i>	OR14.3 2 SWS / 30h	OR14.3 60h	OR14.3 Deutsch	OR14.3 60	
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	<p>OR14.1 (WAS) Die Studierenden kennen die Grundlagen der Web-Usability und die grundlegenden Methoden des Usability-Testings, verstehen deren spezifische Anwendungsmöglichkeiten und Einsatzfelder und können selbständig den angemessenen Methoden-Mix für eine online-redaktionelle Fragestellung auswählen, (WOMIT) indem sie anhand ausgewählter Literatur die Relevanz und Zugänge der unterschiedlichen Methoden reflektieren, (WOZU) um in ihrem jeweiligen beruflichen Kontext Web-Usability-Methoden beurteilen sowie Ergebnisse interpretieren können.</p> <p>OR14.2 (WAS) Die Studierenden können die nutzerbasierten, empirischen Usability-Methoden und Web-Usability-Tests auf in Forschung oder Berufspraxis relevante Fragestellungen anwenden, (WOMIT) indem sie – teilweise in Arbeitsgruppen – Projektaufgaben bearbeiten und Web-Usability-Tests durchführen, (WOZU) um im weiteren Studienverlauf sowie in der späteren Berufspraxis selbständig Fragestellungen mithilfe empirischer Web-Usability-Methoden beantworten zu können.</p> <p>OR14.3 (WAS) Die Studierenden kennen die Ansätze und Bereiche der Online-Forschung. Sie kennen Instrumente und Anwendungsbereiche der Web Analytics und Social Media Analytics. (WOMIT) Die Studierenden erlernen anhand von Praxisbeispielen webanalytische Grundlagen und Grundbegriffe. (WOZU) Die Studierenden können in ihrer Online-Redaktion die Online-Angebote optimieren und zu einer erfolgreichen Performance des redaktionellen Contents beitragen.</p>				
3	Inhalte:				
	<p>OR14.1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Grundbegriffe der Usability und User Experience • Methoden, Anwendungsmöglichkeiten und Einsatzfelder des Usability-Testings • Einführung in das Usability-Testing im Usability-Labor und in die expertenbasierte Web-Usability-Evaluation <p>OR14.2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usability-Testing im Usability-Labor • Expertenbasierte Web-Usability-Evaluation 				

Empirische Methoden der Webwissenschaft	
Modulcode: OR14	
OR14.3	
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Grundbegriffe von Web Analytics (Dimensionen, Kennzahlen, Auswertungstypen) • Messverfahren und Metriken von Web Analytics • Social Media Metrics und Social Media Analytics • Überblick über Tools und Technologien 	
4	Lehrformen:
Vorlesung (OR14.1) Übung (OR14.2) Seminaristischer Unterricht (OR14.3)	
5	Teilnahmevoraussetzungen:
keine	
6	Art der Prüfung:
Klausur (OR14.1) Präsentation (OR14.2) Klausur (OR14.3)	
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Übungen und Laborpraktika sowie Bestehen der Teilmodulprüfungen	
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul
Pflichtmodul	
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
benotet	
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
6%	
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Konrad Scherfer Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Konrad Scherfer, Alexander Niehaus, Miriam Schmitz, externe Lehrbeauftragte	
12	Sonstige Informationen:
-	
13	Literatur / Quellen
<ul style="list-style-type: none"> • 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 • Evertz, Stefan (2017). Analysiere das Web! Wie Sie Marketing und Kommunikation mit Social Media Monitoring verbessern. Freiburg. • Hassler, Marco (2017): Digital und Web Analytics. 4. Aufl. Frechen. • Nielsen, Jakob/Loranger, Hoa (2006): Web Usability. München. • 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 / Lück, Heike (2017): Google Analytics. Das umfassende Handbuch. Bonn 	

Webwissenschaft

Modulcode: OR15

Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
180h	6	6. Sem.	jährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	Σ 4 SWS / 60h	Σ 120h			
OR15.1 Medien- und Informations-/Netzethik (Vorlesung)	OR15.1 1 SWS / 15h	OR15.1 30h	OR15.1 Deutsch	OR15.1 60	
OR15.2 Webwissenschaftliche Theorien (Seminaristischer Unterricht)	OR15.2 2 SWS / 30h	OR15.2 60h	OR15.2 Deutsch	OR15.2 60	
OR15.3 Medientheorien (Vorlesung)	OR15.3 1 SWS / 15h	OR15.3 30h	OR15.3 Deutsch	OR15.3 60	
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	OR15.1 (WAS) Die Studierenden sollen die zum Studienbeginn erworbenen Kenntnisse zur Informationsethik in berufsspezifischer Perspektive erweitern, und zwar in Hinblick auf die ethische Probleme des journalistischen Feldes und der Bildethik, insbesondere auch im Netz, (WOMIT) indem sie anhand der spezifischen ethischen Probleme des Mediendiskurses und unterschiedlicher Praxisbeispiele die Verknüpfung von Verantwortung von Medienschaffenden (Journalisten/Redakteuren), Medienorganisationen sowie Mediennutzern in das Blickfeld der aktuellen Ethikdiskussion rücken, (WOZU) um als Online-Redakteur*innen in der Medienpraxis ihre eigene berufsethische Rolle in Hinblick auf ihr mediales Handeln wahrnehmen zu können.				
	OR15.2 (WAS) Die Studierenden kennen die webwissenschaftlichen Theorien. Sie können Theorien benutzen und hinterfragen. Sie lernen, webwissenschaftliche Theorieansätze zu bewerten. (WOMIT) Sie können die zentralen Aussagen benennen, sie können den Argumentationsaufbau identifizieren, sie können darlegen, was sie an der Theorie überzeugt und was nicht. (WOZU) Die Studierenden sind in der Lage, den Nutzen von webwissenschaftlichen Theorien für den online-redaktionellen Beruf herauszustellen.				
	OR15.3 (WAS) Die Studierenden sollen die zum Studienbeginn erworbenen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Grundkenntnisse dahingehend erweitern, als sie diverse medientheoretische Ansätze in ihrer Genese sowie ihrer politischen Verortung und strukturellen Verknüpfungen bzw. Abhängigkeiten sowie Funktionsweisen der kommunikativen Abläufe erkennen lernen, (WOMIT) indem sie mit Hilfe unterschiedlicher medientheoretischer Ansätze aus der fachwissenschaftlichen Literatur Spezifika der (digitalen) Medienkommunikation reflektieren können, (WOZU) um als Online-Redakteur*innen ihren eigenen medialen Standort bzw. ihre eigene Rolle im Kommunikationsprozess adäquat einzuordnen und kritisch zu hinterfragen und damit die Theorieorientierung an das praktische Berufsleben anbinden zu können.				
3	Inhalte:				
	OR15.1 <ul style="list-style-type: none">• Allgemeine Medienethik in den verschiedenen Ebenen: Individualethik / Organisationsethik (z.B. Sendeanstalten/PR-Agenturen etc.) / Nutzerethik• Ethische Aspekte zur Rolle des Internet (z.B. Shitstorm, Cyber-Mobbing etc.)• Bildethik				

Webwissenschaft	
Modulcode: OR15	
OR15.2	
<ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Grundbegriffe von (webwissenschaftlichen) Theorien • Mit Blick auf das Web und Social Media: Wissenschaftstheoretische Ansätze, technikhistorische Ansätze, soziotechnische Netzwerk-Theorien, informationswirtschaftliche Ansätze, netzkritische Positionen, Digitale Methoden 	
OR15.3	
<ul style="list-style-type: none"> • Diverse medientheoretische Ansätze sowie das Verhältnis von Medien und Politik • Einzelmedientheorien / Techniktheorien / Kritische Medientheorien / Konstruktivismus / Visuelle Kommunikation 	
4	Lehrformen:
	Vorlesung (OR15.1) Seminaristischer Unterricht (OR15.2) Vorlesung (OR15.3)
5	Teilnahmevoraussetzungen:
	Formal: keine Empfohlen: Kenntnisse des Moduls "Medien- und Kommunikationswissenschaft" (Modul 11)
6	Art der Prüfung:
	Referat (unbenotet) (OR15.1) Referat oder Hausarbeit (25% der Modulnote) sowie Klausur (Klausurergebnisse bilden 75% der Modulnote) (OR15.2) Klausur (OR15.3)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
	Bestehen der Teilmodulprüfungen
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul
	Pflichtmodul
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
	benotet
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
	6%
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Ingrid Scheffler Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Ingrid Scheffler, Prof. Dr. Konrad Scherfer
12	Sonstige Informationen:
	-
13	Literatur / Quellen

Webwissenschaft

Modulcode: OR15

- Altmeyden, Klaus-Dieter; Bieber, Christoph; Filipovic, Alexander; Heesen, Jessica: Echtzeit-Öffentlichkeiten. Neue digitale Medienordnungen und neue Verantwortungsdimensionen in: *Communicatio Socialis. Zeitschrift für Medienethik und Kommunikation in Kirche und Gesellschaft*, 48. Jg. 2015, Heft 4.
- Anderson, Chris (2007): *The Long Tail*. München.
- Berners-Lee, Tim (1999): *Der Web-Report*. München
- Bruns, Karin / Reichert, Ramon (Hrsg.) (2007): *Reader Neue Medien. Texte zur digitalen Kultur und Kommunikation*. Bielefeld.
- Debatin, Bernhard (2010): Herausforderungen und ethische Standards für den Multi-Plattform Journalismus im World Wide Web. In: *Ethik der Kommunikationsberufe, zfm*, Ausg. 1, 12.Jg.
- Klock, Daniela / Spahr, Angela (2000): *Medientheorien. Eine Einführung*. München.
- Leschke, Rainer: *Einführung in die Medienethik*. München 2001.
- Lovink, Geert (2017): *Im Bann der Plattformen. Die nächste Runde der Netzkritik*. Bielefeld.
- Müller, Marion: *Visuelle Kommunikation (2003). Theorieansätze und Analysemethoden*. Konstanz.
- Merten, Klaus/ Schmidt, Siegfried J. / Weischenberg, Siegfried (Hrsg.) (1994): *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen.
- Pariser, Eli (2012): *Filter Bubble*. München.
- Rogers, Richard (2013): *Digital Methods*. Amsterdam.
- Scherfer, Konrad / Volpers, Helmut (Hrsg.) (2008): *Webwissenschaft - Eine Einführung*. Münster.
- Scherfer, Konrad / Volpers, Helmut (Hrsg.) (2013): *Methoden der Webwissenschaft*. Münster.

Journalistische Grundlagen

Modulcode: OR21

	Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer
	240h	8	1. Sem.	jährlich	1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
		∑ 6 SWS / 90 h	∑ 150h		
	OR21.1 Einführung in die journ. Darstellungsformen (Vorlesung)	OR21.1 2 SWS / 30 h	OR21.1 45 h	OR21.1 Deutsch	OR21.1 60
	OR21.2 Grundlagen journ. Recherchetechniken (Vorlesung)	OR21.2 1 SWS / 15 h	OR21.2 30 h	OR21.2 Deutsch	OR21.2 60
	OR21.3 Recherchieren in der journ. Praxis (Übung)	OR21.3 1 SWS / 15 h	OR21.3 30 h	OR21.3 Deutsch	OR21.3 30
	OR21.4 Redigieren (Übung)	OR21.4 2 SWS / 30 h	OR21.4 45 h	OR21.4 Deutsch	OR21.4 30
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	<p>OR21.1 (WAS) Die Studierenden kennen die gängigen textbasierten journalistischen Darstellungsformen und ihre jeweiligen Aufbauprinzipien, (WOMIT) können nachrichtliche von erzählenden und meinungsbildenden Formen unterscheiden und erkennen, inwieweit journalistische Texte Qualitätsanforderungen des Genres erfüllen, (WOZU) um als Online-Redakteur*in entscheiden zu können, welche Darstellungsform für welchen thematischen Kontext und welchen Vermittlungszweck geeignet ist.</p>				
	<p>OR21.2 (WAS) Die Studierenden kennen die wesentlichen Techniken und die in der Praxis gängigen Instrumente des journalistischen Recherchierens, (WOMIT) können Themen definieren, Recherchefragen formulieren sowie die Relevanz unterschiedlicher Typen von Quellen für die Recherche einschätzen und die Qualität von Quellen bewerten, (WOZU) um als Online-Redakteur*in auf Basis systematischer Recherche Themen für die öffentliche Kommunikation bereitstellen zu können und so Vertrauen in Leistungen des Journalismus zu schaffen.</p>				
	<p>OR21.3 (WAS) Die Studierenden können die grundlegenden Techniken des journalistischen Recherchierens anwenden und die wichtigsten Rechercheinstrumente einsetzen, (WOMIT) indem sie Interviews konzipieren, durchführen und analysieren sowie Recherchepläne aufstellen und bewerten, (WOZU) um als Online-Redakteur*in Recherchen systematisch und effektiv planen und durchführen zu können.</p>				
	<p>OR21.4 (WAS) Sie kennen die Prinzipien verständlichen Schreibens und können diese beim Verfassen eigener und Redigieren fremder Texte anwenden, (WOMIT) indem Sie Fallbeispiele in den einzelnen Dimensionen des Hamburger Verständlichkeitsmodells nach Schulz von Thun u.a. bewerten sowie alternative Lösungen entwickeln und umsetzen, (WOZU) um als Online-Redakteur*in verständliche und zielgruppengerechte Texte formulieren zu können.</p>				
3	Inhalte:				

Journalistische Grundlagen

Modulcode: OR21

OR21.1

- 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

OR21.2

- Grundlagen von Recherchetechniken wie Beobachtung und Interviewführung
- Recherchestrategien
- Rechercheinstrumente wie Rechercheplan und Recherchedokumentation
- Quellen-Typen und -Bewertung

OR21.3

- 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

OR21.4

- 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

4 Lehrformen:

Vorlesung (OR21.1)

Vorlesung (OR21.2)

Übung (OR21.3)

Übung (OR21.4)

5 Teilnahmevoraussetzungen:

keine

6 Art der Prüfung:

Lernportfolio für die folgenden LVen: (OR21.1)

(OR21.2)

(OR21.3)

(OR21.4)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Regelmäßige und aktive Teilnahme an Lehrveranstaltungen und Übungen sowie Bestehen der Modulprüfung

8 Art: Pflicht- oder Wahlmodul

Pflichtmodul

9 Bewertungsmethoden benotet/unbenotet

unbenotet

Journalistische Grundlagen

Modulcode: OR21

10 Stellenwert der Note für die Endnote:

-

11 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Petra Werner

Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Petra Werner

12 Sonstige Informationen:

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.

13 Literatur / Quellen

- Bleher, Christian / Linden, Peter (2015): Reportage und Feature. Konstanz
- Haller, Michael (2006): Reportage. Konstanz (5., überarb. Auflage)
- Haller, Michael (2004): Recherchieren. Konstanz (6., überarb. Auflage)
- Langer, Inghard / Schulz von Thun, Friedemann / Tausch, Reinhard (2015): Sich verständlich ausdrücken. München, Basel (10. Auflage).
- Ludwig, Johannes (2015): Investigatives Recherchieren. Köln (3. Auflage).
- Schalkowski, Edmund (2011): Kommentar, Glosse, Kritik. Konstanz.

Journalistische Praxis

Modulcode: OR22

Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
240h	8	2. Sem.	jährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	Σ 6 SWS / 90h	Σ 150h			
OR22.1 Nachrichtenauswahl und Nachrichtenqualität (Vorlesung)	OR22.1 1 SWS / 15 h	OR22.1 30 h	OR22.1 Deutsch	OR22.1 60	
OR22.2 Praxis des journ. Recherchierens (Projektarbeit)	OR22.2 3 SWS / 45 h	OR22.2 60 h	OR22.2 Deutsch	OR22.2 30	
OR22.3 Praxis des journalistischen Schreibens (Übung)	OR22.3 2 SWS / 30 h	OR22.3 60 h	OR22.3 Deutsch	OR22.3 30	
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	OR22.1 (geeignet für Projektwoche) (WAS) Die Studierenden kennen die Prinzipien der Nachrichtenauswahl in Redaktionen und können sie unter Berücksichtigung wissenschaftlich fundierter Qualitätskriterien auf aktuelle Nachrichtenlagen anwenden, (WOMIT) indem sie anhand von Nachrichtenfaktoren Nachrichten beurteilen, (WOZU) um als Online-Redakteur*in bspw. im Newsroom nachvollziehbare, begründete und praxiskonforme Nachrichtenauswahlentscheidungen zu treffen und so journalistische Qualität zu sichern.				
	OR22.2 (WAS) Die Studierenden trainieren die Anwendung der wesentlichen Techniken und Instrumente des journalistischen Recherchierens in eigenen Recherchen, (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), (WOZU) um als Online-Redakteur*in durch planvolle und effiziente Recherche eine Basis für die Produktionen eigener journalistischer Beiträge zu gewinnen.				
	OR22.3 (WAS) Die Studierenden können auf Basis ihrer Kenntnisse über journalistische Darstellungsformen eigene Texte wie Nachrichten, Berichte, Kommentare und Features verfassen sowie fremde Texte beurteilen, (WOMIT) indem sie dies anhand vorgegebener und individuell definierter Aufgaben einüben, von der Text-Konzeption bis zur Umsetzung und Finalisierung, (WOZU) um in unterschiedlichen Ressort-Kontexten professionell als AutorIn und Redakteur*in agieren zu können.				
3	Inhalte:				
	OR22.1 <ul style="list-style-type: none">• 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				

Journalistische Praxis	
Modulcode: OR22	
OR22.2	
<ul style="list-style-type: none"> • Auswahl individueller Recherchethemen • Konzeption von Rechercheplan und Befragungsplan • Praktische Durchführung der Recherche • Dokumentation und Präsentation der Recherche-Ergebnisse 	
OR22.3	
<ul style="list-style-type: none"> • 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 	
4	Lehrformen:
	Vorlesung (OR22.1) Projektarbeit (OR22.2) Übung (OR22.3)
5	Teilnahmevoraussetzungen:
	keine
6	Art der Prüfung:
	Lernportfolio (OR22.1) Lernportfolio (OR22.2) Arbeitsprobe (OR22.3)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
	Regelmäßige und aktive Teilnahme an Lehrveranstaltungen und Übungen sowie Bestehen der Modulprüfung
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul
	Pflichtmodul
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
	benotet
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
	8%
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Petra Werner Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Petra Werner
12	Sonstige Informationen:
	sonstige Informationen
13	Literatur / Quellen
	<ul style="list-style-type: none"> • Arnold, Klaus (2011): Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum. Konstanz. • Eilders, Christiane (1997): Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Informationen. Opladen. • Fretwurst, Benjamin (2008): Nachrichten im Interesse der Zuschauer. Eine konzeptionelle und empirische Neubestimmung der Nachrichtenwerttheorie. Konstanz. • Rager, Günther (1994): Dimensionen der Qualität. Weg aus der allseitig offenen Richterskala?. In: Bentele, Günther / Hesse, Kurt R. (Hg.): Publizistik in der Gesellschaft. Konstanz. S. 189-209. • Siehe auch M21



Multimediale Produktion für das Web

Modulcode: OR23

Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
180h	6	3. Sem.	jährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	Σ 4 SWS / 60h	Σ 120h			
OR23.1 Fotografie (Laborpraktikum)	OR23.1 1 SWS / 15h	OR23.1 30h	OR23.1 Deutsch	OR23.1 20	
OR23.2 Video für das Web (Laborpraktikum)	OR23.2 2 SWS / 30h	OR23.2 60h	OR23.2 Deutsch	OR23.2 20	
OR23.3 Audio für das Web (Laborpraktikum)	OR23.3 1 SWS / 15h	OR23.3 30h	OR23.3 Deutsch	OR23.3 20	
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	OR23.1 (WAS) Die Studierenden erstellen fotografische Arbeiten, (WOMIT) indem sie die technischen Grundlagen der Fotografie, wie Belichtung, Blenden und Brennweiten, sowie kompositorische Grundlagen zu Bildausschnitten, Motiven und Stimmungen anwenden und umsetzen, (WOZU) um fachgerecht und in angemessener Bildsprache ansprechende Bilder für Webangebote produzieren zu können.				
	OR23.2 (WAS) Die Studierenden lernen Spezifika von Videoproduktionen im Web kennen und setzen journalistische Themen webgerecht filmisch um, (WOMIT) indem sie die Grundlagen der Web-Video-Konzeption-, -Produktion und -Nachbearbeitung mit einschlägiger Software praktisch anwenden, (WOZU) um Content fachgerecht und webspezifisch in Video-Formaten zu produzieren und auf zukünftige cross-mediale Aufgabenstellungen ihres Berufslebens vorbereitet zu sein.				
	OR23.3 (WAS) Die Studierenden lernen Spezifika von Audio-Formaten im Web kennen und setzen journalistische Themen webgerecht auditiv oder audio-visuell um, (WOMIT) indem sie auditiven oder audio-visuellen Content für ein Webformat konzipieren, produzieren und mit einschlägiger Software editieren, (WOZU) um Web-Content fachgerecht durch auditive oder audiovisuelle Produktionen zu ergänzen und auf zukünftige cross-mediale Aufgabenstellungen ihres Berufslebens vorbereitet zu sein.				
3	Inhalte:				
	OR23.1 <ul style="list-style-type: none">• Rechtliche Rahmenbedingungen der Produktion: Recht am eigenen Bild, Urheberrecht• Technische Grundlagen der Fotografie• Grundlagen der Bildkomposition• Bildkonzepte entwickeln• Fotoshootings durchführen				

Multimediale Produktion für das Web

Modulcode: OR23

OR23.2

- Planung von Bewegtbild-Produktionen
- Instrumente der Bewegtbild-Konzeption, z.B. Storyboards
- Kameraführung & Bildkomposition
- Video-Postproduktion, Video-Schnitt
- Webgerechte Darstellung von Video-Formaten

OR23.3

- Planung von Audio-Produktionen
- Produktionsbedingungen
- Komposition
- Audio-Nachbearbeitung, Audio-Schnitt

4 Lehrformen:

Laborpraktikum (OR23.1)

Laborpraktikum (OR23.2)

Laborpraktikum (OR23.3)

5 Teilnahmevoraussetzungen:

keine

6 Art der Prüfung:

Lernportfolio für die folgenden Lehrveranstaltungen: (OR23.1)
(OR23.2)
(OR23.3)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Übungen und Laborpraktika sowie Bestehen der Modulprüfung

8 Art: Pflicht- oder Wahlmodul

Pflichtmodul

9 Bewertungsmethoden benotet/unbenotet

unbenotet

10 Stellenwert der Note für die Endnote:

-

11 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

Modulbeauftragte/r: Prof. Jan Hofer

Hauptamtlich Lehrende: Prof. Jan Hofer, externe Lehrbeauftragte

12 Sonstige Informationen:

-

13 Literatur / Quellen

-

Multimediales Storytelling

Modulcode: OR24

Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
180h	6	3. Sem.	jährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
		∑ 4 SWS / 60h	∑ 120h		
OR24.1 Evaluation von AV-Produktionen (Vorlesung)	OR24.1 2 SWS / 30h	OR24.1 60h	OR24.1 Deutsch	OR24.1 60	
OR24.2 Bildredaktion (Vorlesung)	OR24.2 1 SWS / 15h	OR24.2 30h	OR24.2 Deutsch	OR24.2 60	
OR24.3 Multimediales Storytelling (Laborpraktikum)	OR24.3 1 SWS / 15h	OR24.3 30h	OR24.3 Deutsch	OR24.3 20	
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	OR24.1 (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.				
	OR24.2 (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 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.				
	OR24.3 (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.				
3	Inhalte:				
	OR24.1 <ul style="list-style-type: none">• 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				

Multimediales Storytelling	
Modulcode: OR24	
OR24.2	
<ul style="list-style-type: none"> • Fotografische Genres und genre-bedingte Anforderungen • Einsatzmöglichkeiten von Bildern in der Praxis • Bildsprache, Stile und Erzählweisen 	
OR24.3	
<ul style="list-style-type: none"> • Spezifische Eigenschaften multimedialer Storytelling-Formate, zum Beispiel Scrollytelling • Rezeption von multimedialen Stories • Webgerechte Gestaltung multimedialer Stories 	
4	Lehrformen:
Vorlesung (OR24.1)	
Vorlesung (OR24.2)	
Laborpraktikum (OR24.3)	
5	Teilnahmevoraussetzungen:
Formal: keine.	
Empfohlen: Kenntnisse des Moduls "Multimediale Produktion für das Web".	
6	Art der Prüfung:
Lernportfolio für die folgenden Lehrveranstaltungen: (OR24.1)	
(OR24.2)	
(OR24.3)	
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Übungen und Laborpraktika sowie Bestehen der Modulprüfung	
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul
Pflichtmodul	
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
benotet	
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
6%	
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
Modulbeauftragte/r: Prof. Jan Hofer	
Hauptamtlich Lehrende: Prof. Jan Hofer, externe Lehrbeauftragte	
12	Sonstige Informationen:
-	
13	Literatur / Quellen
-	

Content-Schwerpunkt: Fachkenntnisse				
Modulcode: OR25				
<i>Wahlpflichtmodul. Die Studierenden wählen zwischen mehreren angebotenen Content-Schwerpunkten.</i>				
Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer
90h	3	4. Sem.	jährlich	1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache
				Gruppengröße
	Σ 2 SWS / 30h	Σ 60h		
	OR25.1	OR25.1	OR25.1	OR25.1
	Content-Schwerpunkt (Seminaristischer Unterricht)	2 SWS / 30h	60h	Deutsch 20
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):			
	<p>OR25.1 (WAS) Die Studierenden erlangen ein grundlegendes inhaltliches Verständnis des jeweils gewählten Content-Schwerpunktes sowie der Spezifika des Themenfeldes im Kontext öffentlicher, digitaler Kommunikation. (WOMIT) Sie kennen die wichtigsten, aktuellen Quellen und Akteure und können diese für die redaktionelle Arbeit nutzen sowie einordnen, (WOZU) um sich als Online-Redakteur*in in ein bestimmtes Themenfeld einzuarbeiten, es redaktionell aufzubereiten, es kritisch zu diskutieren und unterschiedliche Positionen dazu perspektivisch einzunehmen.</p>			
3	Inhalte:			
	<p>OR25.1 Online-Redakteur*innen sind in Ihrem späteren Beruf oftmals in themenspezifischen Ressorts (Journalismus) oder Branchen (Corporate Media) tätig. Die Einarbeitung in ein bestimmtes Themenfeld gehört deshalb zu den Schlüsselqualifikationen angehender Online-Redakteur*innen. Content-Schwerpunkte sind z.B. die Themenfelder Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Sport, Wissenschaft, Medizin, Umwelt, Mode. Die Studierenden werden für die entsprechenden Themen-Schwerpunkte und -Ressorts qualifiziert. Die Grundlagen des Content-Schwerpunktes werden anhand aktueller Ereignisse, Beispiele und Konfliktlinien vermittelt und kritisch diskutiert. Die Bedeutung des Themas in den Medien wird vor dem Hintergrund des digitalen Wandels analysiert.</p>			
4	Lehrformen:			
	Seminaristischer Unterricht (OR25.1)			
5	Teilnahmevoraussetzungen:			
	keine			
6	Art der Prüfung:			
	Arbeitsproben, Referate (OR25.1)			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten			
	Regelmäßige und aktive Teilnahme sowie Bestehen der Modulprüfung			
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul			
	Wahlmodul			
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet			
	unbenotet			
10	Stellenwert der Note für die Endnote:			
	-			
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende			

Content-Schwerpunkt: Fachkenntnisse

Modulcode: OR25

Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Konrad Scherfer

Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Amelie Duckwitz, Prof. Jan Hofer, Prof. Dr. Ingrid Scheffler, Prof. Dr. Konrad Scherfer, Prof. Dr. Petra Werner, Birgit Pieplow, Miriam Schmitz, externe Lehrbeauftragte

12 Sonstige Informationen:

-

13 Literatur / Quellen

Abhängig vom gewähltem Content-Schwerpunkt.

Content-Schwerpunkt: Praxisprojekt				
Modulcode: OR26				
Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer
90h	3	6. Sem.	jährlich	1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache
				Gruppengröße
	Σ 4 SWS / 60h	Σ 30h		
	OR26.1	OR26.1	OR26.1	OR26.1
	Content-Schwerpunkt-Projekt (Projekt)	4 SWS / 60h	30h	Deutsch
				20
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):			
	<p>OR26.1 (WAS) Die Studierenden setzen ein eigenes Projekt des gewählten Schwerpunktes um, (WOMIT) indem sie die speziellen Arbeitstechniken von Online-Redakteur*innen für den gewählten Themenbereich praktisch anwenden, (WOZU) um in zunehmendem Maße die Selbststeuerung ihrer Lernaktivitäten zu übernehmen und überfachliche Schlüsselqualifikationen wie Organisationsfähigkeit, Teamfähigkeit, Zeitmanagement und soziale Kompetenz zu erlangen.</p>			
3	Inhalte:			
	<p>OR26.1 Das Projekt knüpft an den Content-Schwerpunkt an und baut auf die dort erworbenen Ressortkenntnisse auf. Das ressortspezifische Fachwissen und die Recherchekenntnisse werden vertiefend behandelt und in Einzel- und Teamarbeit praktisch umgesetzt. Hierbei werden die praktischen Anforderungen redaktioneller Arbeit in den einschlägigen Ressorts in den Mittelpunkt gestellt.</p>			
4	Lehrformen:			
	Projekt (OR26.1)			
5	Teilnahmevoraussetzungen:			
	Wahl abhängig vom gewählten Content-Schwerpunkt-Fachkenntnis.			
6	Art der Prüfung:			
	Projektarbeit und Lernportfolio (OR26.1)			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten			
	Regelmäßige und aktive Teilnahme sowie Bestehen der Modulprüfung			
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul			
	Wahlmodul			
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet			
	unbenotet			
10	Stellenwert der Note für die Endnote:			
	-			
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende			
	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Konrad Scherfer Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Amelie Duckwitz, Prof. Jan Hofer, Prof. Dr. Ingrid Scheffler, Prof. Dr. Konrad Scherfer, Prof. Dr. Petra Werner, Birgit Pieplow, Miriam Schmitz, externe Lehrbeauftragte</p>			
12	Sonstige Informationen:			
	-			
13	Literatur / Quellen			
	Abhängig vom gewählten Content-Schwerpunkt.			

Social Media					
Modulcode: OR31					
Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
180h	6	1. Sem.	jährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
		∑ 4 SWS / 60h	∑ 120h		
	OR31.1 Einführung in Social Media (<i>Vorlesung</i>)	OR31.1 1 SWS/ 15h	OR31.1 30h	OR31.1 Deutsch	OR31.1 140
	OR31.2 Social Media Management (<i>Übung</i>)	OR31.2 1 SWS / 15h	OR31.2 30h	OR31.2 Deutsch	OR31.2 30
	OR31.3 Social Media in der redaktionellen Praxis (<i>Laborpraktikum</i>)	OR31.3 2 SWS / 30h	OR31.3 60h	OR31.3 Deutsch	OR31.3 30
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	<p>OR31.1 (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) sie setzen Formen der Social-Media-Kommunikation mit konkreten Anwendungsfällen in Verbindung, (WOZU) um sowohl die Chancen als auch die Herausforderungen einschätzen zu können, die der Einsatz von Social Media in Redaktionen, Organisationen und Unternehmen nach sich zieht.</p> <p>OR31.2 (WAS) Sie kennen die unterschiedlichen Formen und Formate der professionellen Social-Media-Kommunikation in Online-Redaktionen sowie unterschiedliche Kommunikations- und Community-Management-Strategien, (WOMIT) indem sie aktuelle Nutzungsszenarien recherchieren, Fallbeispiele analysieren und bewerten, Tools zum Redaktionsmanagement und Analytics einsetzen, ihre Ergebnisse aufbereiten und in der Gruppe präsentieren (WOZU) um als Online-Redakteur*n/Social-Media-Manager*in souverän mit den Social-Media-Plattformen und Management-Tools umzugehen und Ihre Vorgehensweise nachvollziehbar begründen zu können.</p> <p>OR31.3 (WAS) Sie können den Bedarf an zielgruppenorientierten Social-Media-Aktivitäten in ihrer Organisation/ihrem Unternehmen ermitteln und Ziele definieren, (WOMIT) indem sie Social-Media-Konzeption zielgerichtet und unter bestimmten Rahmenbedingungen einüben sowie die Techniken und Strategien einer professionellen Social-Media-Redaktion anwenden, (WOZU) um als Online-Redakteur*in/Social-Media-Manager*in Strategien zur Umsetzung im Gesamtkontext der Organisationsziele entwickeln zu können, Social-Media-Angebote einzusetzen und zu evaluieren und als ModeratorIn in Foren und im Social Web zu agieren.</p>				
3	Inhalte:				

Social Media

Modulcode: OR31

OR31.1

- 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

OR31.2

In der Übung vertiefen die Studierenden die Inhalte der Vorlesung im fachspezifischen Kontext von Online-Redaktionen, indem sie recherchieren, analysieren, eigene Ergebnisse präsentieren und diskutieren.

Sie lernen den Umgang mit den Plattformen und deren spezifische Darstellungsformen, Einpflege- und Analysemöglichkeiten

OR31.3

Im Laborpraktikum erarbeiten die Studierenden anhand aktueller Fallbeispiele aus der beruflichen Praxis die typischen Aufgaben einer Social-Media-Redaktion

- Situations- und Benchmarkanalyse
- Social-Media-Strategie und Konzeption
- Redaktionsplanerstellung
- Social Media Marketing und Kampagnenplanung
- Social Media Analytics

Kritische Reflexion

4 Lehrformen:

Vorlesung (OR31.1)

Übung (OR31.2)

Laborpraktikum (OR31.3)

5 Teilnahmevoraussetzungen:

keine

6 Art der Prüfung:

Lernportfolio (OR31.1)

Lernportfolio (OR31.2)

Lernportfolio (OR31.3)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Übungen und Laborpraktika sowie Bestehen der Modulprüfung

8 Art: Pflicht- oder Wahlmodul

Pflichtmodul

9 Bewertungsmethoden benotet/unbenotet

unbenotet

Social Media

Modulcode: OR31

10 Stellenwert der Note für die Endnote:

-

11 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Amelie Duckwitz

Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Amelie Duckwitz, Prof. Dr. Tom Becker

12 Sonstige Informationen:

Die Vorlesung wird interdisziplinär für die Studiengänge Online-Redaktion und Bibliothek und digitale Kommunikation angeboten.

13 Literatur / Quellen

- Grabs, Anne; Bannour, Karim, Patrick 2014: Follow me! Frechen.
- Schmidt, Jan-Hindrik; Taddicken, Monika (Hrsg.) 2017: Handbuch Soziale Medien. Wiesbaden.

Content-Management-Systeme

Modulcode: OR32

Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
180h	6	2. und 3. Sem.	jährlich	2 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	Σ 4 SWS / 60h	Σ 120h			
OR32.1 Grundlagen des Content Managements <i>(Seminaristischer Unterricht)</i>	OR32.1 2 SWS / 30h	OR32.1 30h	OR32.1 Deutsch	OR32.1 30	
OR32.2 Content-Management-Systeme in der Praxis <i>(Übung)</i>	OR32.2 2 SWS / 30h	OR32.2 90h	OR32.2 Deutsch	OR32.2 30	
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	OR32.1 (WAS) Die Studierenden verstehen die Funktionsweisen und technologischen Anforderungen von (Web)-Content-Management-Systemen und überschauen branchenübliche Finanzierungsstrategien, (WOMIT) indem sie in praktischen Übungen die verschiedenen Ausprägungsstufen des Content Managements und deren Möglichkeiten und Grenzen für unterschiedliche Zwecke in der Praxis bewerten, (WOZU) um aus professioneller Sicht fundierte Entscheidungen darüber zu treffen, welches System für welchen Einsatz am passendsten ist.				
	OR32.2 (geeignet für Projektwoche) (WAS) Die Studierenden wenden die CMS-Grundlagen während des praktischen Umgangs mit drei Open-Source-Content-Management-Systemen an, (WOMIT) indem sie in Einzel-, Partner- und Gruppenarbeit Installationsprozesse und Funktionsweisen der Systeme eigenständig durch Recherche und entlang von Vorlagen erarbeiten, (WOZU) so dass sie im späteren Berufsalltag die Lösungsstrategien auf fremde Systeme übertragen sowie den Einsatz neuer Systeme für individuelle Zwecke evaluieren können.				
3	Inhalte:				
	OR32.1 <ul style="list-style-type: none">• Anwendungsgebiete, Vor- und Nachteile von CMS• Erscheinungsformen von kleinen Webservices (SaaS) mit spezifischen Einzelfunktionen bis hin zu proprietären Redaktionssystemen, die alle Workflow-Stufen einer professionellen Redaktion abbilden• Finanzierungsmodelle für proprietäre und Open-Source-CMS; Kosten-Nutzen-Vergleich aus Redaktions- und Dienstleister-Sicht• Technische Voraussetzungen; Komponenten von LAMP-Umgebungen• Kernprinzipien von CMS: Trennung von Design und Content, Web-based Applications, Versionierung, Benutzerverwaltung, Modularität				
	OR32.2 In drei unterschiedlichen Open-Source-Systemen werden redaktionelle Aufgaben wie Content-Erstellung und –Pfleger, Layout-Änderungen und globale Einstellungen eigenständig erarbeitet. Eines der Systeme wird von jedem Studierenden selbst installiert und konfiguriert, so dass auch technische Voraussetzungen in der praktischen Anwendung verstanden werden. Die Studierenden entscheiden sich vor dem Hintergrund eines frei gewählten Blog-Themas eigenständig für Design-Vorlagen (Templates) und Funktions-Erweiterungen (Plugins), recherchieren und nehmen Anpassungen auf Quellcode-Ebene vor, entwickeln eine geeignete Content-Struktur und evaluieren das System entlang ihrer eigenen Bedürfnisse.				
4	Lehrformen:				

Content-Management-Systeme	
Modulcode: OR32	
Seminaristischer Unterricht (OR32.1)	
Übung (OR32.2)	
5	Teilnahmevoraussetzungen:
	keine
6	Art der Prüfung:
	Lernportfolio (OR32.1)
	Lernportfolio (OR32.2)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
	Regelmäßige und aktive Teilnahme sowie Bestehen der Modulprüfung
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul
	Pflichtmodul
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
	benotet
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
	6%
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Konrad Scherfer
	Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Konrad Scherfer, Miriam Schmitz
12	Sonstige Informationen:
	-
13	Literatur / Quellen
	-

Online-Redaktionsmanagement					
Modulcode: OR33					
Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
180h	6	3. Sem.	jährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	OR33.1 Modelle und Methoden in Online-Redaktionen <i>(Seminaristischer Unterricht)</i>	Σ 4 SWS / 60h OR33.1 4 / 60h	Σ 120h OR33.1 120h	OR33.1 Deutsch	OR33.1 60
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	OR33.1 (WAS) Die Studierenden können Modelle und Methoden aus der online-redaktionellen Praxis anwenden, (WOMIT) indem sie die relevanten Modelle und Methoden kennenlernen, in Gruppenarbeit auf Fallbeispiele aus der Berufspraxis praktisch anwenden und die Ergebnisse im Hinblick auf ihre Vor- und Nachteile reflektieren, (WOZU) um fundierte online-redaktionelle Entscheidungen im Berufsleben treffen zu können.				
3	Inhalte:				
	OR33.1 <ul style="list-style-type: none"> • Planung und Durchführung von Web-Projekten • Zielgruppenplanungen mit Personas • Agiles Web-Projektmanagement • Social Media Monitoring: Tools und Anwendungsfelder • Benchmarking als Teil der online-redaktionellen Planung • Online-redaktionelle Strategien 				
4	Lehrformen:				
	Seminaristischer Unterricht (OR33.1)				
5	Teilnahmevoraussetzungen:				
	keine				
6	Art der Prüfung:				
	Hausarbeit (OR33.1)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Regelmäßige und aktive Teilnahme sowie Bestehen der Modulprüfung				
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul				
	Pflichtmodul				
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet				
	benotet				
10	Stellenwert der Note für die Endnote:				
	6%				
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende				
	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Konrad Scherfer Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Konrad Scherfer				
12	Sonstige Informationen:				
	-				
13	Literatur / Quellen				

Online-Redaktionsmanagement

Modulcode: OR33

- Erlhofer, Sebastian / Brenner, Dorothea (2018): Website-Konzeption und Relaunch. Bonn.
- Gothelf, Jeff (2015): Lean Ux: Mit der Lean-Methode zu besserer User Experience. Frechen.
- Jacobsen, Jens (2017): Website-Konzeption: Erfolgreiche Websites planen, umsetzen und betreiben. 8. Aufl. Heidelberg.
- Löffler, Miriam (2014): Think Content! Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web. Bonn
- Meffert, Jürgen / Meffert, Heribert (2017): Eins oder Null: Wie Sie Ihr Unternehmen mit Digital@Scale in die digitale Zukunft führen. Berlin.

Content Strategy Modulcode: OR34				
Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer
180h	6	3. Sem.	jährlich	1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache
		Σ 4 SWS / 60h	Σ 120h	Gruppengröße
	OR34.1 Externe Kommunikation <i>(Vorlesung)</i>	OR34.1 1 SWS / 15h	OR34.1 30h	OR34.1 Deutsch 140
	OR34.2 PR- und Corporate-Media-Redaktion <i>(Übung)</i>	OR34.2 1 SWS / 15h	OR34.2 30h	OR34.2 Deutsch 30
	OR34.3 Content Strategy in der Online-Redaktion <i>(Laborpraktikum)</i>	OR34.3 2 SWS / 30h	OR34.3 60h	OR34.3 Deutsch 30
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):			
	<p>OR34.1 (WAS) Die Studierenden kennen die zentralen Ziele, Begriffe, Konzepte und Instrumente der externen Kommunikation von Unternehmen und Organisationen und können diese sicher anwenden und voneinander abgrenzen. (WOMIT) Sie erkennen anhand von Beispielen, mit welchen Strategien Unternehmen und Organisationen versuchen, den Anforderungen an die externe Kommunikation gerecht zu werden. (WOZU) Um in Online-Redaktionen Web-Content strategisch, auf Unternehmens- und Organisationsziele ausgerichtet, zu planen.</p> <p>OR34.2 (WAS) Sie erkennen grundlegende Kommunikationsaufgaben und -strategien externer Kommunikation. (WOMIT) Sie üben die Techniken der SWOT-Analyse, PR-Konzeption, Content-Planung und Präsentation anhand aktueller Fallbeispiele im Web ein. (WOZU) Sie sind in der Lage, verschiedene Instrumente der Kommunikation in der redaktionellen Praxis aufeinander abgestimmt und zielgerichtet unter Berücksichtigung konzeptioneller und webspezifischer Anforderungen einzusetzen.</p> <p>OR34.3 (geeignet für Projektwoche) (WAS) Sie kennen die Grundlagen der Content Strategy von Corporate Media sowie den Stellenwert im Kontext von Unternehmens- und Organisationszielen. (WOMIT) Sie recherchieren Inhalte und webspezifische Darstellungsformen, analysieren und bewerten diese. Sie wenden an aktuellen Fallbeispielen typische Methoden der Content Strategy an. (WOZU) Um in der redaktionellen Praxis Content strategisch und zielgerichtet bewerten, konzipieren, erstellen und einsetzen zu können.</p>			
3	Inhalte:			
	<p>OR34.1</p> <ul style="list-style-type: none"> zentrale Ziele, Begriffe, Konzepte und Instrumente der externen Unternehmens- und Organisationskommunikation Externe Kommunikation in der digitalen Mediengesellschaft, Rahmenbedingungen, und Bezugsgrößen der Kommunikation wie Reputation etc. Prozesse, Aufgaben und Formen der Unternehmenskommunikation, Marketing und PR 			

Content Strategy	
Modulcode: OR34	
OR34.2	
Studierende werden mit ausgewählten, aktuellen Themen aus Anwendungsfeldern der externen Kommunikation / Public Relations im Web konfrontiert, die sie anhand von Fallbeispielen praxisnah unter Anwendung von Methoden wie der SWOT-Analyse und PR-Konzeption bearbeiten, begründen und präsentieren.	
OR34.3	
Anhand von Beispielen aus der beruflichen Praxis werden die zentralen Begriffe, Ziele und Methoden der Content Strategy im Web vermittelt und angewandt:	
<ul style="list-style-type: none"> • Stellenwert und Ziele der Content Strategy in der Unternehmenskommunikation • Grundlagen des Branded Content • Darstellungsformen im Bereich Corporate Media • Bedeutung der Nutzerzentrierung, Zielgruppendefinition und -ansprache • Methoden der Content Strategy (Content Audit, Personas, Content Planung, Storytelling etc.) 	
4	Lehrformen:
	Vorlesung (OR34.1) Übung (OR34.2) Laborpraktikum (OR34.3)
5	Teilnahmevoraussetzungen:
	keine
6	Art der Prüfung:
	Lernportfolio (OR34.1) Lernportfolio (OR34.2) Lernportfolio (OR34.3)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
	Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Übungen und Laborpraktika sowie Bestehen der Modulprüfung
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul
	Pflichtmodul
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
	benotet
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
	6%
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Amelie Duckwitz Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Amelie Duckwitz, Prof. Dr. Ursula Georgy, Prof.Dr. Tom Becker , Prof. Dr. Tom Becker, externe Lehrbeauftragte
12	Sonstige Informationen:
	Die Vorlesung wird interdisziplinär für die Studiengänge Online-Redaktion und Bibliothek und digitale Kommunikation angeboten.
13	Literatur / Quellen

Content Strategy

Modulcode: OR34

- Löffler, Miriam 2014: Think Content! Bonn.
- Mast, Claudia 2013: Unternehmenskommunikation. Ein Handbuch. 5. Aufl. Stuttgart.
- Röttger, Ulrike et.al. 2011: Grundlagen der Public Relations. Wiesbaden.
- Rupp, Miriam 2016: Storytelling für Unternehmen. Frechen.
- Piwinger, Manfred; Zerfaß, Ansgar 2014: Handbuch Unternehmenskommunikation, 2. Aufl., Wiesbaden.
- Rose, Robert; Pulizzi, Joe 2011. Managing Content Marketing. New York.
- Spies, Marco 2012: Branded Interactions. Digitale Markenerlebnisse planen & gestalten. Mainz.

Content Marketing					
Modulcode: OR35					
Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
180h	6	6. Sem.	jährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
		∑ 4 SWS / 60h	∑ 120h		
	OR35.1 Einführung in das Web- und Content-Marketing (<i>Vorlesung</i>)	OR35.1 1 SWS / 15h	OR35.1 30h	OR35.1 Deutsch	OR35.1 60
	OR35.2 Formen des Content-Marketings (<i>Übung</i>)	OR35.2 1 SWS / 15h	OR35.2 30h	OR35.2 Deutsch	OR35.2 30
	OR35.3 Konzeption und Planung von Content-Marketing (<i>Laborpraktikum</i>)	OR35.3 2 SWS / 60h	OR35.3 60h	OR35.3 Deutsch	OR35.3 30
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	<p>OR35.1 (WAS) Die Studierenden kennen die unterschiedlichen Instrumente, Formen und Anwendungsbereiche des Web-Marketings sowie Geschäftsmodelle für redaktionellen Content im Web. (WOMIT) Sie erkennen anhand von Praxisbeispielen typische Strategien, Marketing- und Werbeformen und Geschäftsmodelle, (WOZU) um in ihrer Online-Redaktion zu einer erfolgreichen Vermarktung des redaktionellen Contents beitragen zu können.</p> <p>OR35.2 (WAS) Digital-Media-Plattformen, Content-Marketing-Beispiele, Influencer Marketing und unterschiedliche Instrumente zur Vermarktung redaktionellen Contents werden analysiert und kritisch diskutiert, (WOMIT) indem diese in den Kontext von Unternehmens- oder Organisationszielen eingeordnet und analysiert werden, (WOZU) damit die Studierenden im Rahmen einer integrierten Kommunikationsstrategie in ihrer Redaktion die unterschiedlichen Web-Marketing-Instrumente bewerten und zielgerichtet einsetzen können.</p> <p>OR35.3 (geeignet für Projektwoche) (WAS) Die Studierenden bearbeiten eine typische Kommunikationsaufgabe in Form einer zielgerichteten, zeitlich begrenzten Kampagne. (WOMIT) Sie wenden die Techniken der professionellen Kampagnenkonzeption an und entwickeln kreative Ideen und Content-Strategien. (WOZU) Sie planen Kampagnen und können Web- und Content-Marketing-Instrumente sinnvoll, zielgerichtet, und aufeinander abgestimmt einsetzen.</p>				
3	Inhalte:				

Content Marketing

Modulcode: OR35

OR35.1

- Einführung in das Web-Marketing
- Digitale Markenführung und integrierte Kommunikation
- Web-Marketing im Customer Lifecycle
- Formen des Web-Marketings (z.B. Display Advertising, Newsletter- und E-mail-Marketing, Native Advertising, Content Marketing, Social Media Marketing, Influencer Marketing, SEA)
- Spezifika der Platform Economy und neue Geschäftsmodelle der Digital Media
- Neue Geschäftsmodelle für traditionelle Medienanbieter (Paid Content, Paywalls, Crowdfunding, Micropayment, Spenden etc.)
- Modelle und Beispiele der Vermarktung redaktionellen Contents
- Kampagnen

OR35.2

In der Übung vertiefen die Studierenden die Inhalte der Vorlesung.

Recherche und Analyse von Geschäftsmodellen, Digital-Media-Plattformen, Content-Marketing-Beispielen, Influencer Marketing und kritische Diskussion.

OR35.3

Planung und Konzeption einer umfassenden Kommunikations-Kampagne (aktuelle Beispiele unterschiedlicher Branchen) unter Einsatz aller auf Ziel- und Zielgruppen zugeschnittener Web-Marketing-Instrumente

- Zieldefinition
- Zielgruppen
- Auswahl der Maßnahmen und Planning
- Content, Kommunikationsbotschaft und -formen
- User Journey

4 Lehrformen:

Vorlesung (OR35.1)

Übung (OR35.2)

Laborpraktikum (OR35.3)

5 Teilnahmevoraussetzungen:

keine

6 Art der Prüfung:

Hausarbeit (OR35.1)

Hausarbeit (OR35.2)

Lernportfolio (OR35.3)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Übungen und Laborpraktika sowie Bestehen der Modulprüfung

8 Art: Pflicht- oder Wahlmodul

Pflichtmodul

9 Bewertungsmethoden benotet/unbenotet

benotet

10 Stellenwert der Note für die Endnote:

6%

Content Marketing

Modulcode: OR35

11 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Amelie Duckwitz

Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Amelie Duckwitz, Miriam Schmitz, externe Lehrbeauftragte

12 Sonstige Informationen:

-

13 Literatur / Quellen

- Grabs, Anne; Bannour, Karim-Patrick 2014: Follow me! Frechen.
- Kreuzer, Ralf T.; Merkle, Wolfgang 2015: Ausgewählte Aspekte des Digital Branding. Handlungskonzepte für die digitale Markenführung. Wiesbaden.
- Lammenett, Erwin 2017: Praxiswissen Online-Marketing. 6. Auflage. Wiesbaden.

Informationsarchitektur des Webs

Modulcode: OR41

Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
210h	7	1. und 2. Sem.	jährlich	2 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	Σ 6 SWS / 90h	Σ 120h			
OR41.1 Web-Standards I (Vorlesung)	OR41.1 2 SWS / 30h	OR41.1 30h	OR41.1 Deutsch	OR41.1 20	
OR41.2 Web-Standards II (Übung)	OR41.2 2 SWS / 30h	OR41.2 30h	OR41.2 Deutsch	OR41.2 20	
OR41.3 Web-Konzeption (Laborpraktikum)	OR41.3 2 SWS / 30h	OR41.3 60h	OR41.3 Deutsch	OR41.3 20	

2 Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):

OR41.1

Die Studenten erlernen die Basistechnologien zur Strukturierung und Darstellung von Informationen in Webbrowsern ("Webstandards" des W3C). Sie kennen Terminologie, Syntax und Semantik von Auszeichnungssprachen wie HTML und xml und verstehen den strukturellen Aufbau von Webanwendungen.

Die Studenten können den Code standardkonformer Dokumente erzeugen und weiterbearbeiten. Sie verwenden sprachspezifische Entwicklungswerkzeuge. Sie kennen relevante Nachschlagewerke sowie aktuelle Informationsquellen für das dynamisch-veränderliche Technologieumfeld des Webs und können diese produktiv einsetzen.

Die Studierenden können statische Informationsangebote im Web selbständig, sachgerecht und standardkonform in den Sprachen HTML und CSS planen sowie selbst umsetzen. Sie verstehen die Grundlagen für die Produktion fortgeschrittener Web-Anwendungen. Sie können Informationsangebote planen, die langfristig plattformübergreifend für Mensch und Maschine zugänglich sind.

OR41.2

Die Studierenden sind in der Lage visuelle Entwürfe in CSS standardkonform und Client-gerecht umzusetzen.

Anhand praktischer Codierübungen erlernen die Studierenden Gestaltungs- und Entwicklungsstrategien, die langfristige plattformübergreifende Zugänglichkeit von Informationsangeboten sicherstellen (Responsive Design, Progressive Enhancement etc.). Sie verwenden gängige Entwicklungsumgebungen, insbesondere Quellcodeeditoren und browserbasierte Webdeveloper-Tools. Die Studierenden können Lösungen für Entwicklungsaufgaben und aktuelle Problemstellungen in den einschlägigen Dokumentationen selbständig recherchieren und diese für eigene Projekte nutzbar machen.

Dabei lernen die Studierenden Möglichkeiten und Grenzen der beteiligten Sprachen kennen und können vorhandene Codestrukturen bewerten, selbständig weiterentwickeln und sind befähigt, sich an zukünftigen Veränderungen technischer Plattformen aktiv zu beteiligen. Sie verstehen die technischen Grundlagen webbasierter Hypertexte und können die Architektur einfacher Web-Anwendungen beurteilen. Sie sind in der Lage, Fehler zu analysieren und in den Sprachen HTML und CSS Korrekturen und Modifikationen im Code selbst auszuführen.

Informationsarchitektur des Webs

Modulcode: OR41

OR41.3 (geeignet für Projektwoche)

Die Studierenden erlernen die Grundprinzipien von Webnavigationen. Sie kennen die Hauptfaktoren der Web-Konzeption und verstehen den strukturellen Aufbau von Websites. Sie verstehen Websites als Kommunikationsmedium.

Die Studierenden können Websites analysieren, bewerten und konzipieren. Sie verwenden Hypermedia-Theorien und -Ansätze und können diese produktiv einsetzen.

Anhand praktischer Übungen erlernen die Studierenden Web-Konzeption. Sie lernen, sich in Zielgruppen hineinzuversetzen, um in ihrer Online-Redaktion zu einer erfolgreichen Web-Konzeption des redaktionellen Contents beitragen zu können.

3 Inhalte:

OR41.1

- Syntax und Semantik der Sprache HTML
- Strukturierung von Dokumenten mit HTML
- Technische Grundlagen multimedialer Hypertexte
- Syntax und Funktion der Präsentationssprache CSS
- Responsive Web Design mit CSS

OR41.2

- Syntax und Semantik der Sprache HTML
- Strukturierung von Dokumenten mit HTML
- Technische Grundlagen multimedialer Hypertexte
- Syntax und Funktion der Präsentationssprache CSS
- Responsive Web Design mit CSS

OR41.3

- Hypertext- und Hypermedia-Grundlagen
- Grundlagen der Webnavigation und der Informationsarchitektur
- Grundlagen der Web-Konzeption
- Navigationselemente und -typen
- Wording und Konsistenz im Web

4 Lehrformen:

Vorlesung (OR41.1)

Übung (OR41.2)

Laborpraktikum (OR41.3)

5 Teilnahmevoraussetzungen:

keine

6 Art der Prüfung:

Klausur (OR41.1)

Klausur (OR41.2)

Klausur (OR41.3)

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten

Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Übungen und Laborpraktika sowie Bestehen der Teilmodulprüfungen

8 Art: Pflicht- oder Wahlmodul

Pflichtmodul

Informationsarchitektur des Webs

Modulcode: OR41

9 Bewertungsmethoden benotet/unbenotet

unbenotet

10 Stellenwert der Note für die Endnote:

-

11 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Konrad Scherfer

Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Konrad Scherfer, Alexander Niehaus

12 Sonstige Informationen:

-

13 Literatur / Quellen

- Erlhofer, Sebastian / Brenner, Dorothea (2018): Website-Konzeption und Relaunch. Bonn.
- Kalbach, James (2008): Handbuch der Webnavigation. Köln
- Müller, Peter (2015). Einstieg in CSS. Webseiten gestalten mit HTML und CSS. Bonn.
- Dokumentation des Mozilla Developer Network
- Recommendations des W3C

Webdesign

Modulcode: OR42

Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
240h	8	1. und 2. Sem.	jährlich	2 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	Σ 5 SWS / 75h	Σ 165h			
OR42.1 Grundlagen des Webdesigns <i>(Seminaristischer Unterricht)</i>	OR42.1 1 SWS / 15h	OR42.1 45h	OR42.1 Deutsch	OR42.1 60	
OR42.2 Tools des Webdesigns <i>(Laborpraktikum)</i>	OR42.2 2 SWS / 30h	OR42.2 60h	OR42.2 Deutsch	OR42.2 20	
OR42.3 Gestaltungsgrundlagen <i>(Laborpraktikum)</i>	OR42.3 2 SWS / 30h	OR42.3 60h	OR42.3 Deutsch	OR42.3 20	
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	OR42.1 (WAS) Die Studierenden lernen gestalterische Regeln für das Screendesign kennen und können sie auf Standardsituationen anwenden, (WOMIT) indem sie mithilfe von Grafikprogrammen wie Photoshop und Illustrator gängige Bildbearbeitungen vornehmen, (WOZU) um regelmäßig wiederkehrende Design-Aufgaben in einer Online-Redaktion sachgemäß und eigenständig vornehmen zu können.				
	OR42.2 (WAS) Die Studierenden 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, (WOZU) um später gestalterische Aufgaben selbst zu übernehmen oder in Form von Schnittstellenkompetenz fachlich fundiert und zielführend zu bewerten, zu planen und zu steuern.				
	OR42.3 (WAS) Die Studierenden entwickeln Verständnis für die Funktion von Design in der Kommunikation und in den Medien, (WOMIT) indem sie können 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.				
3	Inhalte:				
	OR42.1 <ul style="list-style-type: none">• Webspezifischer Einsatz von Gestaltungsregeln• Theoretische Hintergründe zur Gestaltung und Konzeption von Websites• Regeln des Screen-Designs• Corporate Design• Grundfunktionen in einschlägiger Software zur Bild- und Grafikbearbeitung (Photoshop, Illustrator)				

Webdesign	
Modulcode: OR42	
OR42.2	
<ul style="list-style-type: none"> • Entwürfe aus Skizzen umsetzen • Erweiterte Funktionen in einschlägiger Software zur Bild- und Grafikbearbeitung (Photoshop, Illustrator) 	
OR42.3	
<ul style="list-style-type: none"> • Typografie und (Flächen-)Gestaltung • Gesetzmäßigkeiten im Kommunikationsdesign • Beschreibung und Analyse von Gestaltung/Design (Kommunikationsdesign) 	
4	Lehrformen:
Seminaristischer Unterricht (OR42.1)	
Laborpraktikum (OR42.2)	
Laborpraktikum (OR42.3)	
5	Teilnahmevoraussetzungen:
keine	
6	Art der Prüfung:
Arbeitsprobe/Entwurf für folgende Lehrveranstaltungen: (OR42.1)	
(OR42.2)	
Lernportfolio (OR42.3)	
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen sowie Bestehen der Teilmodulprüfungen	
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul
Pflichtmodul	
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
unbenotet	
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
-	
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Konrad Scherfer	
Hauptamtlich Lehrende: externe Lehrbeauftragte	
12	Sonstige Informationen:
-	
13	Literatur / Quellen
<ul style="list-style-type: none"> • Brandes, Uta (2017): Gender Design: Streifzüge zwischen Theorie und Empirie (Board of International Research in Design). Basel. • Hahn, Martin (2017). Webdesign: Das Handbuch zur Webgestaltung. Bonn. • Mühlke, Sibylle (2016): Adobe Photoshop CC: Das umfassende Handbuch. Bonn. • Schütz, Michael (2016). Wie Design wirkt: Psychologische Prinzipien erfolgreicher Gestaltung: Psychologie und Design. Bonn. • Semler, Jan (2017): App-Design. Alles zur Gestaltung, Usability und User Experience. Bonn. 	

Information Research					
Modulcode: OR43					
Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
240h	8	2. u. 3. Sem.	jährlich	2 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
		Σ 7 SWS/105h	Σ 135h		
	OR43.1 Grundlagen der Datenbank- und Web- Recherche (<i>Vorlesung und Übung</i>)	OR43.1 1 SWS / 15h	OR43.1 25h	OR43.1 Deutsch	OR43.1 60
	OR43.2 Suchmaschinentechnologie (<i>Vorlesung und Übung</i>)	OR43.2 3 SWS / 45h	OR43.2 55h	OR43.2 Deutsch/Englisch	OR43.2 60
	OR43.3 Suchmaschinenoptimierung (SEO) (<i>Vorlesung und Übung</i>)	OR43.3 3 SWS / 45h	OR43.3 55h	OR43.3 Deutsch/Englisch	OR43.3 60
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	<p>OR43.1 (WAS) Sie können Rechercheaufgaben für Datenbankanfragen gezielt durchführen, (WOMIT) indem Sie Ihre speziellen Nutzerinformationsbedürfnisse strukturiert formulieren, eine Synonymkontrolle durchführen, eine Recherchestrategie entwickeln und umsetzen, komplexe boolsche Anfragen stellen sowie auf der Ergebnisliste eine Qualitätskontrolle durchführen, (WOZU) um zukünftig komplexeste Rechercheaufgaben für Sie oder im Auftrag anderer durchzuführen.</p> <p>OR43.2 (WAS) Sie können komplexeste Rechercheaufgaben im Web gezielt durchführen, (WOMIT) indem Sie Ihre speziellen Nutzerinformationsbedürfnisse strukturiert formulieren, mit der Funktionsweise von Suchmaschinentechnologie (Crawling, Parsing, Indexierung, Ranking, Darstellung – und Wechselwirkung mit dem Nutzer) sowie deren Möglichkeiten und Einschränkungen iterativ abgleichen sowie ein komplexes Recherchekonzept erstellen und anwenden, (WOZU) um gezielt relevante Informationen aus einer Menge von Informationen zu filtern, die sonst, aufgrund ihrer Größe, durch menschlich, kognitive Filtermöglichkeiten nicht zu verarbeiten wäre.</p> <p>OR43.3 (WAS) Sie können das Ranking einer Website bei einer Universal wie auch Spezialsuchmaschine positiv beeinflussen, (WOMIT) indem sie den IST-Status des Rankings einer Website umfassend analysieren und daraus alle notwendigen OnPage- und OffPage-Optimierungen strukturiert ableiten und eigenhändig durchführen, (WOZU) um zukünftig individuell, nutzerspezifische Suchmaschinenoptimierungen für sich oder andere anbieten zu können, um dadurch eigenen wie fremden Content gezielt besser zu bewerben.</p>				
3	Inhalte:				

Information Research

Modulcode: OR43

OR43.1

- Verständnis der Recherche-Problematik
- Heterogenität der Recherche-Landschaft
- Web vs. Datenbanken
- Modelle der Informationssuche
- Praktische Kenntnisse in der Recherche und Aufbereitung von Information
- Bool'sches Retrieval
- Tools zur Begriffsklärung, Synonymkontrolle und Disambiguierung
- o Schlagwortmethoden
- o Klassifikationen / Taxonomien
- o Thesauri
- o Ontologien
- Recherchestrategien und -taktiken
- Relevante Portale und Recherche-Systeme
- Zielführende Lösung von Rechercheaufgaben

OR43.2

- Suchmaschinentechnologie Grundlagen
- Funktionsweise algorithmischer Universalsuchmaschinen
- Ranking mittels Relevanzkriterien
- Analyse der Search Engine Result Pages (SERP)

- Optimierung und Bewertung
- Suchoptimierung vornehmen
- Bewertung der Suchergebnisqualität

- Fortgeschrittene Suchmaschinentechnologien
- Suchmaschinen für Social Media Content
- Ambient Findability
- Semantik

OR43.3

- Formulierung von überprüfbaren SEO Zielen
- OnPage-Optimierungen
- Durchführung Site-Status-Analytics
- Durchführung von Keyword-Analytics
- Optimierung Text Content
- Responsive Webdesign
- Optimierung und Validierung Code
- Optimierung eingebundener Dateien
- Semantische Auszeichnung des Webseitenquellcodes
- OffPage-Optimierungen
- Auswirkungen linktopologischer Verfahren auf das Ranking
- Vererbung der Link-Power (intern/extern)
- Backlinkanalysen der Konkurrenz
- Planung und Durchführung des Linkbuildings

4 Lehrformen:

Vorlesung und Übung (OR43.1)

Vorlesung und Übung (OR43.2)

Vorlesung und Übung (OR43.3)

5 Teilnahmevoraussetzungen:

Information Research	
Modulcode: OR43	
Formal: keine Empfohlen: Kenntnisse des Moduls "Informationsarchitektur des Webs" (Modul 41)	
6	Art der Prüfung:
Klausur oder Lernportfolio (OR43.1) Klausur oder Lernportfolio (OR43.2) Präsentation oder Lernportfolio (OR43.3)	
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestehen der Teilmodulprüfungen	
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul
Pflichtmodul	
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
unbenotet	
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
-	
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Gernot Heisenberg Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Gernot Heisenberg	
12	Sonstige Informationen:
-	
13	Literatur / Quellen
<ul style="list-style-type: none"> • Lewandowski, D. (2015): Suchmaschinen verstehen, Wiesbaden: Springer Vieweg, 2015 • Erlhofer, S. (2015): Suchmaschinen-Optimierung: Das umfassende Handbuch. Das SEO-Standardwerk im deutschsprachigen Raum. On- und Offpage-Optimierung für Google und Co. • 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 • Stock, W. G. (2007): Information Retrieval : Informationen suchen und finden ; [Lehrbuch] / von Wolfgang G. Stock. - München ; Wien : Oldenbourg, 2007. - XI, 599 S. : graph. Darst. ; 24 cm. (Einführung in die Informationswissenschaft ; Bd. 1) ISBN 978-3-486-58172-0 	

Medienrecht

Modulcode: OR51

Die LV "Grundlagen des Urheberrechts" (M51.2) wird auch für den Studiengang "Bibliothek und digitale Kommunikation" angeboten.

Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
180h	6	6. u. 7. Sem.	jährlich	2 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
		∑ 4 SWS / 60h	∑ 120h		
OR51.1 Presse- und Onlinerecht (Vorlesung)	OR51.1 2 SWS / 30h	OR51.1 60h	OR51.1 Deutsch	OR51.1 60	
OR51.2 Grundlagen des Urheberrechts (Vorlesung)	OR51.2 1 SWS / 15h	OR51.2 30h	OR51.2 Deutsch	OR51.2 60	
OR51.3 Urheberrechtliche Aspekte in der online- redaktionellen Praxis (Vorlesung)	OR51.3 1 SWS / 15h	OR51.3 30h	OR51.3 Deutsch	OR51.3 60	

2 Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):

OR51.1

(WAS) Die Studierenden können die Rechtmäßigkeit redaktionellen Handelns von der Recherche über die Herstellung bis zur Verbreitung von Content in Wort, Bild und Ton bewerten,
(WOMIT) indem sie

- wesentliche presse- und onlinerechtliche Rahmenbedingungen redaktionellen Handelns, medienrechtlich relevante Schutzgüter und beispielhafte Fälle aus der Rechtsprechung kennen und verstehen,
- hieraus Kriterien für die Zulässigkeit/Unzulässigkeit redaktionellen Handelns ableiten
- und diese auf rechtliche Fragestellungen in der redaktionellen Praxis anwenden,

(WOZU) um zukünftig sensibel für presse- und onlinerechtliche Fragestellungen in der redaktionellen Praxis zu sein und ihr Handeln in allen Phasen der online-redaktionellen Wertschöpfungskette rechtssicher zu gestalten.

OR51.2

(WAS) Die Studierenden können die urheberrechtliche Relevanz berufsspezifischen Handelns erkennen und bewerten,
(WOMIT) indem sie

- materiell-rechtliche Voraussetzungen für den urheberrechtlichen Schutz geistigen Eigentums kennen und verstehen und auf Gegenstände eigenen berufsspezifischen Handelns anwenden,
- Urheberrechte und verwandte Schutzrechte (Leistungsschutzrechte) sowie deren Schranken kennen, verstehen und im professionellen Kontext beachten
- und das Instrument der Einräumung bzw. des Erwerbs von Nutzungsrechten kennen und verstehen und auf Sachverhalte aus dem professionellen Kontext anwenden,

(WOZU) um zukünftig im professionellen Kontext ihr urheberrechtlich relevantes Handeln rechtssicher zu gestalten.

Medienrecht

Modulcode: OR51

OR51.3

(WAS) Die Studierenden können die urheberrechtliche Relevanz online-redaktionellen Handelns bei der Herstellung und Verbreitung von Content in Wort, Bild und Ton erkennen und bewerten und den Erwerb bzw. die Einräumung von Nutzungsrechten (Lizenzen) in Grundzügen gestalten, (WOMIT) indem sie

- die in M51.2 erlangten Grundkenntnisse urheberrechtlicher Rahmenbedingungen redaktionellen Handelns vertiefen im Hinblick auf für die redaktionelle Praxis besonders relevante Verwertungsrechte und urheberrechtliche Schranken,
- Grundlagen des Urhebervertragsrechts sowie der kollektiven Rechtswahrnehmung (Verwertungsgesellschaften) kennen und verstehen
- und das erworbene Wissen auf urheberrechtliche Fragestellungen in der redaktionellen Praxis anwenden,

(WOZU) um zukünftig sensibel für urheberrechtliche Fragestellungen in der redaktionellen Praxis zu sein und ihr Handeln in allen Phasen der online-redaktionellen Wertschöpfungskette in urheberrechtlicher Hinsicht rechtssicher zu gestalten.

3 Inhalte:

OR51.1

- Grundzüge des Medienverfassungsrechts
- Presserecht (Landespressegesetz, Informationsrechte nach Informationsfreiheitsgesetzen), strafrechtliche und zivilrechtliche Schranken bei Recherche, Herstellung und Verbreitung von Content
- 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

OR51.2

- Grundbegriffe des Urheberrechts (Werkbegriff, Werkarten und Schutzvoraussetzungen, Urheberschaft)
- Urheberrechte (Urheberpersönlichkeitsrecht, Verwertungsrechte)
- Nutzungsrechte (Lizenz), Verwandte Schutzrechte (Leistungsschutzrechte)
- Schranken des Urheberrechts (Überblick)

OR51.3

- Schranken des Urheberrechts (Vertiefung: online-redaktionell relevante Schranken)
- Urhebervertragsrecht
- Kollektive Rechtswahrnehmung: Verwertungsgesellschaften
- Ansprüche des Urhebers

4 Lehrformen:

Vorlesung (OR51.1)

Vorlesung (OR51.2)

Vorlesung (OR51.3)

5 Teilnahmevoraussetzungen:

Medienrecht	
Modulcode: OR51	
keine	
6	Art der Prüfung:
Klausur über den Inhalt der folgenden LVen: (OR51.1) (OR51.2) (OR51.3)	
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestehen der Modulprüfung	
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul
Pflichtmodul	
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
benotet	
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
6%	
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Petra Werner Hauptamtlich Lehrende: Birgit Pieplow	
12	Sonstige Informationen:
-	
13	Literatur / Quellen
<ul style="list-style-type: none"> • Dörr, Dieter / Schwartmann, Rolf (2015): Medienrecht. 5. Aufl., Heidelberg u. a.: C. F. Müller • Eisenmann, Hartmut / Jautz, Ulrich (2015): Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht. 5. Aufl., Heidelberg u. a.: C. F. Müller • Fechner, Frank / Wössner, Axel (2015): Journalistenrecht. 3. Aufl., Tübingen: Mohr Siebeck • Hetmank, Sven (2016): Internetrecht. Grundlagen – Streitfragen – Aktuelle Entwicklungen. Springer Vieweg: Wiesbaden • Hoeren, Thomas (2017): Internetrecht. http://www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren/itm/wp-content/uploads/Skriptum_Internetrecht_April_2017.pdf • Schwartmann, Rolf / Hentsch, Christian-Henner (2017): Falltraining im Urheberrecht. Heidelberg u. a.: C. F. Müller • Schwartmann, Rolf / Ohr, Sara (2015): Recht der Sozialen Medien. Heidelberg u. a.: C. F. Müller • Wandtke, Artur-Axel (2017): Urheberrecht. 6. Aufl., Berlin, Boston: De Gruyter 	

Webprojekt

Modulcode: OR61

In der Regel werden mehrere Webprojekte angeboten, aus denen die Studierenden wählen können.

	Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer
	240h	9	4. Sem.	jährlich	1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
		∑ 6 SWS / 90h	∑ 150h		
	OR61.1 Webprojekt (Projektarbeit)	OR61.1 6 SWS / 90h	OR61.1 150h	OR61.1 Deutsch	OR61.1 30

2 Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):

OR61.1

(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.

3 Inhalte:

Webprojekt

Modulcode: OR61

OR61.1

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.
- Contenteinpflege
- Einpflege der Contents mit Hilfe Tools oder Content-Management-Systemen
- Qualitätssicherung

Kritische Reflexion der Projektumsetzung

4 Lehrformen:

Projektarbeit (OR61.1)

5 Teilnahmevoraussetzungen:

Bestandene Modulprüfungen in den Modulen OR11, OR21, OR22, OR41, OR43.

6 Art der Prüfung:

Webprojekt	
Modulcode: OR61	
Projektarbeit und Lernportfolio (OR61.1)	
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Regelmäßige und aktive Teilnahme sowie Bestehen der Modulprüfung	
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul
Pflichtmodul	
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
benotet	
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
8%	
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Amelie Duckwitz	
Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Amelie Duckwitz, Prof. Jan Hofer, Prof. Dr. Gernot Heisenberg, Prof. Dr. Ingrid Scheffler, Prof. Dr. Konrad Scherfer, Prof. Dr. Petra Werner, Alexander Niehaus, Birgit Pieplow, Miriam Schmitz, externe Lehrbeauftragte	
12	Sonstige Informationen:
-	
13	Literatur / Quellen
-	

Redaktionsprojekt: Management					
Modulcode: OR62					
Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
135h	3	4. Sem.	jährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
		∑ 3 SWS / 45h	∑ 90h		
	OR62.1 Management der Redaktionsprojekte <i>(Seminaristischer Unterricht)</i>	OR62.1 3 SWS / 45h	OR62.1 90h	OR62.1 Deutsch	OR62.1 60
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	<p>OR62.1</p> <p>(WAS) Die Studierenden können (in Vorbereitung auf die Redaktionsprojekt 1 und 2) Web-Projekte konzipieren und organisieren,</p> <p>(WOMIT) indem sie studiengangsbezogene Voraussetzungen, die für eine Zulassung zur Praxisphase sowie für eine den individuellen Zielsetzungen entsprechende Wahl der Praxisstelle gegeben sind, kennen und verstehen. Die Studierenden kennen formale und inhaltliche Voraussetzungen, die eine Einrichtung erfüllen muss, damit dort die Redaktionsprojekte abgeleistet werden können. Zugleich kennen sie die Anforderungen, Ziele, Möglichkeiten sowie Beschränkungen, denen Web-Projekte unterliegen, und reflektieren diese kritisch. Sie kennen im Hinblick auf das Redaktionsprojekt 2 die Ziele und Zielgruppen des Redaktionsprojektes.</p> <p>(WOZU) Sie können sich eigenständig bei Online-Redaktionen bewerben. 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.</p>				
3	Inhalte:				
	<p>OR62.1</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 Redaktionsprojektes 2 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. 				
4	Lehrformen:				
	Seminaristischer Unterricht (OR62.1)				
5	Teilnahmevoraussetzungen:				
	keine				
6	Art der Prüfung:				
	Lernportfolio (OR62.1)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Regelmäßige und aktive Teilnahme sowie Bestehen der Modulprüfung				
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul				
	Pflichtmodul				

Redaktionsprojekt: Management

Modulcode: OR62

9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
	unbenotet
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
	-
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Konrad Scherfer Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Konrad Scherfer
12	Sonstige Informationen:
	-
13	Literatur / Quellen
	Geirhos, Matthias (2016): IT-Projektmanagement. Bonn.

Redaktionsprojekt 1

Modulcode: OR63

Das Redaktionsprojekt 1 wird in einer professionellen Online-Redaktion durchgeführt (Vollzeit-Tätigkeit). Innerhalb des Redaktionsprojekts 1 sind die Studierenden in den Arbeitsablauf und den Arbeitsalltag der Online-Redaktion eingebunden. Die Studierenden setzen die in den ersten vier Semestern des Studiums erworbenen methodischen und konzeptionellen Kenntnisse praktisch in einer von ihnen selbst gewählten Online-Redaktion um. Die Studierenden erhalten Einblicke in die betriebliche Arbeitswelt und den konkreten online-redaktionellen Berufsalltag mit verschiedenen Spezialisierungsmöglichkeiten. Die Laufzeit des Redaktionsprojekts 1 beträgt zwölf Wochen - durchgehend und ohne Berücksichtigung eventueller Abwesenheits- oder Urlaubszeiten.

	Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer
	600h	20	5. Sem.	halbjährlich	1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
		∑ 600h	∑ h		
	OR63.1 Praxiswissen (Projektarbeit)	OR63.1 600h	OR63.1 -	OR63.1 Deutsch	OR63.1 -
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	<p>OR63.1 (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 Studierende weiterzugeben.</p>				
3	Inhalte:				
	<p>OR63.1</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 des Redaktionsprojekts 1 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. 				
4	Lehrformen:				
	Projektarbeit (OR63.1)				
5	Teilnahmevoraussetzungen:				
	Bestandene Modulprüfungen in den Modulen OR11,OR21, OR22, OR41, OR42.				
6	Art der Prüfung:				
	Projektarbeit (OR63.1)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Absolvieren des Redaktionsprojekts 1 in einem Umfang von mindestens zwölf Wochen				
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul				
	Pflichtmodul				
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet				
	unbenotet				
10	Stellenwert der Note für die Endnote:				
	-				

Redaktionsprojekt 1

Modulcode: OR63

11 Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende

Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Konrad Scherfer

Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Konrad Scherfer

12 Sonstige Informationen:

M63 und M64 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 Redaktionsprojekts 1 muss fristgerecht bei der oder dem Praxissemesterbeauftragten eingereicht werden. Die Genehmigung oder Ablehnung des Redaktionsprojektes 1 wird den Studierenden mitgeteilt.

13 Literatur / Quellen

-

Redaktionsprojekt 2

Modulcode: OR64

Das Redaktionsprojekt 2 wird in einer oder für eine professionellen Online-Redaktion durchgeführt (Vollzeit-Tätigkeit). Hierbei müssen die Studierenden in einer Online-Redaktion an einem Web-Projekt mitarbeiten, ein Web-Projekt planen, ein Web-Projekt konzipieren oder ein Web-Projekt durchführen. Die Beteiligung an dem Web-Projekt kann redaktionell, evaluierend, technisch oder gestalterisch sein. Die Studierenden erlernen praxisorientiert die Phasen eines Web-Projektes kennen. Durch die weitgehend eigenständige Planung, Organisation, Durchführung und Evaluation des Projektes wird selbständiges Arbeiten unter realen Bedingungen erfahren. Die Laufzeit des Redaktionsprojekts 2 beträgt sechs Wochen - durchgehend und ohne Berücksichtigung eventueller Abwesenheits- oder Urlaubszeiten.

	Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer
	300h	12	5. Sem.	halbjährlich	1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
		∑ 300h	∑ h		
	OR64.1 Online-Redaktion (Projektarbeit)	OR64.1 300h	OR64.1 -	OR64.1 Deutsch	OR64.1 -
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	<p>OR64.1 (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 um die aus dem "Redaktionsprojekt 2" gewonnenen Erfahrungen im weiteren Verlauf des Studiums zu reflektiert und auszuwerten.</p>				
3	Inhalte:				
	<p>OR64.1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Das Redaktionsprojekt 2 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. 				
4	Lehrformen:				
	Projektarbeit (OR64.1)				
5	Teilnahmevoraussetzungen:				
	Bestandene Modulprüfungen in den Modulen OR11, OR21, OR22, OR41, OR42.				
6	Art der Prüfung:				
	Projektarbeit (OR64.1)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Absolvieren des Redaktionsprojekts 2 in einem Umfang von mindestens sechs Wochen				
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul				
	Pflichtmodul				

Redaktionsprojekt 2	
Modulcode: OR64	
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
	unbenotet
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
	-
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Konrad Scherfer Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Konrad Scherfer
12	Sonstige Informationen:
	M63 und M64 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 Redaktionsprojekts 2 muss fristgerecht bei der oder dem Praxissemesterbeauftragten eingereicht werden. Die Genehmigung oder Ablehnung des Redaktionsprojektes 2 wird den Studierenden mitgeteilt.
13	Literatur / Quellen
	-

Redaktionsprojekt: Präsentation und Evaluation				
Modulcode: OR65				
Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer
135h	5	6. Sem.	jährlich	1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache
		Σ 3 SWS / 75h	Σ 60h	
	OR65.1 Präsentation und Evaluation <i>(Seminaristischer Unterricht)</i>	OR65.1 3 SWS / 75h	OR65.1 60h	OR65.1 Deutsch
				OR65.1 60
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):			
	<p>OR65.1 (geeignet für Projektwoche)</p> <p>(WAS) Die Studierenden können ihre (sechswöchigen) Redaktionsprojekte 2 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,</p> <p>(WOZU) um eine berufliche Schlüsselqualifikation zu erwerben: den kritisch-konstruktiven Umgang mit eigenen und fremden Arbeitsergebnissen.</p>			
3	Inhalte:			
	<p>OR65.1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Studierenden des 6. Semesters stellen ihre Redaktionspraktika den Studierenden des 4. Semesters vor. Dadurch werden Redaktionsstellen bekannt gemacht und studiengangübergreifende Kontakte hergestellt. • Die Studierenden stellen ihre Web-Projekte in Form einer Referats-Präsentation vor. Die Projekte, die die Studierenden im Rahmen des Redaktionsprojekts 2 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. 			
4	Lehrformen:			
	Seminaristischer Unterricht (OR65.1)			
5	Teilnahmevoraussetzungen:			
	Bestandene Modulprüfungen in den Modulen OR11, OR21, OR22, OR41, OR42.			
6	Art der Prüfung:			
	Lernportfolio (Ergebnis bildet 50% der Modulnote) und Referat (Ergebnis bildet 50% der Modulnote) (OR65.1)			
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten			
	Regelmäßige und aktive Teilnahme an der Lehrveranstaltung sowie Bestehen der Modulprüfung			
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul			
	Pflichtmodul			
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet			
	benotet			
10	Stellenwert der Note für die Endnote:			
	5%			
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende			

Redaktionsprojekt: Präsentation und Evaluation

Modulcode: OR65

Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Konrad Scherfer

Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Amelie Duckwitz, Prof. Jan Hofer, Prof. Dr. Konrad Scherfer, Prof. Dr. Petra Werner, Alexander Niehaus, Birgit Pieplow, Miriam Schmitz

12 Sonstige Informationen:

-

13 Literatur / Quellen

-

Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer

Modulcode: OR71

Wahlpflichtmodul.

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.

Die Studierenden erwerben die in der Beschreibung der jeweiligen Angebote formulierten Kompetenzen. Darüber hinaus können sie die durch den Einblick in andere Studiengänge ein besseres Verständnis für benachbarte Gebiete und damit Schnittstellenkompetenzen erwerben.

Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
180h	6	6. und 7. Sem.	jährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	Σ 4 SWS / 60h	Σ 120h			
OR71.a Methoden der User Experience (interdisziplinär) (Laborpraktikum)	OR71.a 2 SWS / 30h	OR71.a 60h	OR71.a Deutsch	OR71.a 30	
OR71.b Unternehmensplanspiel (interdisziplinär) (Projektarbeit)	OR71.b 2SWS / 30h	OR71.b 60h	OR71.b Deutsch	OR71.b 25	
OR71.c Journalistisches Schreiben: Storytelling – Vertiefung (Übung)	OR71.c 2 SWS / 30h	OR71.c 60 h	OR71.c Deutsch	OR71.c -	
OR71.d CSS+JS-Frameworks (Übung)	OR71.d 2SWS/15h	OR71.d 30h	OR71.d Deutsch	OR71.d 20	
OR71.e Multimedia im Browser (Übung)	OR71.e 1SWS/15h	OR71.e 30h	OR71.e Deutsch	OR71.e 20	

2 Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):

OR71.a (geeignet für Projektwoche)

(WAS) Die Studierenden verstehen, was UX bedeutet, kennen die Entwicklungsgeschichte und wissen, welchen Stellenwert UX heute in der (Organisation-)Kommunikation hat.

(WOMIT) Sie können unterschiedliche Methoden zur Konzeption von UX anwenden und einsetzen.

(WOZU) Sie können nutzerzentrierte Anwendungen konzipieren und umsetzen sowie die Methoden je nach Kontext auswählen und kritisch reflektieren.

OR71.b (geeignet für Projektwoche)

(WAS) Die Studierenden lernen, Marktsituation und Marktergebnisse zu interpretieren und zielorientierte Entscheidungen zu treffen, sie trainieren marktorientiertes Denken und finden effiziente Entscheidungen im Team,

(WOMIT) indem sie Zielgruppenwünsche analysieren, daraus Hinweise auf notwendige

Weiterentwicklungen der Produkte ableiten, Unternehmenszusammenhänge erkennen und Transparenz für die Folgen von getroffenen Entscheidungen gewinnen,

(WOZU) damit sie Problemstrukturierungs- und Problemlösungsfähigkeit erlernen und bei ihrem alltäglichen, beruflichen Handeln einen Blick für das Wesentliche und Ganze entwickeln.

Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer

Modulcode: OR71

OR71.c (geeignet für Projektwoche)

(WAS) Die Studierenden vertiefen ihre im bisherigen Studienverlauf und in der Praxisphase gewonnenen Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich sowohl der informierenden als auch der narrativen Darstellungsformen, speziell des Storytellings und seiner Einsatzmöglichkeiten im journalistischen Kontext,

(WOMIT) indem sie längere Berichte, Features und Reportagen zu individuell gewählten Themen recherchieren, konzipieren und umsetzen sowie in angeleiteten Feedback-Runden analysieren und bewerten,

(WOZU) um in Online-Redaktionen als Autor*innen und Reporter*innen fungieren zu können.

OR71.d (geeignet für Projektwoche)

(WAS:)

Studierende lernen in praxisorientierten Codierübungen den Umgang mit fortgeschrittenen Browsertechnologien unter Einsatz aktuell gängiger Frameworks in den Sprachen CSS und Javascript.

(WOMIT:)

In individuellen Projekten wird die die Verwendung und Anpassung vorgefertigter Code-Bibliotheken eingeübt. Dazu gehört die projektorientierte Planung, Steuerung und Koordination von Entwicklungsaufgaben in kleineren Projektgruppen.

(WOZU:)

Studenten lernen durch praktisches Codieren den Umgang mit Entwicklungsproblemen und finden selbständig Lösungen durch anwendung vorgefertigter Codebibliotheken. Dabei werden grundlegende Arbeitsweisen im Umgang mit Frameworks kennengelernt und ihre spezifischen Möglichkeiten und Grenzen bewertet.

OR71.e (geeignet für Projektwoche)

(WAS)

Studierende lernen die Programmierung und Anwendung fortgeschrittener Multimediatechniken im Browser.

(WOMIT)

Studierende lernen die vom W3C empfohlenen Schnittstellen für Multimediale Elemente kennen und nutzen diese unter Verwendung der Sprachen HTML, CSS und JavaScript. Für wiederkehrende multimediale Problemstellungen lernen Sie verbreitete Frameworks kennen und passen diese an eigene Projekte an.

(WOZU)

Studierende kennen die technischen Grundlagen multimedialer Anwendungen im Webbrowser. Sie verstehen und analysieren projektspezifische Problemstellungen und können einfache Programmieraufgaben selbständig lösen. Sie können dabei vorhandene Codestrukturen verstehen modifizieren und verbreitete Frameworks anpassen und integrieren.

3 Inhalte:

Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer

Modulcode: OR71

OR71.a

Definitionen, Dimensionen und Entwicklungsgeschichte von User Experience

- User Experience und Customer Journey
- UX-Projekte planen

Methoden

- Design Thinking als Ideologie und Werkzeug
- Analyse / Personas
- Synthese
- Kreativitätstechniken
- Prototyping
- Testing

Methodendiskussion- und reflexion

OR71.b

Die Studierenden spielen ein strategisches Marketingplanspiel, bei dem fünf miteinander im Wettbewerb stehende Unternehmen ein Produkt aus dem Bereich digitaler Technologien produzieren und vermarkten. Jedes Unternehmen wird von einem Team aus Studierenden geleitet. Schwerpunkt liegt auf der Positionierung von neu entwickelten Produkten und der Repositionierung von vorhandenen Produkten in einem segmentierten Markt. Die Entwicklung des Spielverlaufs hängt von den Entscheidungen der gegeneinander spielenden Teams ab und ist von hoher Gruppendynamik geprägt.

Die Studierenden lernen spielerisch die wichtigsten betriebswirtschaftlichen Grundlagen:

- Produktpositionierung
- Preisstrategien
- Zielgruppenwerbung
- Produktionsplanung
- F&E – Planung
- Vertriebssteuerung
- Kunden- und Konkurrenzanalyse
- Marketingbudgetplanung

OR71.c

- Vertiefende Übungen zu Recherche, Konzeption und Umsetzung von längeren Berichten
- Vertiefende Übungen zu Recherche, Konzeption und Umsetzung von Features
- Vertiefende Übungen zu Recherche, Konzeption und Umsetzung von Reportagen

OR71.d

Auf Basis der in den ersten Semestern erlernten Webstandards-Grundlagen erlernen die Studenten Aufbau, Anwendung und Evaluation von Frameworks für die Entwicklung HTML-/CSS- und Javascript basierter Frontends.

- Einführung in JavaScript und Client-Side-Scripting
- Einführung in HTML5-APIs
- vergleichender Überblick über gängige UI- und Layout Frameworks
- Verwendung von Frameworks zur Verbesserung von Funktionalität und UserExperience

Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer	
Modulcode: OR71	
OR71.e	
<p>Seit Einführung von HTML5 erhalten Browser immer neue multimediale Funktionsmöglichkeiten, die nicht auf proprietäre Plugins im Client zurückgreifen. Die Lehrveranstaltung widmet sich den jeweils aktuellsten Entwicklungen und erkundet fortgeschrittene Möglichkeiten der Interaktion mit Bildern, Tönen und Daten im Client auf der Basis von HTML, CSS und JavaScript.</p> <p>Die Veranstaltung vertieft die Programmierkenntnisse zur Entwicklung und Implementierung multimedialer Anwendungen im Browser. Dazu wählen Kleingruppen geeignete Anwendungsszenarien aus, die sie im Verlauf des Projekts systematisch recherchieren und unter Berücksichtigung einschlägiger Spezifikationen und Standards implementieren und testen.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Multimedia-Elemente relevanter W3C-Spezifikationen • Graphik in HTML (canvas, svg, WebGL) • Schnittstellen für VR und AR-Anwendungen • Steuerung von Audio- und Videodaten im Browser • weitere Datenquellen wie Geolocation etc. • Frameworks zur Verbesserung der Multimedia-Funktionalität von Webbrowsern 	
4	Lehrformen:
<p>Laborpraktikum (OR71.a) Projektarbeit (OR71.b) Übung (OR71.c) Übung (OR71.d) Übung (OR71.e)</p>	
5	Teilnahmevoraussetzungen:
Teilnahmevoraussetzungen sind der Beschreibung der einzelnen Lehrveranstaltungen zu entnehmen.	
6	Art der Prüfung:
<p>Lernportfolio (OR71.a) Präsentation (OR71.b) Lernportfolio (OR71.c) Lernportfolio (OR71.d) Lernportfolio (OR71.e)</p>	
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Bestehen der Modulprüfung	
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul
Wahlmodul	
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
unbenotet	
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
-	
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Amelie Duckwitz Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Amelie Duckwitz, Prof. Dr. Matthias Fank, Prof. Jan Hofer, Prof. Dr. Petra Werner, Alexander Niehaus</p>	
12	Sonstige Informationen:
-	
13	Literatur / Quellen

Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer

Modulcode: OR71

Methoden der User Experience

- Brown, Tim (2009): Change by Design. How Design Thinking transforms organizations and inspires innovation. New York.
- Spies, Marco (2012): Branded Interactions. Digitale Markenerlebnisse planen & gestalten. Mainz.

Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer

Modulcode: OR72

Wahlpflichtmodul.

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.

Die Studierenden erwerben die in der Beschreibung der jeweiligen Angebote formulierten Kompetenzen. Darüber hinaus können sie die durch den Einblick in andere Studiengänge ein besseres Verständnis für benachbarte Gebiete und damit Schnittstellenkompetenzen erwerben.

Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
180h	6	6. und 7. Sem.	jährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	Σ 4 SWS / 60h	Σ 120h			
OR72.a Programmatic Advertising (interdisziplinär) <i>(Seminaristischer Unterricht)</i>	OR72.a 2SWS/30h	OR72.a 60h	OR72.a Deutsch / Englisch	OR72.a 20	
OR72.b Social Media Monitoring / Social Media Knowledge <i>(Projektarbeit)</i>	OR72.b 4 SWS / 60h	OR72.b 120h	OR72.b Deutsch	OR72.b 25	
OR72.c 360°-Journalismus <i>(Übung)</i>	OR72.c 2 SWS / 30h	OR72.c 60h	OR72.c Deutsch	OR72.c 20	

2 Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):

OR72.a

(WAS) Die Studierenden sind in der Lage, die Unterschiede zwischen klassischem Display Advertising und dem Programmatic Advertising herauszuarbeiten,
(WOMIT) indem sie die Ansätze jeweils tiefgehend analysieren, ihre jeweiligen Potenziale, Vor- und Nachteile herausarbeiten und begründen, die Konzepte einander gegenüberstellen, die technischen Prozesse detailliert erklären und ihre wesentlichen Merkmale in allen Phasen vergleichen,
(WOZU) um zukünftig begründet entscheiden zu können, ob sie Programmatic Advertising in ihrem Anwendungsfeld nutzen, adjustieren oder auf neue Anwendungsfelder neben dem Online Marketing anpassen wollen.

OR72.b

(WAS) Die Studierenden können relevante Social Media Quellen, Inhalte und Kennzahlen identifizieren, erfassen, über Programmierschnittstellen (API) zugänglich machen, speichern, aufbereiten und auswerten.
(WOMIT) Sie gehen nach einem wissenschaftlich fundierten, systematischen Prozess des Social Media und Web Monitorings vor und wenden professionelle Tools an,
(WOZU) um konkrete Fragestellungen aus der Berufspraxis mit Hilfe der Ergebnisse des Social-Media- und Web-Monitorings zu beantworten, Kommunikationsstrategien zu bewerten und konkrete, medienspezifische Handlungsempfehlungen auszusprechen.

Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer

Modulcode: OR72

OR72.c (geeignet für Projektwoche)

(WAS) Die Studierenden kennen die Einsatzbereiche und Produktionsbedingungen von sowie Qualitätsanforderungen an journalistische 360°- und Virtual-Reality-Anwendungen, (WOMIT) indem sie 360°- und VR-Projekte aus der Medienpraxis analysieren, kleinere eigene Projekte konzipieren und umsetzen sowie in angeleiteten Feedback-Runden bewerten, (WOZU) um in Online-Redaktionen 360°- und VR-Projekte anbieten bzw. betreuen zu können.

3 Inhalte:

OR72.a

Grundlagen

- Online Marketing
- Display Advertising
- Formate
- KPIs
- Mediaplanung
- Einkauf und Handel

Technische Prozesse

- Realtime Bidding / Reatime Advertising
- Bietprozesse
- SSD (Sell Side Platform)
- DSP (Demand Side Platform)
- DMP (Data Management Platform)
- Ad Server Technologies
- Abrechnung und Modelle

Nutzerdatenanalyse

- Targetingmethoden
- Thin Data / First Party Data / Third Party Data

Scoring

OR72.b

Die Studierenden lernen, wie sie das Social Web als operationales und strategisches Wissensinstrument in ihrer Redaktion, Organisation und Unternehmen nutzen können, indem sie die frei verfügbaren Inhalte effizient erfassen, auswerten und entscheidungsrelevantes Wissen aufbereiten. Anhand von konkreten Fragestellungen aus der beruflichen Praxis identifizieren sie relevante Quellen, steuern die spezifischen Programmierschnittstellen an und werten die Daten quantitativ und qualitativ aus.

OR72.c

- Technische Voraussetzungen von 360°- bzw. VR-Projekten
- Qualitätskriterien
- Übungen zur Konzeption und medienpraktischen Umsetzung von 360°- und VR-Projekten

4 Lehrformen:

Seminaristischer Unterricht (OR72.a)

Projektarbeit (OR72.b)

Übung (OR72.c)

5 Teilnahmevoraussetzungen:

Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer	
Modulcode: OR72	
Teilnahmevoraussetzungen sind der Beschreibung der einzelnen Lehrveranstaltungen zu entnehmen.	
6	Art der Prüfung:
	Lernportfolio oder Präsentation (OR72.a) Lernportfolio (OR72.b) Lernportfolio (OR72.c)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
	Bestehen der Modulprüfung
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul
	Wahlmodul
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
	unbenotet
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
	-
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Amelie Duckwitz Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Gernot Heisenberg, Prof. Dr. Matthias Fank, externe Lehrbeauftragte
12	Sonstige Informationen:
	-
13	Literatur / Quellen
	Programmatic Advertising <ul style="list-style-type: none"> • Busch, O. (2016): Programmatic Advertising: The Successful Transformation to Automated, Data-Driven Marketing in Real-Time (Management for Professionals) (Englisch) Springer; Auflage: 1st ed. 2016 • Busch, O. (2014): Realtime Advertising, Springer Gabler; Auflage: 2014

Bachelorarbeit					
Modulcode: OR81					
Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
360h	12	7. Sem.	halbjährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	OR81.1 Bachelorarbeit (<i>Betreuung der Bachelorarbeit durch die Erstgutachterin/den Erstgutachter.</i>)	$\sum h$ OR81.1 -	$\sum 360h$ OR81.1 360h	OR81.1 Deutsch	OR81.1 -
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	<p>OR81.1 (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.</p>				
3	Inhalte:				
	<p>OR81.1</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. 				
4	Lehrformen:				
	Betreuung der Bachelorarbeit durch die Erstgutachterin/den Erstgutachter. (OR81.1)				
5	Teilnahmevoraussetzungen:				
	Die Zulassungsvoraussetzung für die Bachelorarbeit ist der Nachweis von mindestens 161 Credits. Details sind in der Prüfungsordnung geregelt.				
6	Art der Prüfung:				
	Bachelorarbeit (OR81.1)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Die Bachelorarbeit muss mit mindestens ausreichend (4,0) bewertet worden sein.				
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul				
	Pflichtmodul				
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet				
	benotet				
10	Stellenwert der Note für die Endnote:				
	Die Note für die Bachelorarbeit geht zu 20 Prozent in die Endnote ein.				
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende				
	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Konrad Scherfer Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Amelie Duckwitz, Prof. Dr. Gernot Heisenberg, Prof. Jan Hofer, Prof. Dr. Ingrid Scheffler, Prof. Dr. Konrad Scherfer, Prof. Dr. Petra Werner, Alexander Niehaus, Birgit Pieplow, Miriam Schmitz</p>				

Bachelorarbeit

Modulcode: OR81

12 Sonstige Informationen:

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.

13 Literatur / Quellen

-

Seminar zur Bachelorarbeit					
Modulcode: OR82					
Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
150h	5	7. Sem.	halbjährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	OR82.1 Kolloquium zur Bachelorarbeit (Seminar)	Σ 4 SWS / 60h OR82.1 4 SWS / 60h	Σ 90h OR82.1 90h	OR82.1 Deutsch	OR82.1 60
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	<p>OR82.1 (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.</p>				
3	Inhalte:				
	<p>OR82.1</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 				
4	Lehrformen:				
	Seminar (OR82.1)				
5	Teilnahmevoraussetzungen:				
	Anmeldung zur Bachelorarbeit				
6	Art der Prüfung:				
	Exposé und Präsentation (OR82.1)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Regelmäßige und aktive Teilnahme sowie Bestehen der Modulprüfung				
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul				
	Pflichtmodul				
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet				
	unbenotet				
10	Stellenwert der Note für die Endnote:				
	-				
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende				

Seminar zur Bachelorarbeit

Modulcode: OR82

Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Amelie Duckwitz

Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Amelie Duckwitz, Prof. Dr. Gernot Heisenberg, Prof. Jan Hofer, Prof. Dr. Ingrid Scheffler, Prof. Dr. Konrad Scherfer, Prof. Dr. Petra Werner, Alexander Niehaus, Miriam Schmitz, Birgit Pieplow, Prof. Dr. Ursula Georgy, Prof. Dr. Tom Becker, Prof. Dr. Philipp Schaer, Prof. Ragna Seidler-de Alwis, Prof. Dr. Matthias Fank, Prof. Dr. Tobias Galliat, Prof. Dr. Matthias Groß, Prof. Dr. Selma Strahringer, Prof. Dr. Simone Fühles-Ubach, Prof. Dr. Klaus Lepsky, Prof. Dr. Frank Linde, Prof. Dr. Haike Meinhardt, Prof. Dr. Inka Tappenbeck

12 Sonstige Informationen:

Das Kolloquium wird jedes Semester für die Studierenden der Bachelorstudiengänge im IWS angeboten.

13 Literatur / Quellen

- 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.

Datenjournalismus: Informationsvisualisierung					
Modulcode: OR91					
<i>Dieses Modul gehört zum Studienschwerpunkt "Datenjournalismus" im Studiengang Online-Redaktion und wird angeboten im Studiengang Data and Information Science.</i>					
Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
180h	6	2. Sem.	jährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	OR91.1 Informationsvisualisierung <i>(Seminaristischer Unterricht und Laborpraktikum)</i>	Σ 4 SWS / 60h OR91.1 4 SWS / 60h	Σ 120h OR91.1 120h	OR91.1 Deutsch	OR91.1 45
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	<p>OR91.1</p> <p>(WAS): Die Studierenden erlernen die effiziente und effektive Aufbereitung von Informationen in Tabellenform und Visualisierung mittels statistischer und dynamischer Grafiken.</p> <p>(WOMIT) Hierzu erstellen sie unter Verwendung von Tabellenkalkulationsprogrammen (z.B. Excel), spezieller Visualisierungssoftware (z.B. Tableau, Xcelsius), Skriptsprachen (z.B. R) und vektorbasierten Grafikprogramm (z.B. InkSkape) professionelle Tabellen und Grafiken.</p> <p>(WOZU) Ziel ist dabei die Präsentation von Informationen für Entscheidungsträger*innen in Wissenschaft und Wirtschaft.</p>				
3	Inhalte:				
	<p>OR91.1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kriterien für das Erstellen von Tabellen • historische Entwicklung • Integritätsprinzipien für das Erstellen von Grafiken • Dashboard Design • visuelle Datenanalyse • interaktive Visualisierungen • Visualisierung von Zeitreihen • Visualisierung von Proportionen • moderne Visualisierungstechniken (z.B. Fokus&Context, Treemap, parallele Koordinaten) 				
4	Lehrformen:				
	Seminaristischer Unterricht und Laborpraktikum (OR91.1)				
5	Teilnahmevoraussetzungen:				
	keine				
6	Art der Prüfung:				
	Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung oder mündliche Prüfung (OR91.1)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Bestehen der Modulprüfung				
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul				
	Wahlmodul				
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet				
	unbenotet				
10	Stellenwert der Note für die Endnote:				
	-				
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende				

Datenjournalismus: Informationsvisualisierung

Modulcode: OR91

Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Tobias Galliat

Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Tobias Galliat

12 Sonstige Informationen:

-

13 Literatur / Quellen

- Cairo, Alberto (2016): The Truthful Art.
- Few, Stephen (2014): Show Me the Numbers.
- Few, Stephen (2013): Information Dashboard Design. 2nd ed.
- Wexler, Steve / Shaffer, Jeffrey / Cotgreave, Andy (2017): The Big Book of Dashboards.
- Yau, Nathan (2013): Data Points.

Datenjournalismus: Datenmodellierung					
Modulcode: OR92					
<i>Dieses Modul gehört zum Studienschwerpunkt "Datenjournalismus" im Studiengang Online-Redaktion und wird angeboten im Studiengang Data and Information Science.</i>					
Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
180h	6	7. Sem.	jährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	OR92.1 Datenmodellierung <i>(Seminaristischer Unterricht und Laborpraktikum)</i>	∑ 4 SWS / 60h OR92.1 4 SWS / 60h	∑ 120h OR92.1 120h	OR92.1 Deutsch	OR92.1 45
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	<p>OR92.1</p> <p>(WAS) Die Studierenden lernen, Daten und Informationen, die in elektronischer Form vorliegen, aufzubereiten, zu strukturieren und in gängige Formate zu überführen.</p> <p>(WOMIT) Hierzu setzen sie unterschiedliche Formate (z.B. CSV, XML oder JSON), automatisierte Transformationen (z.B. mit XSLT oder auf der Kommandozeile) und Editoren (z.B. Notepad++) ein.</p> <p>(WOZU) Sie werden somit in die Lage versetzt, beliebige Quelldaten so aufzubereiten, dass diese für spätere Anwendungen, z.B. als Eingabe für Datenbank- und Retrievalsysteme oder für das Data Mining genutzt werden können. Sie kennen dabei typische Verfahren, Tools und Formate, um die Ergebnisse ihrer Aufbereitung und Modellierung flexibel einzusetzen. Des Weiteren können sie diese je nach Anwendungsfall und Anforderung anpassen.</p>				
3	Inhalte:				
	<p>OR92.1</p> <p>In dem Modul werden Verfahren, Tools und Formate zur Aufbereitung, Strukturierung und Transformation von beliebigen Daten und Informationen vorgestellt und deren praktischer Einsatz in Laborpraktika geübt. Im Fokus stehen die verschiedenen Schritte, die notwendig sind, um beliebige digitale Daten und Informationen in eine einheitliche Form zu bringen sowie eine strukturierte Weiterverarbeitung zu ermöglichen. Weiterhin werden Verfahren zur automatisierten Transformation von Daten (z.B. mit regulären Ausdrücken, XSLT oder kleiner Skripte) in diverse Formate (wie z.B. CSV, XML, JSON) unter Verwendung von Texteditoren (wie bspw. Notepad++) behandelt. Neben den theoretischen Grundlagen zu Datenstrukturen (Listen, Bäume, etc.) werden praktische Fähigkeiten in den unterschiedlichen Arten von Daten- und Informationsgewinnung aus dem Web (Datenbanken, Web-APIs, Scraping) und der Datenbereinigung (Konsistenzprüfung, Harmonisierung, etc) vermittelt. Hierzu werden eine Reihe von experimentellen (z.B. XPath) sowie bereits im professionellen Einsatz befindliche Methoden und Tools vorgestellt und an praktischen Beispielen evaluiert.</p>				
4	Lehrformen:				
	Seminaristischer Unterricht und Laborpraktikum (OR92.1)				
5	Teilnahmevoraussetzungen:				
	Formal: keine Empfohlen: Kenntnisse des Moduls "Informationsarchitektur des Webs"				
6	Art der Prüfung:				
	Klausur oder lehreinstaltungsbegleitende Prüfung (OR92.1)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Bestehen der Modulprüfung				
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul				
	Wahlmodul				
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet				

Datenjournalismus: Datenmodellierung	
Modulcode: OR92	
unbenotet	
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
	-
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
	Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Philipp Schaer Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Tobias Galliat, Prof. Dr. Matthias Groß, Prof. Dr. Achim Oßwald, Prof. Dr. Philipp Schaer
12	Sonstige Informationen:
	-
13	Literatur / Quellen
	-

Datenjournalismus-Projekt: Management					
Modulcode: OR93					
<i>Dieses Modul ist Bestandteil des Studienschwerpunkts "Datenjournalismus".</i>					
Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
135h	4	4. Sem.	jährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	OR93.1 Management von datenjournalistischen Projekten <i>(Seminaristischer Unterricht)</i>	∑ 3 SWS / 45h OR93.1 3 SWS / 45h	∑ 90h OR93.1 90h	OR93.1 Deutsch	OR93.1 -
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	<p>OR93.1 (geeignet für Projektwoche)</p> <p>(WAS) Die Studierenden können (in Vorbereitung auf die Redaktionsprojekte 1 und 2) datenjournalistische Web-Projekte konzipieren und organisieren, (WOMIT) indem sie studiengangbezogene Voraussetzungen, die für eine Zulassung zur Praxisphase sowie für eine den individuellen Zielsetzungen (Studienschwerpunkt Datenjournalismus) entsprechende Wahl der Praxisstelle gegeben sind, kennen und verstehen. Die Studierenden kennen formale und inhaltliche Voraussetzungen, die eine Einrichtung erfüllen muss, damit dort datenjournalistische Redaktionsprojekte abgeleistet werden können. Zugleich kennen sie die Anforderungen, Ziele, Möglichkeiten sowie Beschränkungen, denen datenjournalistische Web-Projekte unterliegen, und reflektieren diese kritisch. Sie kennen im Hinblick auf das Redaktionsprojekt 2 die Ziele und Zielgruppen datenjournalistischer Projekte sowie die entsprechenden Tools.</p> <p>(WOZU) Sie können sich eigenständig bei Online-Redaktionen bewerben und dort selbständig kleinere datenjournalistische Projekte bzw. die Mitarbeit an größeren datenjournalistischen Projekten anbieten. Die Studierenden sollen darüber hinaus 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.</p>				
3	Inhalte:				
	<p>OR93.1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzeption und Organisation von datenjournalistischen Web-Projekten • Planung der individuellen datenjournalistischen 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 im Studienschwerpunkt Datenjournalismus • Die Möglichkeiten und Besonderheiten des Redaktionsprojektes 2 werden konkretisiert. • Die ehemaligen Praktikant*innen aus der Praxisphase des Vorjahres präsentieren ihre datenjournalistischen Redaktionsprojekte. • Ergänzend werden Absolvent*innen des Studiengangs Online-Redaktion (Studienschwerpunkt Datenjournalismus) sowie externe Praktiker*innen aus dem Bereich Datenjournalismus eingeladen, die Praxissemesterplätze vorstellen. 				
4	Lehrformen:				
	Seminaristischer Unterricht (OR93.1)				
5	Teilnahmevoraussetzungen:				
	keine				
6	Art der Prüfung:				
	Lernportfolio (OR93.1)				

Datenjournalismus-Projekt: Management	
Modulcode: OR93	
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten
Regelmäßige und aktive Teilnahme an der Lehrveranstaltung sowie Bestehen der Prüfung	
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul
Wahlmodul	
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet
unbenotet	
10	Stellenwert der Note für die Endnote:
-	
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende
Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Petra Werner	
Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Petra Werner; externe Lehrbeauftragte, z.B. Clemens Boisserée, Sebastian Mondial	
12	Sonstige Informationen:
-	
13	Literatur / Quellen
<ul style="list-style-type: none"> • Gray, Jonathan / Bounegru, Liliana / Chambers, Lucy (Hg.; 2012): The Data Journalism. Handbook. Farnham. • Loosen, Wiebke / Reimer, Julius / De Silva-Schmidt, Fenja (2016): Wenn aus Daten Journalismus wird. Eine Inhaltsanalyse der für die Data Journalism Awards 2013 bis 2015 nominierten Projekte. Hamburg (Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts; 39). • http://datadrivenjournalism.net 	

Datenjournalismus: Data Mining					
Modulcode: OR94					
<i>Dieses Modul gehört zum Studienschwerpunkt "Datenjournalismus" im Studiengang Online-Redaktion und wird angeboten im Studiengang Data and Information Science.</i>					
Workload	Credits	Studiensemester	Frequenz	Dauer	
180h	6	6. Sem.	jährlich	1 Sem.	
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	Sprache	Gruppengröße
	OR94.1 Data Mining <i>(Seminaristischer Unterricht und Laborpraktikum)</i>	∑ 4 SWS / 60h OR94.1 4 SWS / 60h	∑ 120h OR94.1 120h	OR94.1 Deutsch	OR94.1 45
2	Lernergebnisse (learning outcomes / Kompetenzen):				
	<p>OR94.1 (WAS) Die Studierenden lernen, grundlegende Data Mining-Algorithmen für konkrete Fragestellungen und Datensammlungen auszuwählen, diese – unter Optimierung der frei wählbaren Parameter – anzuwenden und die Ergebnisse zu validieren. (WOMIT) Hierzu erstellen sie Prozess-Streams unter Verwendung professioneller Data Mining Workbenches (wie z.B. RapidMiner, IBM SPSS Modeler), die den kompletten Workflow vom Zugriff auf die Datenquelle (Datenbanksystem, Dateien in unterschiedlichen Formaten) bis zur Ergebnisvisualisierung abbilden. (WOZU) Ziel ist dabei die Generierung neuer Informationen, die für die Entscheidungsfindung und zum Aufbau von Empfehlungssystemen in Wissenschaft und Wirtschaft genutzt werden können.</p>				
3	Inhalte:				
	<p>OR94.1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klassifikationsverfahren (z.B. Entscheidungsbaumsysteme, Support Vector Machines) • Clusterverfahren (hierarchisch, k-means) • Verfahren zur Assoziationsanalyse • Kollaboratives Filtern 				
4	Lehrformen:				
	Seminaristischer Unterricht und Laborpraktikum (OR94.1)				
5	Teilnahmevoraussetzungen:				
	keine				
6	Art der Prüfung:				
	Klausur oder lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung (OR94.1)				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten				
	Bestehen der Modulprüfung				
8	Art: Pflicht- oder Wahlmodul				
	Wahlmodul				
9	Bewertungsmethoden benotet/unbenotet				
	unbenotet				
10	Stellenwert der Note für die Endnote:				
	-				
11	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende				
	<p>Modulbeauftragte/r: Prof. Dr. Tobias Galliat Hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Tobias Galliat, Prof. Dr. Gernot Heisenberg</p>				

Datenjournalismus: Data Mining

Modulcode: OR94

12 Sonstige Informationen:

-

13 Literatur / Quellen

- Leskovec, Jure / Rajaramann, Anand / Ullmann, Jeff (2014): Mining of Massive Datasets, 2nd ed.
- Liu, Bing (2011): Web Data Mining, Heidelberg, 2nd ed.