

---

# Modulhandbuch

für den Studiengang

***Online-Redaktion*** (Bachelor of Arts)

ab Sommersemester 2023

Stand 4.12.2024

**IWS**

Institut für  
Informationswissenschaft

Fakultät für Informations-  
und Kommunikations-  
wissenschaften

**Technology**  
**Arts Sciences**  
**TH Köln**

# Übersicht Module und Lehrveranstaltungen im Studiengang Online-Redaktion

Stand April 2021

Modul		1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.	5. Sem.	6. Sem.	7. Sem.	Credits	SWS	Workload
<b>OR01</b>	<b>Activities and Social Credits</b>							2P	5	2	180
<b>OR11</b>	<b>Medien- und Kommunikationswissenschaft</b>								9	6	270
OR11.1	Strukturen und Funktionen der Massenmedien	2V									
OR11.2	Grundlagen des Webs	2V									
OR11.3	Medien- und kommunikationswiss. Theorien	2V									
<b>OR12</b>	<b>Publizistik und Ethik</b>								6	6	240
OR12.1	Geschichte und Selbstverständnis publ. Berufe		2V								
OR12.2	Einführung in die Informations-Ethik		1V								
OR12.3	Wissenschaftliches Arbeiten		1V								
OR12.4	Berufsfelderkundung (Projektwoche)	2P									
<b>OR13</b>	<b>Methoden der empirischen Sozialforschung</b>								6	4	180
OR13.1	Empirische Forschungsmethoden			1V							
OR13.2	Empirische Forschungsmethoden (Übungen)			1Ü							
OR13.3	Statistik			1V							
OR13.4	Statistik (Übungen)			1Ü							
<b>OR14</b>	<b>Empirische Methoden der Webwissenschaft</b>								6	4	180
OR14.1	Web-Usability I				1V						
OR14.2	Web-Usability II				1Ü						
OR14.3	Web Analytics				2SU						
<b>OR15</b>	<b>Webwissenschaft</b>								6	4	180
OR15.1	Medien- und Informations-/Netzethik					1V					
OR15.2	Webwissenschaftliche Theorien					2V					
OR15.3	Medientheorien					1V					
<b>OR21</b>	<b>Journalistische Grundlagen</b>								8	6	240
OR21.1	Einführung in die jourm. Darstellungsformen	2V									
OR21.2	Grundlagen jourm. Recherchetechniken	1V									
OR21.3	Recherchieren in der jourm. Praxis	1Ü									
OR21.4	Redigieren	2Ü									
<b>OR22</b>	<b>Journalistische Praxis</b>								8	6	240
OR22.1	Nachrichtenauswahl und Nachrichtenqualität		1V								
OR22.2	Praxis des jourm. Recherchierens		3P								
OR22.3	Praxis des jourm. Schreibens		2Ü								
<b>OR23</b>	<b>Multimediale Produktion für das Web</b>								6	4	180
OR23.1	Fotografie			1LP							
OR23.2	Video für das Web			2LP							
OR23.3	Audio für das Web			1LP							
<b>OR24</b>	<b>Multimediales Storytelling</b>								6	4	180
OR24.1	Evaluation von AV-Produktionen				2V						
OR24.2	Bildredaktion				1V						
OR24.3	Multimediales Storytelling				1LP						
<b>OR25</b>	<b>Content-Schwerpunkt: Fachkenntnisse</b>								3	2	90
OR25.1	Fachkenntnisse				2SU						
<b>OR26</b>	<b>Content-Schwerpunkt: Praxisprojekt</b>								3	4	90
OR26.1	Praxisprojekt						4P				
<b>OR31</b>	<b>Social Media</b>								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 -Design
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 April 2021

Modul	1. Sem. 2. Sem. 3. Sem. 4. Sem. 5. Sem. 6. Sem. 7. Sem.							Credits	SWS	Workload	
<b>OR32 Content-Management-Systeme</b>								6	4	180	
OR32.1 Grundlagen des Content Managements			2SU								
OR32.2 Content-Management-Systeme in der Praxis			2Ü								
<b>OR33 Online-Redaktionsmanagement</b>								6	4	180	
OR33.1 Modelle und Methoden in Online-Redaktionen			4SU								
<b>OR34 Content Strategy</b>								6	4	180	
OR34.1 Externe Kommunikation			1V								
OR34.2 PR- und Corporate-Media-Redaktion			1Ü								
OR34.3 Content Strategy in der Online-Redaktion			2LP								
<b>OR35 Content Marketing</b>								6	4	180	
OR35.1 Grundlagen und aktuelle Formen des Web- und Content-Marketings						2SU					
OR35.2 Konzeption und Planung von Content-Marketing						2LP					
<b>OR41 Informationsarchitektur des Webs</b>								7	6	210	
OR41.1 Web Standards I		1V	1V								
OR41.2 Web Standards II		1Ü	1Ü								
OR41.3 Web-Konzeption		2LP									
<b>OR42 Webdesign</b>								8	5	240	
OR42.1 Grundlagen des Webdesigns			1SU								
OR42.2 Tools des Webdesigns		2LP									
OR42.3 Gestaltungsgrundlagen		2LP									
<b>OR43 Information Research</b>								8	7	240	
OR43.1 Grundlagen der Datenbank- und Web-Recherche		1V									
OR43.2 Suchmaschinentechnologie		1V + 2									
OR43.3 Suchmaschinenoptimierung			1V + 2								
<b>OR51 Medienrecht</b>								6	4	180	
OR51.1 Presse- und Online-Recht						2V					
OR51.2 Grundlagen des Urheberrechts							1V				
OR51.3 Urheberrechtliche Aspekte in der online-redaktionellen Praxis							1V				
<b>OR61 Web-Projekt</b>								9	6	240	
<b>OR62 Redaktionsprojekt: Management</b>								4	3	135	
OR62.1 Management der Redaktionsprojekte						3SU					
<b>OR63 Redaktionsprojekt 1</b>								20		600	
OR63.1 Praxiswissen						0 SWS					
<b>OR64 Redaktionsprojekt 2</b>								12		300	
OR64.1 Online-Redaktion						0 SWS					
<b>OR65 Redaktionsprojekt: Präsentation und Evaluation</b>								5	3	135	
OR65.1 Präsentation und Evaluation							3SU				
<b>OR71 Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer</b>							2x2 SWS od. 1x4 SWS	6	4	180	
<b>OR72 Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer</b>							2x2 SWS od. 1x4 SWS	6	4	180	
<b>OR81 Bachelorarbeit</b>								12		360	
<b>OR82 Seminar zur Bachelorarbeit</b>							4SU	5	4	150	
<b>GESAMT</b>		24 SWS	21 SWS	21 SWS	19 SWS	0 SWS	19 SWS	12 SWS	210 Credits	118 SWS	6300 WL
<b>Im Datenjournalismus-Schwerpunkt:</b>											
OR91 Informationsvisualisierung			4 SWS					6	4	180	
OR93 Datenjournalismus-Projekt: Management				3 SWS				4	3	135	
OR94 Data Mining							4 SWS	6	4	180	
OR92 Datenmodellierung							4 SWS	6	4	180	

## 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 -Design

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. 6
-----	--------------------------------------	------

## 1 Wissenschaft und Theorie

1.1	Medien- und Kommunikationswissenschaft (OR11)	S. 9
1.2	Publizistik und Ethik (OR12)	S. 12
1.3	Methoden der empirischen Sozialforschung (OR13)	S. 16
1.4	Empirische Methoden der Webwissenschaft (OR14)	S. 20
1.5	Webwissenschaft (OR15)	S. 23

## 2 Content-Produktion

2.1	Journalistische Grundlagen (OR21)	S. 26
2.2	Journalistische Praxis (OR22)	S. 29
2.3	Multimediale Produktion für das Web (OR23)	S. 32
2.4	Multimediales Storytelling (OR24)	S. 34
2.5	Content-Schwerpunkt: Fachkenntnisse (OR25)	S. 37
2.6	Content-Schwerpunkt: Projekt (OR26)	S. 39

## 3 Content-Distribution

3.1	Social Media (OR31)	S. 41
3.2	Content-Management-Systeme (OR32)	S. 44
3.3	Online-Redaktionsmanagement (OR33)	S. 46
3.4	Content Strategy (OR34)	S. 48
3.5	Content Marketing (OR35)	S. 51

## 4 Webtechnologien und –Design

4.1	Informationsarchitektur des Webs (OR41)	S. 54
4.2	Webdesign (OR42)	S. 57
4.3	Information Research (OR43)	S. 60

## 5 Rechtliche Grundlagen

5.1	Medienrecht (OR51)	S. 63
-----	--------------------	-------

## 6 Projekte

6.1	Web-Projekt (OR61)	S. 66
6.2	Redaktionsprojekt: Management (OR62)	S. 69
6.3	Redaktionsprojekt 1 (OR63)	S. 71
6.4	Redaktionsprojekt 2 (OR64)	S. 73
6.5	Redaktionsprojekt: Präsentation und Evaluation (OR65)	S. 75

## **7 Wahlpflichtbereich**

- 7.1 Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer (OR71) ..... S. 77
- 7.2 Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer (OR72) ..... S. 79

## **8 Bachelor Thesis**

- 8.1 Bachelorarbeit (OR81) .....S. 81
- 8.2 Kolloquium zur Bachelorarbeit (OR82) .....S. 83

## **9 Schwerpunkt Datenjournalismus**

- 9.1 Datenjournalismus: Informationsvisualisierung (OR91) ..... S. 85
- 9.2 Datenjournalismus: Datenmodellierung (OR92) .....S. 87
- 9.3 Datenjournalismus-Projekt: Management (OR93) ..... S. 89
- 9.4 Datenjournalismus: Data Mining (OR94) ..... S. 91

## Activities and Social Credits

Modulnummer:	OR01
Modulbezeichnung:	Activities and Social Credits
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	5
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	1. bis 7.
Häufigkeit des Angebots:	halbjährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Petra Werner und Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Dozierende:	Alle Lehrenden des IWS
Learning Outcome:	<p><i>Activities and Social Credits - OR01.1</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden können ihren individuellen überfachlichen Kompetenzentwicklungsbedarf ermitteln, ein Kompetenzentwicklungsziel entwerfen sowie den eigenen Entwicklungsfortschritt überprüfen und bewerten,</p> <p>(WOMIT) indem sie die zu entwickelnde(n) Kompetenz(en) im Rahmen einer praktischen Aktivität anwenden und die eigene Kompetenzentwicklung in einem e-Portfolio reflektieren,</p> <p>(WOZU) um im Studium sowie im professionellen Kontext mithilfe überfachlicher Kompetenzen Aufgabenstellungen kooperativ und verantwortungsvoll lösen zu können.</p>
Modulinhalte:	<p><i>Activities and Social Credits - OR01.1</i></p> <p>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 <a href="http://kompass.web.th-koeln.de/">http://kompass.web.th-koeln.de/</a>) identifizieren die Studierenden Kompetenzbereiche, in denen sie Entwicklungsbedarf sehen. Für den Erwerb der angestrebten Kompetenzen suchen sie sich entsprechende Aktivitätsfelder.</p> <p>Als Aktivitätsfelder kommen z.B. in Frage:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fachtutorium <i>Tätigkeit/möglicher Kompetenzerwerb:</i> Moderation, Zeitmanagement, Planung und Durchführung von Gruppensitzungen, Feedback geben und nehmen</li></ul>

- Gremienarbeit, bspw. als studentisches Mitglied im Institutsvorstand des IWS  
*Tätigkeit/möglicher Kompetenzerwerb:* Vorbereitung von Sitzungen mit unbekanntem Sachverhalten (Vorlagen verstehen, Hintergründe recherchieren, Argumente vorbereiten), aktive Beteiligung (Diskussionsverlauf verfolgen, Argumentationslinien erkennen, Konstellationen wahrnehmen, Argumente passend vortragen), Ergebnisse zusammenfassen und Dritte informieren
- Mitarbeit bei Messen/Ausstellungen/Tagungen  
*Tätigkeit/möglicher Kompetenzerwerb:* Anforderungen an Auftritt in Abstimmung mit Auftraggeber\*in klären, Arbeitspakete definieren und zeitgerecht bearbeiten, Kontakte zielgruppengerecht planen und durchführen, Aktivitäten evaluieren
- Mitwirkung bei den Studieninformationstagen/Tagen der offenen Tür  
*Tätigkeit/möglicher Kompetenzerwerb:* Anforderungen an Auftritt in Abstimmung mit Auftraggeber\*in klären, Arbeitspakete definieren und zeitgerecht bearbeiten, Kontakte zielgruppengerecht planen und durchführen, Aktivitäten evaluieren
- Mitarbeit in der studiengangseigenen Webredaktion (Website und Social-Media-Kanäle)  
*Tätigkeit/möglicher Kompetenzerwerb:* Anforderungen an die Webauftritte in Abstimmung mit Auftraggeber\*in klären, Kommunikationsstrategien zielgruppengerecht planen und durchführen, (Fach-)Communities in Abstimmung mit den Studiengangsziele betreiben
- 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.

Lehr- und Lernmethoden:	Projektarbeit
Prüfungsform/en:	Lernportfolio
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	2 SWS / 30h
Selbststudium:	150h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Teilnahme an bzw. Durchführung einer praktischen Aktivität zum Erwerb überfachlicher Kompetenzen und Abgabe eines e-Portfolios
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meyer, Ruth. Soft Skills fördern. Strukturiert Persönlichkeit entwickeln, hep Verlag, 2. Aufl., Bern 2011</li> </ul>

- <http://kompass.web.th-koeln.de/>

---

Verwendung des Moduls in  
weiteren Studiengängen:

nein

---

Besonderheiten:

nein

---

Letzte Aktualisierung:

25.02.2021

---

## Medien- und Kommunikationswissenschaft

Modulnummer:	OR11
Modulbezeichnung:	Medien- und Kommunikationswissenschaft
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	9
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	1.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Petra Werner
Dozierende:	Prof. Dr. Petra Werner, Miriam Schmitz, Prof. Dr. Lars Rinsdorf
Learning Outcome:	<p><i>Strukturen und Funktionen der Massenmedien - OR11.1</i></p> <p>(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.</p> <p><i>Grundlagen des Webs - OR11.2</i></p> <p>(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.</p> <p><i>Medien- und kommunikationswissenschaftliche Theorien - OR11.3</i></p> <p>(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</p>

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.

Modulinhalte:

*Strukturen und Funktionen der Massenmedien - 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

*Grundlagen des Webs - OR11.2*

- Architektur des Webs (technologische Grundstrukturen / Funktionsweisen; organisatorische Grundstrukturen / Web Governance; Entwicklungsstufen)
- Das Web als Kommunikations- und Interaktionsraum (Digitalisierung, 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, Datenschutz, eParticipation, eGovernment, Open Data)

*Medien- und kommunikationswissenschaftliche Theorien - OR11.3*

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

Lehr- und Lernmethoden: Vorlesung

Prüfungsform/en: Klausur

Workload  
 (25 - 30 h  $\hat{=}$  1 ECTS credit): 270h

Präsenzzeit: 6 SWS / 90h

Selbststudium: 180h

Teilnahmevoraussetzungen: keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten: Bestehen der Teilmodulprüfungen

Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	benotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	9%
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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)</li> <li>• Meyn, Hermann / Tonnemacher, Jan (2012): Massenmedien in Deutschland. Konstanz (4., völlig überarbeitete Neuauflage).</li> <li>• Pürer, Heinz (2014): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Konstanz (2. Auflage).</li> <li>• Scherfer, Konrad (2010; Hrsg.): Webwissenschaft – Eine Einführung. Berlin (2. Auflage).</li> <li>• 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</li> <li>• Weischenberg, Siegfried / Scholl, Achim / Malik, Maja (2006): Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz</li> <li>• 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&amp;K (Medien und Kommunikation) 4, 63. Jg. 2015, S. 517-534.</li> </ul>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	28.02.2020

## Publizistik und Ethik

Modulnummer:	OR12
Modulbezeichnung:	Publizistik und Ethik
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	2 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	1. und 2.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Petra Werner
Dozierende:	Prof. Dr. Petra Werner, Prof. Dr. Inka Tappenbeck, Birgit Pieplow, Prof. Dr. Amelie Duckwitz

Learning Outcome:	<p><i>Geschichte und Selbstverständnis publizistischer Berufe - OR12.1</i></p> <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> <p><i>Einführung in die Informations-Ethik - OR12.2</i></p> <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> <p><i>Wissenschaftliches Arbeiten - OR12.3</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden kennen und verstehen die Grundlagen wissenschaftlichen Handelns, wissenschaftliche Qualitätskriterien und Vorgehensweisen;</p>
-------------------	--

(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.  
*Berufsfelderkundung - OR12.4*

(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.

Modulinhalte:

*Geschichte und Selbstverständnis publizistischer Berufe - 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

*Einführung in die Informations-Ethik - 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

*Wissenschaftliches Arbeiten - 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

*Berufsfelderkundung - OR12.4*

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

Lehr- und Lernmethoden:

Vorlesung, Seminaristischer Unterricht

Prüfungsform/en:

Hausarbeit und Lernportfolio

Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	240h
Präsenzzeit:	6 SWS / 90h
Selbststudium:	150h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme am Seminaristischen Unterricht sowie Bestehen der Teilmodulprüfungen
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capurro, Rafael: Ethik, Informationsethik : eine Einführung. <a href="http://www.capurro.de/ethikskript/inhalt.htm">http://www.capurro.de/ethikskript/inhalt.htm</a></li> <li>• Heesen, Jessica (2016): Handbuch Medien- und Informationsethik. Stuttgart.</li> <li>• Hepfer, Karl (2008): Philosophische Ethik: eine Einführung. Göttingen.</li> <li>• Kuhlen, Rainer (2004): Informationsethik: Umgang mit Wissen und Information in elektronischen Räumen. Konstanz.</li> <li>• Pieper, Annemarie (2000): Einführung in die Ethik. 4., überarb. und aktualisierte Aufl.; Tübingen [u.a.].</li> <li>• Siep, Ludwig (2004): Konkrete Ethik: Grundlagen der Natur- und Kulturethik. Frankfurt am Main.</li> <li>• Themenschwerpunkt: Recht und Ethik im Internet. Hrsg. Joachim Hruschka. Berlin: Duncker &amp; Humblot, 2015.</li> <li>• Tugendhat, Ernst (2004): Vorlesungen über Ethik. Frankfurt am Main.</li> <li>• Kunczik, Michael / Zipfel, Astrid (2001): Journalismus. In: Dies.: Publizistik. Ein Studienhandbuch. Köln / Weimar / Wien, S. 129-158.</li> <li>• 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.</li> <li>• Aktuelle Beiträge aus Fachzeitschriften, z.B.: Kiefer, Marie Luise: Journalismus als Dienstleistung? Eine dienstleistungstheoretische Einschätzung. In: M&amp;K (Medien und Kommunikation) 4, 65. Jg. 2017, S. 682-703.</li> </ul>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein

---

Letzte Aktualisierung:

17.03.2023

---

## Methoden der empirischen Sozialforschung

Modulnummer:	OR13
Modulbezeichnung:	Methoden der empirischen Sozialforschung
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	3.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Lars Rinsdorf
Dozierende:	Prof. Dr. Lars Rinsdorf, Prof. Dr. Simone Fühles-Ubach, externe Lehrbeauftragte

Learning Outcome: *Empirische Forschungsmethoden - 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.

*Empirische Forschungsmethoden | Übungen - 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.

*Statistik - 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.

*Statistik | Übungen - 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.

Modulinhalte:

*Empirische Forschungsmethoden - OR13.1*

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

*Empirische Forschungsmethoden | Übungen - OR13.2*

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

*Statistik - 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).  
*Statistik | Übungen - 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).

Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung, Übung
Prüfungsform/en:	Klausur
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60 h
Selbststudium:	120 h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Übungen sowie Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	benotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	6%
Empfohlene Literatur:	<p>Literatur Empirische Forschungsmethoden:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Umlauf, Konrad / Fühles-Ubach, Simone / Seadle, Michael (2013; Hg.): Handbuch Methoden der Bibliotheks- und Informationswissenschaft. Bibliotheks-, Benutzerforschung, Informationsanalyse. Berlin/Boston</li> <li>• Diekmann, Andreas (2012): Empirische Sozialforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek [vollst. überarb. und erw. Neuausg., 6. Aufl.]</li> <li>• Mayring, Philipp (2016): Einführung in die <i>qualitative Sozialforschung</i>: eine Anleitung zu <i>qualitativem</i> Denken. Weinheim</li> </ul> <p>Literatur Statistik:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bortz; Jürgen, Schuster, Christoph: Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler. – 7. überarb. aktualisierte Aufl. – Springer, 2016.</li> <li>• Eid, Michael; Gollwitzer, Mario; Schmitt, Manfred: Statistik und Forschungsmethoden. Lehrbuch. Mit Online-Material. – Beltz, 2017.</li> <li>• Holland, Heinrich; Scharnbacher, Kurt: Statistik im Betrieb: Lehrbuch mit praktischen Beispielen. – Gabler, 2015.</li> </ul>

- Kosfeld, Reinhold; Eckey, Hans Friedrich; Türck, Matthias: Deskriptive Statistik: Grundlagen – Methoden – Beispiele – Aufgaben. – Springer, 2016.

Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	17.03.2023

## Empirische Methoden der Webwissenschaft

Modulnummer:	OR14
Modulbezeichnung:	Empirische Methoden der Webwissenschaft
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	4.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer, Alexander Niehaus, Miriam Schmitz, externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	<p><i>Web-Usability I - OR14.1</i></p> <p>(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,</p> <p>(WOMIT) indem sie anhand ausgewählter Literatur die Relevanz und Zugänge der unterschiedlichen Methoden reflektieren,</p> <p>(WOZU) um in ihrem jeweiligen beruflichen Kontext Web-Usability-Methoden beurteilen sowie Ergebnisse interpretieren können.</p> <p><i>Web-Usability II - OR14.2</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden können die nutzerbasierten, empirischen Usability-Methoden und Web-Usability-Tests auf in Forschung oder Berufspraxis relevante Fragestellungen anwenden,</p> <p>(WOMIT) indem sie – teilweise in Arbeitsgruppen – Projektaufgaben bearbeiten und Web-Usability-Tests durchführen,</p> <p>(WOZU) um im weiteren Studienverlauf sowie in der späteren Berufspraxis selbständig Fragestellungen mithilfe empirischer Web-Usability-Methoden beantworten zu können.</p> <p><i>Web Analytics - OR14.3</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden kennen die Ansätze und Bereiche der Online-Forschung. Sie kennen Instrumente und Anwendungsbereiche der Web Analytics und Social Media Analytics.</p>

(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.

---

Modulinhalte:	<p><i>Web-Usability I - OR14.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlagen und Grundbegriffe der Usability und User Experience</li><li>• Methoden, Anwendungsmöglichkeiten und Einsatzfelder des Usability-Testings</li><li>• Einführung in das Usability-Testing im Usability-Labor und in die expertenbasierte Web-Usability-Evaluation</li></ul> <p><i>Web-Usability II - OR14.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Usability-Testing im Usability-Labor</li><li>• Expertenbasierte Web-Usability-Evaluation</li></ul> <p><i>Web Analytics - OR14.3</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlagen und Grundbegriffe von Web Analytics (Dimensionen, Kennzahlen, Auswertungstypen)</li><li>• Messverfahren und Metriken von Web Analytics</li><li>• Social Media Metrics und Social Media Analytics</li><li>• Überblick über Tools und Technologien</li></ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung, Übung, Seminaristischer Unterricht
Prüfungsform/en:	Klausur
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60 h
Selbststudium:	120 h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Übungen und Laborpraktika sowie Bestehen der Teilmodulprüfungen
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	benotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	6%
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"><li>• 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</li><li>• Evertz, Stefan (2017). Analysiere das Web! Wie Sie Marketing und Kommunikation mit Social Media Monitoring verbessern. Freiburg.</li><li>• Hassler, Marco (2017): Digital und Web Analytics. 4. Aufl. Frechen.</li></ul>

---

- 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

Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	18.11.2024

## Webwissenschaft

Modulnummer:	OR15
Modulbezeichnung:	Webwissenschaft
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	6.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer, Prof. Dr. Ingrid Scheffler
Learning Outcome:	<p><i>Medienethik - OR15.1</i></p> <p>(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.</p> <p><i>Webwissenschaftliche Theorien - OR15.2</i></p> <p>(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.</p> <p><i>Medientheorien - OR15.3</i></p> <p>(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</p>

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.

Modulinhalte:	<p><i>Medienethik - OR15.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Allgemeine Medienethik in den verschiedenen Ebenen: Individualethik / Organisationsethik (z.B. Sendeanstalten/PR-Agenturen etc.) / Nutzerethik</li> <li>• Ethische Aspekte zur Rolle des Internet (z.B. Shitstorm, Cyber-Mobbing etc.)</li> <li>• Bildethik</li> </ul> <p><i>Webwissenschaftliche Theorien - OR15.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Grundbegriffe von (webwissenschaftlichen) Theorien</li> <li>• Mit Blick auf das Web und Social Media: Wissenschaftstheoretische Ansätze, technikhistorische Ansätze, soziotechnische Netzwerk-Theorien, informationswirtschaftliche Ansätze, netzkritische Positionen, Digitale Methoden</li> </ul> <p><i>Medientheorien - OR15.3</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diverse medientheoretische Ansätze sowie das Verhältnis von Medien und Politik</li> <li>• Einzelmedientheorien / Techniktheorien / Kritische Medientheorien / Konstruktivismus / Visuelle Kommunikation</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung, Seminaristischer Unterricht
Prüfungsform/en:	(Klausur und Referat) oder (Klausur und Hausarbeit)
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Teilnahmevoraussetzungen:	Formal: keine Empfohlen: Kenntnisse des Moduls "Medien- und Kommunikationswissenschaft" (Modul 11)
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Bestehen der Teilmodulprüfungen
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	benotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	6%

Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altmeppen, 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.</li> <li>• Anderson, Chris (2007): The Long Tail. München.</li> <li>• Berners-Lee, Tim (1999): Der Web-Report. München</li> <li>• Bruns, Karin / Reichert, Ramon (Hrsg.) (2007): Reader Neue Medien. Texte zur digitalen Kultur und Kommunikation. Bielefeld.</li> <li>• Debatin, Bernhard (2010): Herausforderungen und ethische Standards für den Multi-Plattform Journalismus im World Wide Web. In: Ethik der Kommunikationsberufe, zfkM, Ausg. 1, 12.Jg.</li> <li>• Klock, Daniela / Spahr, Angela (2000): Medientheorien. Eine Einführung. München.</li> <li>• Leschke, Rainer: Einführung in die Medienethik. München 2001.</li> <li>• Lovink, Geert (2017): Im Bann der Plattformen. Die nächste Runde der Netzkritik. Bielefeld.</li> <li>• Müller, Marion: Visuelle Kommunikation (2003). Theorieansätze und Analysemethoden. Konstanz.</li> <li>• Merten, Klaus/ Schmidt, Siegfried J. / Weischenberg, Siegfried (Hrsg.) (1994): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen.</li> <li>• Pariser, Eli (2012): Filter Bubble. München.</li> <li>• Rogers, Richard (2013): Digital Methods. Amsterdam.</li> <li>• Scherfer, Konrad / Volpers, Helmut (Hrsg.) (2008): Webwissenschaft - Eine Einführung. Münster.</li> <li>• Scherfer, Konrad / Volpers, Helmut (Hrsg.) (2013): Methoden der Webwissenschaft. Münster.</li> </ul>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	25.02.2021

## Journalistische Grundlagen

Modulnummer:	OR21
Modulbezeichnung:	Journalistische Grundlagen
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	8
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	1.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Petra Werner
Dozierende:	Prof. Dr. Petra Werner
Learning Outcome:	<p><i>Einführung in die journ. Darstellungsformen - OR21.1</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden kennen die gängigen textbasierten journalistischen Darstellungsformen und ihre jeweiligen Aufbauprinzipien,</p> <p>(WOMIT) können nachrichtliche von erzählenden und meinungsbildenden Formen unterscheiden und erkennen, inwieweit journalistische Texte Qualitätsanforderungen des Genres erfüllen,</p> <p>(WOZU) um als Online-Redakteur*in entscheiden zu können, welche Darstellungsform für welchen thematischen Kontext und welchen Vermittlungszweck geeignet ist.</p> <p><i>Grundlagen journ. Recherchetechniken - OR21.2</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden kennen die wesentlichen Techniken und die in der Praxis gängigen Instrumente des journalistischen Recherchierens,</p> <p>(WOMIT) können Themen definieren, Recherchefragen formulieren sowie die Relevanz unterschiedlicher Typen von Quellen für die Recherche einschätzen und die Qualität von Quellen bewerten,</p> <p>(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><i>Recherchieren in der journ. Praxis - OR21.3</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden können die grundlegenden Techniken des journalistischen Recherchierens anwenden und die wichtigsten Rechercheinstrumente einsetzen,</p> <p>(WOMIT) indem sie Interviews konzipieren, durchführen und analysieren sowie Recherchepläne aufstellen und bewerten,</p>

(WOZU) um als Online-Redakteur\*in Recherchen systematisch und effektiv planen und durchführen zu können.

*Redigieren - 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.

---

Modulinhalte:

*Einführung in die Journ. Darstellungsformen - 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

*Grundlagen Journ. Recherchetechniken - OR21.2*

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

*Recherchieren in der Journ. Praxis - 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

*Redigieren - 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

---

Lehr- und Lernmethoden: Vorlesung, Übung

---

Prüfungsform/en: Lernportfolio

---

Workload  
(25 - 30 h  $\hat{=}$  1 ECTS credit): 240h

---

Präsenzzeit: 6 SWS / 90 h

---

Selbststudium: 150h

---

Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme an Lehrveranstaltungen und Übungen sowie Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bleher, Christian / Linden, Peter (2015): Reportage und Feature. Konstanz</li> <li>• Haller, Michael (2006): Reportage. Konstanz (5., überarb. Auflage)</li> <li>• Haller, Michael (2004): Recherchieren. Konstanz (6., überarb. Auflage)</li> <li>• Langer, Inghard / Schulz von Thun, Friedemann / Tausch, Reinhard (2015): Sich verständlich ausdrücken. München, Basel (10. Auflage).</li> <li>• Ludwig, Johannes (2015): Investigatives Recherchieren. Köln (3. Auflage).</li> <li>• Schalkowski, Edmund (2011): Kommentar, Glosse, Kritik. Konstanz.</li> </ul>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	Die Vorlesung "Einführung in die journalistischen Darstellungsformen" steht auch Studierenden der anderen Bachelor-Studiengänge am Institut für Informationswissenschaft offen, die dafür 3 CP erlangen können.
Letzte Aktualisierung:	28.02.2020

## Journalistische Praxis

Modulnummer:	OR22
Modulbezeichnung:	Journalistische Praxis
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	8
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	2.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Petra Werner
Dozierende:	Prof. Dr. Petra Werner
Learning Outcome:	<p><i>Nachrichtenauswahl und Nachrichtenqualität - OR22.1</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden kennen die Prinzipien der Nachrichtenauswahl in Redaktionen und können sie unter Berücksichtigung wissenschaftlich fundierter Qualitätskriterien auf aktuelle Nachrichtenlagen anwenden,</p> <p>(WOMIT) indem sie anhand von Nachrichtenfaktoren Nachrichten beurteilen,</p> <p>(WOZU) um als Online-Redakteur*in bspw. im Newsroom nachvollziehbare, begründete und praxiskonforme Nachrichtenauswahlentscheidungen zu treffen und so journalistische Qualität zu sichern.</p> <p><i>Praxis des journ. Recherchierens - OR22.2</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden trainieren die Anwendung der wesentlichen Techniken und Instrumente des journalistischen Recherchierens in eigenen Recherchen,</p> <p>(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),</p> <p>(WOZU) um als Online-Redakteur*in durch planvolle und effiziente Recherche eine Basis für die Produktionen eigener journalistischer Beiträge zu gewinnen.</p> <p><i>Praxis des journalistischen Schreibens - OR22.3</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden können auf Basis ihrer Kenntnisse über journalistische Darstellungsformen eigene Texte wie Nachrichten, Berichte, Kommentare und Features verfassen sowie fremde Texte beurteilen,</p>

(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.

Modulinhalte:	<p><i>Nachrichtenauswahl und Nachrichtenqualität - OR22.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Überblick über die Entwicklung und den aktuellen Stand der Nachrichtenwertforschung</li> <li>• Analyse von Nachrichtenlagen anhand von Nachrichtenfaktoren</li> <li>• Überblick über die Entwicklung und den aktuellen Stand der Forschung zu Qualität im Journalismus</li> </ul> <p><i>Praxis des journ. Recherchierens - OR22.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auswahl individueller Recherchethemen</li> <li>• Konzeption von Rechercheplan und Befragungsplan</li> <li>• Praktische Durchführung der Recherche</li> <li>• Dokumentation und Präsentation der Recherche-Ergebnisse</li> </ul> <p><i>Praxis des journalistischen Schreibens - OR22.3</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Übungen zu unterschiedlichen Teaser-Formen (Abstract, Anreißer, Ankündigung) und nachrichtlichen Formen wie dem Bericht</li> <li>• Übungen zu Konzeption und Umsetzung von Kommentaren</li> <li>• Übungen zu Konzeption und Umsetzung von Features</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung, Projektarbeit, Übung
Prüfungsform/en:	Arbeitsprobe
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	240h
Präsenzzeit:	6 SWS / 90h
Selbststudium:	150h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme an Lehrveranstaltungen und Übungen sowie Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	benotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	8%
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arnold, Klaus (2011): Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum. Konstanz.</li> <li>• Eilders, Christiane (1997): Nachrichtenfaktoren und Rezeption. Eine empirische Analyse zur Auswahl und Verarbeitung politischer Informationen. Opladen.</li> </ul>

- 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

Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	sonstige Informationen
Letzte Aktualisierung:	28.02.2020

## Multimediale Produktion für das Web

Modulnummer:	OR23
Modulbezeichnung:	Multimediale Produktion für das Web
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	3.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	<p><i>Fotografie - OR23.1</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden erstellen fotografische Arbeiten,</p> <p>(WOMIT) indem sie die technischen Grundlagen der Fotografie, wie Belichtung, Blenden und Brennweiten, sowie kompositorische Grundlagen zu Bildausschnitten, Motiven und Stimmungen anwenden und umsetzen,</p> <p>(WOZU) um fachgerecht und in angemessener Bildsprache ansprechende Bilder für Webangebote produzieren zu können.</p> <p><i>Video für das Web - OR23.2</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden lernen Spezifika von Videoproduktionen im Web kennen und setzen journalistische Themen webgerecht filmisch um,</p> <p>(WOMIT) indem sie die Grundlagen der Web-Video-Konzeption-, -Produktion und -Nachbearbeitung mit einschlägiger Software praktisch anwenden,</p> <p>(WOZU) um Content fachgerecht und webspezifisch in Video-Formaten zu produzieren und auf zukünftige cross-mediale Aufgabenstellungen ihres Berufslebens vorbereitet zu sein.</p> <p><i>Audio für das Web - OR23.3</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden lernen Spezifika von Audio-Formaten im Web kennen und setzen journalistische Themen webgerecht auditiv oder audio-visuell um,</p> <p>(WOMIT) indem sie auditiven oder audio-visuellen Content für ein Webformat konzipieren, produzieren und mit einschlägiger Software editieren,</p> <p>(WOZU) um Web-Content fachgerecht durch auditive oder audiovisuelle Produktionen zu ergänzen und auf zukünftige cross-mediale Aufgabenstellungen ihres Berufslebens vorbereitet zu sein.</p>

Modulinhalte:	<p><i>Fotografie - OR23.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rechtliche Rahmenbedingungen der Produktion: Recht am eigenen Bild, Urheberrecht</li> <li>• Technische Grundlagen der Fotografie</li> <li>• Grundlagen der Bildkomposition</li> <li>• Bildkonzepte entwickeln</li> <li>• Fotoshootings durchführen</li> </ul> <p><i>Video für das Web - OR23.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planung von Bewegtbild-Produktionen</li> <li>• Instrumente der Bewegtbild-Konzeption, z.B. Storyboards</li> <li>• Kameraführung &amp; Bildkomposition</li> <li>• Video-Postproduktion, Video-Schnitt</li> <li>• Webgerechte Darstellung von Video-Formaten</li> </ul> <p><i>Audio für das Web - OR23.3</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planung von Audio-Produktionen</li> <li>• Produktionsbedingungen</li> <li>• Komposition</li> <li>• Audio-Nachbearbeitung, Audio-Schnitt</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Laborpraktikum
Prüfungsform/en:	Lernportfolio oder Arbeitsprobe
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Übungen und Laborpraktika sowie Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	benotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein

## Multimediales Storytelling

Modulnummer:	OR24
Modulbezeichnung:	Multimediales Storytelling
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	3.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Lars Rinsdorf
Dozierende:	externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	<p><i>Evaluation von AV-Produktionen - OR24.1</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden verstehen die Unterschiede und spezifischen Eigenschaften von audiovisuellen Darstellungsformen im Web,</p> <p>(WOMIT) indem sie die Wirkungsweisen, Produktionsbedingungen und Darstellungsmöglichkeiten unterschiedlicher AV-Formate gegenüberstellen sowie deren Bereitstellung in unterschiedlichen Plattformen diskutieren,</p> <p>(WOZU) um später multimediale Formate im Hinblick auf ihren Einsatz in der online-redaktionellen Praxis zu evaluieren und deren Erfolgsaussichten zu beurteilen.</p> <p><i>Bildredaktion - OR24.2</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden wenden zuvor erlangtes Basiswissen aus Fotografie und Gestaltung auf redaktionelle Entscheidungen an,</p> <p>(WOMIT) indem sie anhand von Praxisbeispielen die Wirkungsweise unterschiedlicher Bildkonzepte analysieren und eigene Umsetzungsideen entwickeln,</p> <p>(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.</p> <p><i>Multimediales Storytelling - OR24.3</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden synthetisieren das bisher erlangte Wissen über multimediale Produktionen, Darstellungsformen und Wirkungsweisen,</p> <p>(WOMIT) indem sie die Einsatz- und Gestaltungsmöglichkeiten von Text, Bildern, Audios, Videos und anderen Webformaten sowie deren redaktionelle</p>

Verarbeitung in Praxisbeispielen bewerten und in eigenen Konzepten umsetzen,

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

---

Modulinhalte:	<p><i>Evaluation von AV-Produktionen - OR24.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Webspezifische Bedingungen bei der Produktion und redaktionellen Verarbeitung multimedialer Formate</li><li>• Rezeptionsgewohnheiten und Wirkungsweisen von AV-Formaten</li><li>• Zielgruppenspezifischer Einsatz von AV-Formaten</li><li>• Webgerechte Darstellung in verschiedenen Plattformen</li></ul> <p><i>Bildredaktion - OR24.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fotografische Genres und genre-bedingte Anforderungen</li><li>• Einsatzmöglichkeiten von Bildern in der Praxis</li><li>• Bildsprache, Stile und Erzählweisen</li></ul> <p><i>Multimediales Storytelling - OR24.3</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Spezifische Eigenschaften multimedialer Storytelling-Formate, zum Beispiel Scrollytelling</li><li>• Rezeption von multimedialen Stories</li><li>• Webgerechte Gestaltung multimedialer Stories</li></ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung, Laborpraktikum
Prüfungsform/en:	Lernportfolio
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Teilnahmevoraussetzungen:	Formal: keine. Empfohlen: Kenntnisse des Moduls "Multimediale Produktion für das Web".
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Übungen und Laborpraktika sowie Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	6%
Empfohlene Literatur:	

---

Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	17.03.2023

## Content-Schwerpunkt: Fachkenntnisse

Modulnummer:	OR25
Modulbezeichnung:	Content-Schwerpunkt: Fachkenntnisse
Art des Moduls:	Wahlmodul
ECTS credits:	3
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	4.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Dozierende:	Alle Lehrenden des Faches, externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	<p><i>Content-Schwerpunkt - OR25.1</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden erlangen ein grundlegendes inhaltliches Verständnis des jeweils gewählten Content-Schwerpunktes sowie der Spezifika des Themenfeldes im Kontext öffentlicher, digitaler Kommunikation.</p> <p>(WOMIT) Sie kennen die wichtigsten, aktuellen Quellen und Akteure und können diese für die redaktionelle Arbeit nutzen sowie einordnen,</p> <p>(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>
Modulinhalte:	<p><i>Content-Schwerpunkt - OR25.1</i></p> <p>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.</p> <p>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>
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht

Prüfungsform/en:	Lernportfolio
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	90h
Präsenzzeit:	2 SWS / 30h
Selbststudium:	60h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme sowie Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	Abhängig vom gewähltem Content-Schwerpunkt.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	17.03.2023

## Content-Schwerpunkt: Praxisprojekt

Modulnummer:	OR26
Modulbezeichnung:	Content-Schwerpunkt: Praxisprojekt
Art des Moduls:	Wahlmodul
ECTS credits:	3
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	6.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Dozierende:	Alle Lehrenden des Faches, externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	<p><i>Content-Schwerpunkt-Projekt - OR26.1</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden setzen ein eigenes Projekt des gewählten Schwerpunktes um,</p> <p>(WOMIT) indem sie die speziellen Arbeitstechniken von Online-Redakteur*innen für den gewählten Themenbereich praktisch anwenden,</p> <p>(WOZU) um in zunehmendem Maße die Selbststeuerung ihrer Lernaktivitäten zu übernehmen und überfachliche Schlüsselqualifikationen wie Organisationsfähigkeit, Teamfähigkeit, Zeitmanagement und soziale Kompetenz zu erlangen.</p>
Modulinhalte:	<p><i>Content-Schwerpunkt-Projekt - OR26.1</i></p> <p>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>
Lehr- und Lernmethoden:	Projekt
Prüfungsform/en:	Projektarbeit
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	90h

Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	30h
Teilnahmevoraussetzungen:	Wahl abhängig vom gewählten Content-Schwerpunkt-Fachkenntnis.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme sowie Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	Abhängig vom gewählten Content-Schwerpunkt.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	29.08.2023

## Social Media

Modulnummer:	OR31
Modulbezeichnung:	Social Media
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	1.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Dozierende:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz, Prof. Dr. Tom Becker
Learning Outcome:	<p><i>Einführung in Social Media - OR31.1</i></p> <p>(WAS) Sie kennen die medien-spezifischen Eigenschaften und Formen von Social-Media-Kommunikation, Nutzungszahlen- und Motive, die gängigen Plattformen, Einsatzbereiche und damit verbundene Ziele sowie aktuelle Entwicklungen.</p> <p>(WOMIT) sie setzen Formen der Social-Media-Kommunikation mit konkreten Anwendungsfällen in Verbindung,</p> <p>(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><i>Social Media Management - OR31.2</i></p> <p>(WAS) Sie kennen die unterschiedlichen Formen und Formate der professionellen Social-Media-Kommunikation in Online-Redaktionen sowie unterschiedliche Kommunikations- und Community-Management-Strategien,</p> <p>(WOMIT) indem sie aktuelle Nutzungsszenarien recherchieren, Fallbeispiele analysieren und bewerten, Tools zum Redaktionsmanagement und Analytics einsetzen, ihre Ergebnisse aufbereiten und in der Gruppe präsentieren</p> <p>(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><i>Social Media in der redaktionellen Praxis - OR31.3</i></p> <p>(WAS) Sie können den Bedarf an zielgruppenorientierten Social-Media-Aktivitäten in ihrer Organisation/ihrem Unternehmen ermitteln und Ziele definieren,</p>

(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.

---

Modulinhalte:

*Einführung in Social Media - 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

*Social Media Management - 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

*Social Media in der redaktionellen Praxis - 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

---

Lehr- und Lernmethoden: Vorlesung, Übung, Laborpraktikum

---

Prüfungsform/en: Lernportfolio

---

Workload  
(25 - 30 h  $\hat{=}$  1 ECTS credit): 180h

---

Präsenzzeit: 4 SWS / 60h

---

Selbststudium:	120h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Übungen und Laborpraktika sowie Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grabs, Anne; Bannour, Karim, Patrick 2014: Follow me! Frechen.</li> <li>• Schmidt, Jan-Hindrik; Taddicken, Monika (Hrsg.) 2022: Handbuch Soziale Medien. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer.</li> </ul>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	Die Vorlesung wird interdisziplinär für die Studiengänge Online-Redaktion und Bibliothek und digitale Kommunikation angeboten.
Letzte Aktualisierung:	28.02.2020

## Content-Management-Systeme

Modulnummer:	OR32
Modulbezeichnung:	Content-Management-Systeme
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	2 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	2. und 3.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer, Miriam Schmitz
Learning Outcome:	<p><i>Grundlagen des Content Managements - OR32.1</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden verstehen die Funktionsweisen und technologischen Anforderungen von (Web)-Content-Management-Systemen und überschauen branchenübliche Finanzierungsstrategien,</p> <p>(WOMIT) indem sie in praktischen Übungen die verschiedenen Ausprägungsstufen des Content Managements und deren Möglichkeiten und Grenzen für unterschiedliche Zwecke in der Praxis bewerten,</p> <p>(WOZU) um aus professioneller Sicht fundierte Entscheidungen darüber zu treffen, welches System für welchen Einsatz am passendsten ist.</p> <p><i>Content-Management-Systeme in der Praxis - OR32.2</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden wenden die CMS-Grundlagen während des praktischen Umgangs mit Open-Source-Content-Management-Systemen an,</p> <p>(WOMIT) indem sie in Einzel-, Partner- und Gruppenarbeit Installationsprozesse und Funktionsweisen der Systeme eigenständig durch Recherche und entlang von Vorlagen erarbeiten,</p> <p>(WOZU) so dass sie im späteren Berufsalltag die Lösungsstrategien auf fremde Systeme übertragen sowie den Einsatz neuer Systeme für individuelle Zwecke evaluieren können.</p>
Modulinhalte:	<p><i>Grundlagen des Content Managements - OR32.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Anwendungsgebiete, Vor- und Nachteile von CMS</li><li>• Erscheinungsformen von kleinen Webservices (SaaS) mit spezifischen Einzelfunktionen bis hin zu proprietären Redaktionssystemen, die alle Workflow-Stufen einer professionellen Redaktion abbilden</li></ul>

- 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
- Content-Management-Systeme in der Praxis - OR32.2*

In 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.

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht, Übung
Prüfungsform/en:	Lernportfolio
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme sowie Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	benotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	6%
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	25.02.2021

## Online-Redaktionsmanagement

Modulnummer:	OR33
Modulbezeichnung:	Online-Redaktionsmanagement
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	3.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Learning Outcome:	<p><i>Modelle und Methoden in Online-Redaktionen - OR33.1</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden können Modelle und Methoden aus der online-redaktionellen Praxis anwenden,</p> <p>(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,</p> <p>(WOZU) um fundierte online-redaktionelle Entscheidungen im Berufsleben treffen zu können.</p>
Modulinhalte:	<p><i>Modelle und Methoden in Online-Redaktionen - OR33.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Planung und Durchführung von Web-Projekten</li><li>• Zielgruppenplanungen mit Personas</li><li>• Agiles Web-Projektmanagement</li><li>• Social Media Monitoring: Tools und Anwendungsfelder</li><li>• Benchmarking als Teil der online-redaktionellen Planung</li><li>• Online-redaktionelle Strategien</li></ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsform/en:	(Hausarbeit und Lernportfolio) oder (Klausur und Lernportfolio)
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h

Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme sowie Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	benotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	6%
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erlhofer, Sebastian / Brenner, Dorothea (2018): Website-Konzeption und Relaunch. Bonn.</li> <li>• Gothelf, Jeff (2015): Lean Ux: Mit der Lean-Methode zu besserer User Experience. Frechen.</li> <li>• Jacobsen, Jens (2017): Website-Konzeption: Erfolgreiche Websites planen, umsetzen und betreiben. 8. Aufl. Heidelberg.</li> <li>• Löffler, Miriam (2014): Think Content! Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web. Bonn</li> <li>• Meffert, Jürgen / Meffert, Heribert (2017): Eins oder Null: Wie Sie Ihr Unternehmen mit Digital@Scale in die digitale Zukunft führen. Berlin.</li> </ul>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	25.02.2021

## Content Strategy

Modulnummer:	OR34
Modulbezeichnung:	Content Strategy
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	3.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Dozierende:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz, externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	<p><i>Externe Kommunikation - OR34.1</i></p> <p>(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.</p> <p>(WOMIT) Sie erkennen anhand von Beispielen, mit welchen Strategien Unternehmen und Organisationen versuchen, den Anforderungen an die externe Kommunikation gerecht zu werden.</p> <p>(WOZU) Um in Online-Redaktionen Web-Content strategisch, auf Unternehmens- und Organisationziele ausgerichtet, zu planen.</p> <p><i>PR- und Corporate-Media-Redaktion - OR34.2</i></p> <p>(WAS) Sie erkennen grundlegende Kommunikationsaufgaben und -strategien externer Kommunikation.</p> <p>(WOMIT) Sie üben die Techniken der SWOT-Analyse, PR-Konzeption, Content-Planung und Präsentation anhand aktueller Fallbeispiele im Web ein.</p> <p>(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><i>Content Strategy in der Online-Redaktion - OR34.3</i></p> <p>(WAS) Sie kennen die Grundlagen der Content Strategy von Corporate Media sowie den Stellenwert im Kontext von Unternehmens- und Organisationszielen.</p>

(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.

Modulinhalte:	<p><i>Externe Kommunikation - OR34.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zentrale Ziele, Begriffe, Konzepte und Instrumente der externen Unternehmens- und Organisationskommunikation</li> <li>• Externe Kommunikation in der digitalen Mediengesellschaft, Rahmenbedingungen, und Bezugsgrößen der Kommunikation wie Reputation etc.</li> <li>• Prozesse, Aufgaben und Formen der Unternehmenskommunikation, Marketing und PR</li> </ul> <p><i>PR- und Corporate-Media-Redaktion - OR34.2</i></p> <p>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.</p> <p><i>Content Strategy in der Online-Redaktion - OR34.3</i></p> <p>Anhand von Beispielen aus der beruflichen Praxis werden die zentralen Begriffe, Ziele und Methoden der Content Strategy im Web vermittelt und angewandt:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stellenwert und Ziele der Content Strategy in der Unternehmenskommunikation</li> <li>• Grundlagen des Branded Content</li> <li>• Darstellungsformen im Bereich Corporate Media</li> <li>• Bedeutung der Nutzerzentrierung, Zielgruppendefinition und -ansprache</li> <li>• Methoden der Content Strategy (Content Audit, Personas, Content Planung, Storytelling etc.)</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung, Übung, Laborpraktikum
Prüfungsform/en:	Lernportfolio
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Übungen und Laborpraktika sowie Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	benotet

Stellenwert der Note für die Endnote:	6%
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Löffler, Miriam 2019: Think Content! Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web. 2. Auflage. Bonn: Rheinwerk.</li> <li>• Mast, Claudia 2013: Unternehmenskommunikation. Ein Handbuch. 5. Aufl. Stuttgart.</li> <li>• Röttger, Ulrike et.al. 2011: Grundlagen der Public Relations. Wiesbaden.</li> <li>• Rupp, Miriam 2016: Storytelling für Unternehmen. Frechen.</li> <li>• Piwinger, Manfred; Zerfaß, Ansgar 2014: Handbuch Unternehmenskommunikation, 2. Aufl., Wiesbaden.</li> <li>• Rose, Robert; Pulizzi, Joe 2011. Managing Content Marketing. New York.</li> <li>• Spies, Marco; Wenger, Katja 2018: Branded Interactions. Digitale Markenerlebnisse planen &amp; gestalten. 2. Auflage. Mainz: Verlag Hermann Schmidt.</li> </ul>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	Die Vorlesung wird interdisziplinär für die Studiengänge Online-Redaktion und Bibliothek und digitale Kommunikation angeboten.
Letzte Aktualisierung:	19.11.2024

## Content Marketing

Modulnummer:	OR35
Modulbezeichnung:	Content Marketing
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	6.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Dozierende:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz, externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	<p><i>Grundlagen und aktuelle Formen des Web- und Content-Marketings - OR35.1</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden kennen die unterschiedlichen Instrumente, Formen und Anwendungsbereiche des Web-Marketings sowie Geschäftsmodelle für redaktionellen Content im Web. Digital-Media-Plattformen, Content Marketing, Influencer Marketing sowie unterschiedliche Instrumente zur Vermarktung redaktionellen Contents werden analysiert und kritisch diskutiert.</p> <p>(WOMIT) Sie erkennen, analysieren und erkennen anhand von Praxisbeispielen typische Strategien, Marketing- und Werbeformen sowie Geschäftsmodelle im Kontext von Unternehmens- oder Organisationzielen,</p> <p>(WOZU) damit die Studierenden im Rahmen einer integrierten Kommunikationsstrategie in ihrer Online-Redaktion die unterschiedlichen Web-Marketing-Instrumente bewerten und zielgerichtet einsetzen können, und zu einer erfolgreichen Vermarktung des redaktionellen Contents beitragen können.</p> <p><i>Konzeption und Planung von Content-Marketing - OR35.2</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden bearbeiten eine typische Kommunikationsaufgabe des Content Marketings einer Online-Redaktion in Form einer zielgerichteten, zeitlich begrenzten Kampagne.</p> <p>(WOMIT) Sie wenden die Techniken der professionellen Kampagnenkonzeption an und entwickeln kreative Ideen und Content-Strategien.</p> <p>(WOZU) Sie planen Kampagnen und können Web- und Content-Marketing-Instrumente sinnvoll, zielgerichtet, und aufeinander abgestimmt einsetzen.</p>

Modulinhalte:	<p><i>Grundlagen und aktuelle Formen des Web- und Content-Marketings - OR35.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung in das Web-Marketing</li> <li>• Digitale Markenführung und integrierte Kommunikation</li> <li>• Web-Marketing im Customer Lifecycle</li> <li>• Formen des Web-Marketings</li> <li>• Spezifika der Platform Economy und neue Geschäftsmodelle der Digital Media</li> <li>• Neue Geschäftsmodelle für traditionelle Medienanbieter</li> <li>• Kampagnen</li> </ul> <p><i>Konzeption und Planung von Content-Marketing - OR35.2</i></p> <p>Planung und Konzeption einer umfassenden Kommunikations-Kampagne (aktuelle Beispiele unterschiedlicher Branchen) unter Einsatz aller auf Ziel- und Zielgruppen zugeschnittener Web-Marketing-Instrumente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zieldefinition</li> <li>• Zielgruppen</li> <li>• Auswahl der Maßnahmen und Planning</li> <li>• Content, Kommunikationsbotschaft und -formen</li> <li>• User Journey</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Seminar, Laborpraktikum
Prüfungsform/en:	35.1 Referat (unbenotet) und Hausarbeit (benotet), 35.2 Projektarbeit (unbenotet)
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Übungen und Laborpraktika sowie Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	benotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	6%
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreutzer, R. T. (2018). Praxisorientiertes Online-Marketing: Konzepte - Instrumente – Checklisten. 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.</li> <li>• Lammenett, Erwin (2019): Praxiswissen Online-Marketing: Affiliate-, Influencer-, Content-, Social-Media-, Amazon-, Voice-, B2B-, Sprachassistenten- und E-Mail- Marketing, Google Ads, SEO. 8th ed. 2021. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden</li> <li>• Hilker, Claudia (2017): Content Marketing in der Praxis. Ein Leitfaden - Strategie, Konzepte und Praxisbeispiele für B2B- und B2C- Unternehmen. Wiesbaden: Springer.</li> </ul>

---

Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	17.03.2023

---

## Informationsarchitektur des Webs

Modulnummer:	OR41
Modulbezeichnung:	Informationsarchitektur des Webs
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	7
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	2 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	1. und 2.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer, Alexander Niehaus, Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Learning Outcome:	<p><i>Web-Standards I - OR41.1</i></p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p><i>Web-Standards II - OR41.2</i></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage visuelle Entwürfe in CSS standardkonform und Client-gerecht umzusetzen.</p> <p>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.</p>

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.  
*Web-Konzeption - OR41.3*

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 hineinzusetzen, um in ihrer Online-Redaktion zu einer erfolgreichen Web-Konzeption des redaktionellen Contents beitragen zu können.

Modulinhalte:	<p><i>Web-Standards I - OR41.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Syntax und Semantik der Sprache HTML</li> <li>• Strukturierung von Dokumenten mit HTML</li> <li>• Technische Grundlagen multimedialer Hypertexte</li> <li>• Syntax und Funktion der Präsentationssprache CSS</li> <li>• Responsive Web Design mit CSS</li> </ul> <p><i>Web-Standards II - OR41.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Syntax und Semantik der Sprache HTML</li> <li>• Strukturierung von Dokumenten mit HTML</li> <li>• Technische Grundlagen multimedialer Hypertexte</li> <li>• Syntax und Funktion der Präsentationssprache CSS</li> <li>• Responsive Web Design mit CSS</li> </ul> <p><i>Web-Konzeption - OR41.3</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen und Methoden der Webnavigation und der Informationsarchitektur</li> <li>• Grundlagen der Web-Konzeption</li> <li>• Navigationselemente und -typen</li> <li>• Qualitätsmerkmale</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Vorlesung, Übung, Laborpraktikum
Prüfungsform/en:	Klausur oder mündlicher Beitrag in OR41.1 / OR41.2, Klausur oder Lernportfolio in OR41.3
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	210h
Präsenzzeit:	6 SWS / 90h
Selbststudium:	120h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Übungen und Laborpraktika sowie Bestehen der Teilmodulprüfungen
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erlhofer, Sebastian / Brenner, Dorothea (2018): Website-Konzeption und Relaunch. Bonn.</li> <li>• Kalbach, James (2008): Handbuch der Webnavigation. Köln</li> <li>• Müller, Peter (2015). Einstieg in CSS. Webseiten gestalten mit HTML und CSS. Bonn.</li> <li>• Dokumentation des Mozilla Developer Network</li> <li>• Recommendations des W3C</li> </ul>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	28.02.2020

## Webdesign

Modulnummer:	OR42
Modulbezeichnung:	Webdesign
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	8
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	2 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	1. und 2.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	<p><i>Grundlagen des Webdesigns - OR42.1</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden lernen gestalterische Regeln für das Screendesign kennen und können sie auf Standardsituationen anwenden,</p> <p>(WOMIT) indem sie mithilfe von Grafikprogrammen wie Photoshop und Illustrator gängige Bildbearbeitungen vornehmen,</p> <p>(WOZU) um regelmäßig wiederkehrende Design-Aufgaben in einer Online-Redaktion sachgemäß und eigenständig vornehmen zu können.</p> <p><i>Tools des Webdesigns - OR42.2</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden können Basiswissen über Webdesign sicher anwenden und auf eigene Design-Entwürfe übertragen,</p> <p>(WOMIT) indem sie mit Hilfe von Grafikprogrammen Wireframes, Mockups, Logos und andere digitale Produkte entwerfen,</p> <p>(WOZU) um später gestalterische Aufgaben selbst zu übernehmen oder in Form von Schnittstellenkompetenz fachlich fundiert und zielführend zu bewerten, zu planen und zu steuern.</p> <p><i>Gestaltungsgrundlagen - OR42.3</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden entwickeln Verständnis für die Funktion von Design in der Kommunikation und in den Medien,</p> <p>(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,</p> <p>(WOZU) um im späteren Berufsalltag mediengerecht und zielgerichtet Kommunikationsprozesse zu konzipieren und Informationen bestmöglich zu präsentieren und zu vermitteln.</p>

Modulinhalte:	<p><i>Grundlagen des Webdesigns - OR42.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Webspezifischer Einsatz von Gestaltungsregeln</li> <li>• Theoretische Hintergründe zur Gestaltung und Konzeption von Websites</li> <li>• Regeln des Screen-Designs</li> <li>• Corporate Design</li> <li>• Grundfunktionen in einschlägiger Software zur Bild- und Grafikbearbeitung (Photoshop, Illustrator)</li> </ul> <p><i>Tools des Webdesigns - OR42.2</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwürfe aus Skizzen umsetzen</li> <li>• Erweiterte Funktionen in einschlägiger Software zur Bild- und Grafikbearbeitung (Photoshop, Illustrator)</li> </ul> <p><i>Gestaltungsgrundlagen - OR42.3</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Typografie und (Flächen-)Gestaltung</li> <li>• Gesetzmäßigkeiten im Kommunikationsdesign</li> <li>• Beschreibung und Analyse von Gestaltung/Design (Kommunikationsdesign)</li> </ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht, Laborpraktikum
Prüfungsform/en:	Lernportfolio oder Arbeitsprobe in OR42.1 / OR42.2, Lernportfolio in OR43.3
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	240h
Präsenzzeit:	5 SWS / 75h
Selbststudium:	165h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme an den Lehrveranstaltungen sowie Bestehen der Teilmodulprüfungen
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brandes, Uta (2017): Gender Design: Streifzüge zwischen Theorie und Empirie (Board of International Research in Design). Basel.</li> <li>• Hahn, Martin (2017). Webdesign: Das Handbuch zur Webgestaltung. Bonn.</li> <li>• Mühlke, Sibylle (2016): Adobe Photoshop CC: Das umfassende Handbuch. Bonn.</li> <li>• Schütz, Michael (2016). Wie Design wirkt: Psychologische Prinzipien erfolgreicher Gestaltung: Psychologie und Design. Bonn.</li> <li>• Semler, Jan (2017): App-Design. Alles zur Gestaltung, Usability und User Experience. Bonn.</li> </ul>

---

Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	25.02.2021

---

## Information Research

Modulnummer:	OR43
Modulbezeichnung:	Information Research
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	8
Sprache:	Deutsch Deutsch/Englisch
Dauer des Moduls:	2 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	2. u. 3.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Gernot Heisenberg
Dozierende:	Prof. Dr. Gernot Heisenberg
Learning Outcome:	<p><i>Grundlagen der Datenbank- und Web-Recherche - OR43.1</i></p> <p>(WAS) Sie können Rechercheaufgaben für Datenbankanfragen gezielt durchführen,</p> <p>(WOMIT) indem Sie Ihre speziellen Nutzerinformationsbedürfnisse strukturiert formulieren, eine Synonymkontrolle durchführen, eine Recherchestrategie entwickeln und umsetzen, komplexe boolesche Anfragen stellen sowie auf der Ergebnisliste eine Qualitätskontrolle durchführen,</p> <p>(WOZU) um zukünftig komplexeste Rechercheaufgaben für Sie oder im Auftrag anderer durchzuführen.</p> <p><i>Suchmaschinentechnologie - OR43.2</i></p> <p>(WAS) Sie können komplexeste Rechercheaufgaben im Web gezielt durchführen,</p> <p>(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,</p> <p>(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><i>Suchmaschinenoptimierung (SEO) - OR43.3</i></p> <p>(WAS) Sie können das Ranking einer Website bei einer Universal wie auch Spezialsuchmaschine positiv beeinflussen,</p>

(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.

---

Modulinhalte:

*Grundlagen der Datenbank- und Web-Recherche - 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
- Schlagwortmethoden
- Klassifikationen / Taxonomien
- Thesauri
- Ontologien
  - Recherchestrategien und -taktiken
  - Relevante Portale und Recherche-Systeme
  - Zielführende Lösung von Rechercheaufgaben

*Suchmaschinentechnologie - 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

*Suchmaschinenoptimierung (SEO) - OR43.3*

- Formulierung von überprüfbaren SEO-Zielen
- OnPage-Optimierungen
  - Durchführung von 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

---

Lehr- und Lernmethoden: Vorlesung und Übung

---

Prüfungsform/en: Klausur oder Lernportfolio in OR43.2, Arbeitsprobe in OR43.3

---

Workload 240h

(25 - 30 h  $\hat{=}$  1 ECTS credit):

Präsenzzeit:	7 SWS/105h
Selbststudium:	135h
Teilnahmevoraussetzungen:	Formal: keine Empfohlen: Kenntnisse des Moduls "Informationsarchitektur des Webs" (Modul 41)
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Bestehen der Teilmodulprüfungen
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Lewandowski, D. (2015): Suchmaschinen verstehen</b>, Wiesbaden: Springer Vieweg, 2015</li><li>• <b>Erlhofer, S. (2015): Suchmaschinen-Optimierung: Das umfassende Handbuch</b>. Das SEO-Standardwerk im deutschsprachigen Raum. On- und Offpage-Optimierung für Google und Co.</li><li>• <b>Manning, D.C; Raghavan, P.; Schütze H.; (2008):, Introduction to Information Retrieval</b>, Cambridge University Press. 2008, freie Online Version <a href="http://nlp.stanford.edu/IR-book/pdf/irbookprint.pdf">http://nlp.stanford.edu/IR-book/pdf/irbookprint.pdf</a></li><li>• <b>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</b></li></ul>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	02.12.2024

## Medienrecht

Modulnummer: OR51

---

Modulbezeichnung: Medienrecht

---

Art des Moduls: Pflichtmodul

---

ECTS credits: 6

---

Sprache: Deutsch

---

Dauer des Moduls: 2 Sem.

---

Empfohlenes  
Studiensemester: 6. u. 7.

---

Häufigkeit des Angebots: jährlich

---

Modulverantwortliche\*r: Prof. Dr. Petra Werner

---

Dozierende: Birgit Pieplow

---

Learning Outcome: *Presse- und Onlinerecht - 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.

*Grundlagen des Urheberrechts - 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.

*Urheberrechtliche Aspekte in der online-redaktionellen Praxis - 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.

Modulinhalte:

*Presse- und Onlinerecht - 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

*Grundlagen des Urheberrechts - OR51.2*

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

*Urheberrechtliche Aspekte in der online-redaktionellen Praxis - OR51.3*

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

Lehr- und Lernmethoden:

Vorlesung

Prüfungsform/en:

Klausur

Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	benotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	6%
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dörr, Dieter/Schwartzmann, Rolf (2022): Fälle zum Medienrecht. Heidelberg u.a.: C. F. Müller</li> <li>• Dörr, Dieter / Schwartzmann, Rolf / Mühlenbeck, Robin L. (2023): Medienrecht. 7. Aufl., Heidelberg u. a.: C. F. Müller</li> <li>• Eisenmann, Hartmut / Jautz, Ulrich (2022): Grundriss Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht. 11. Aufl., Heidelberg u. a.: C. F. Müller</li> <li>• Fechner, Frank / Wössner, Axel (2015): Journalistenrecht. 3. Aufl., Tübingen: Mohr Siebeck</li> <li>• Hoeren, Thomas (2021): Internetrecht. <a href="https://www.itm.nrw/wp-content/uploads/Skript-Internetrecht-Dezember-2020.pdf">https://www.itm.nrw/wp-content/uploads/Skript-Internetrecht-Dezember-2020.pdf</a></li> <li>• Lutz, Peter (2018): Grundriss des Urheberrechts. 3. Aufl., Heidelberg, München: C. F. Müller</li> <li>• Schwartzmann, Rolf / Hentsch, Christian-Henner (2017): Falltraining im Urheberrecht. Heidelberg u. a.: C. F. Müller</li> <li>• Specht-Riemenschneider, Louisa/Riemenschneider, Severin/Schneider, Ruben (2020): Internetrecht. Berlin: Springer.</li> <li>• Wandtke, Artur-Axel / Ostendorff, Saskia (2021): Urheberrecht. 8. Aufl., Berlin, Boston: De Gruyter.</li> </ul>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	28.02.2020

## Webprojekt

Modulnummer:	OR61
Modulbezeichnung:	Webprojekt
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	9
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	4.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Lars Rinsdorf
Dozierende:	Alle Lehrenden des Faches, externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	<p><i>Webprojekt - OR61.1</i></p> <p>(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.</p> <p>(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.</p> <p>(WOZU) Lernziel des Moduls ist die zielgruppenspezifische Planung, Konzeption, Organisation und Erstellung von Content für einen Web-Auftritt sowie die kritische Reflexion der Projektumsetzung.</p>
Modulinhalte:	<p><i>Webprojekt - OR61.1</i></p> <p>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:</p> <p>Analyse</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Analyse der Ausgangssituation</li><li>• Benchmarkanalyse</li></ul>

- Content-Audit

#### Planung und Projektmanagement

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

#### Strategie und Konzeption

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

#### Content

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

#### Design

- Webdesign und Designelemente
- User Experience Design
- Bildsprache

#### Technik

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

#### Kritische Reflexion der Projektumsetzung

Lehr- und Lernmethoden:	Projektarbeit
Prüfungsform/en:	Lernportfolio
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	240h
Präsenzzeit:	6 SWS / 90h
Selbststudium:	150h
Teilnahmevoraussetzungen:	Bestandene Modulprüfungen in den Modulen OR11, OR21, OR22, OR41, OR42.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme sowie Bestehen der Modulprüfung

Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	benotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	8%
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	17.03.2023

## Redaktionsprojekt: Management

Modulnummer:	OR62
Modulbezeichnung:	Redaktionsprojekt: Management
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	3
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	4.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Learning Outcome:	<p><i>Management der Redaktionsprojekte - OR62.1</i></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>
Modulinhalte:	<p><i>Management der Redaktionsprojekte - OR62.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Konzeption und Organisation von Web-Projekten.</li><li>• Planung der individuellen Redaktionsprojekte.</li><li>• Vermittlung von Orientierung zur Wahl der Praxisstellen (inkl. Ausland) mit dem Schwerpunkt auf dem Redaktionsprojekt 2.</li><li>• Erläuterungen der verschiedenen Möglichkeiten der Ausgestaltung des Praxissemesters.</li><li>• Die Möglichkeiten und Besonderheiten des Redaktionsprojektes 2 werden konkretisiert.</li></ul>

- 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.

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsform/en:	Lernportfolio oder Klausur
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	135h
Präsenzzeit:	3 SWS / 45h
Selbststudium:	90h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme sowie Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	Geirhos, Matthias (2016): IT-Projektmanagement. Bonn.
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	25.02.2021

## Redaktionsprojekt 1

Modulnummer:	OR63
Modulbezeichnung:	Redaktionsprojekt 1
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	20
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	5.
Häufigkeit des Angebots:	halbjährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Learning Outcome:	<p><i>Praxiswissen - OR63.1</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden kennen die online-redaktionellen Abläufe und Spezifika in der Praxis und sammeln damit verbunden fachlich-inhaltliche Berufserfahrungen,</p> <p>(WOMIT) indem sie ihre bereits vorhandenen Kenntnisse in den Arbeitsprozess einbringen und die Position eines aktiv teilnehmenden Beobachters einnehmen können,</p> <p>(WOZU) um sich über ihr Berufsbild zu verständigen, sich selbst zu vergewissern und ihre Erfahrungen an andere Studierenden weiterzugeben.</p>
Modulinhalte:	<p><i>Praxiswissen - OR63.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 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.</li><li>• 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.</li></ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Projektarbeit
Prüfungsform/en:	Projektarbeit

Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	600h
Präsenzzeit:	600h
Selbststudium:	h
Teilnahmevoraussetzungen:	Bestandene Modulprüfungen in den Modulen OR11, OR21, OR22, OR41, OR43.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Absolvieren des Redaktionsprojekts 1 in einem Umfang von mindestens zwölf Wochen
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	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.
Letzte Aktualisierung:	25.02.2021

## Redaktionsprojekt 2

Modulnummer:	OR64
Modulbezeichnung:	Redaktionsprojekt 2
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	12
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	5.
Häufigkeit des Angebots:	halbjährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Learning Outcome:	<p><i>Online-Redaktion - OR64.1</i></p> <p>(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,</p> <p>(WOMIT) indem sie innerhalb einer konkreten praxisnahen Aufgabenstellung ihre im Studium erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten anwenden können,</p> <p>(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>
Modulinhalte:	<p><i>Online-Redaktion - OR64.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Das Redaktionsprojekt 2 wird in einem Zeitraum von mindestens sechs Wochen in einer professionellen Online-Redaktion durchgeführt.</li><li>• 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.</li><li>• Die Beteiligung an dem Web-Projekt kann journalistisch, redaktionell, evaluierend, technisch oder gestalterisch sein. Die Studierenden erlernen praxisorientiert die Phasen eines Web-Projektes kennen.</li></ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Projektarbeit
Prüfungsform/en:	Projektarbeit

Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	300h
Präsenzzeit:	300h
Selbststudium:	h
Teilnahmevoraussetzungen:	Bestandene Modulprüfungen in den Modulen OR11, OR21, OR22, OR41, OR43.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Absolvieren des Redaktionsprojekts 2 in einem Umfang von mindestens sechs Wochen
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	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.
Letzte Aktualisierung:	25.02.2021

## Redaktionsprojekt: Präsentation und Evaluation

Modulnummer:	OR65
Modulbezeichnung:	Redaktionsprojekt: Präsentation und Evaluation
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	5
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	6.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Konrad Scherfer
Dozierende:	Alle Lehrenden des Faches
Learning Outcome:	<p><i>Redaktionsprojekt: Präsentation und Evaluation - OR65.1</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden können ihre (sechswöchigen ) Redaktionsprojekte 2 präsentieren und evaluieren,</p> <p>(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>
Modulinhalte:	<p><i>Redaktionsprojekt: Präsentation und Evaluation - OR65.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Die Studierenden des 6. Semesters stellen ihre Redaktionspraktika den Studierenden des 4. Semesters vor. Dadurch werden Redaktionsstellen bekannt gemacht und studiengangsübergreifende Kontakte hergestellt.</li><li>• 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.</li><li>• Neben dem eigentlichen Projekt-Output stehen dabei auch die Projekt-Konzeption und die kritische Betrachtung des Projekt-Verlaufs im Fokus.</li><li>• Die Besonderheiten der Redaktionsprojekte werden im Hinblick auf berufsspezifische Kompetenzen reflektiert und zusammen mit den weiteren Erfahrungen in einem Lernportfolio strukturiert zusammengefasst.</li></ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht

Prüfungsform/en:	Lernportfolio und Referat
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	135h
Präsenzzeit:	3 SWS / 75h
Selbststudium:	60h
Teilnahmevoraussetzungen:	Bestandene Modulprüfungen in den Modulen OR11, OR21, OR22, OR41, OR43.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme an der Lehrveranstaltung sowie Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	benotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	5%
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	28.08.2024

## Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer

Modulnummer:	OR71
Modulbezeichnung:	Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer
Art des Moduls:	Wahlmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	6. und 7.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Dozierende:	Lehrende der TH Köln, externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	<i>Institutsübergreifendes Wahlpflichtfächer - OR71.1</i> Abhängig von der jeweils gewählten Lehrveranstaltung. Diese werden je nach angebotener Lehrveranstaltung formuliert.
Modulinhalte:	<i>Institutsübergreifendes Wahlpflichtfächer - OR71.1</i> Inhaltliche Voraussetzungen und Lerninhalte werden von den anbietenden Lehrenden festgelegt.
Lehr- und Lernmethoden:	Projektarbeit
Prüfungsform/en:	alle laut §§ 19-22 RPO
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Teilnahmevoraussetzungen:	Inhaltliche Voraussetzungen und Lerninhalte werden von den anbietenden Lehrenden festgelegt.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Das Modul gilt als absolviert und bestanden, wenn die Prüfungen zu allen gewählten und für die Anrechnung vorgesehenen Lehrveranstaltungen bestanden und dafür in der Summe 6 ECTS vergeben wurden. Die zur Anrechnung für dieses Modul vorgesehenen Lehrveranstaltungen und Prüfungen müssen dem Prüfungsservice spätestens bei Anmeldung der BA Arbeit verbindlich mitgeteilt werden. Für die Wiederholung der Prüfungen in diesem Modul gelten die jeweiligen Festlegungen durch die anbietende Einheit oder die anbietenden Lehrenden der TH Köln. Aufgrund der Heterogenität der möglichen Einbringensoptionen wird für dieses Modul keine Note berechnet. Eine Modulnote wird nicht vergeben.
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	04.12.2024

## Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer

Modulnummer:	OR72
Modulbezeichnung:	Institutsübergreifende Wahlpflichtfächer
Art des Moduls:	Wahlmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch / Englisch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	6. und 7.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz
Dozierende:	Lehrende der TH Köln, externe Lehrbeauftragte
Learning Outcome:	<i>Institutsübergreifendes Wahlpflichtfach - OR72.1</i> Abhängig von der jeweils gewählten Lehrveranstaltung. Diese werden je nach angebotener Lehrveranstaltung formuliert.
Modulinhalte:	<i>Institutsübergreifendes Wahlpflichtfach - OR72.1</i> Inhaltliche Voraussetzungen und Lerninhalte werden von den anbietenden Lehrenden festgelegt.
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsform/en:	alle laut §§ 19-22 RPO
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Teilnahmevoraussetzungen:	Inhaltliche Voraussetzungen und Lerninhalte werden von den anbietenden Lehrenden festgelegt.

Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Das Modul gilt als absolviert und bestanden, wenn die Prüfungen zu allen gewählten und für die Anrechnung vorgesehenen Lehrveranstaltungen bestanden und dafür in der Summe 6 ECTS vergeben wurden. Die zur Anrechnung für dieses Modul vorgesehenen Lehrveranstaltungen und Prüfungen müssen dem Prüfungsservice spätestens bei Anmeldung der BA Arbeit verbindlich mitgeteilt werden. Für die Wiederholung der Prüfungen in diesem Modul gelten die jeweiligen Festlegungen durch die anbietende Einheit oder die anbietenden Lehrenden der TH Köln. Aufgrund der Heterogenität der möglichen Einbringensoptionen wird für dieses Modul keine Note berechnet. Eine Modulnote wird nicht vergeben.
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	17.03.2023

## Bachelorarbeit

Modulnummer:	OR81
Modulbezeichnung:	Bachelorarbeit
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	12
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	7.
Häufigkeit des Angebots:	halbjährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Lars Rinsdorf
Dozierende:	Prof. Dr. Amelie Duckwitz, Prof. Dr. Gernot Heisenberg, Prof. Dr. Lars Rinsdorf, Prof. Dr. Konrad Scherfer, Prof. Dr. Petra Werner, Alexander Niehaus, Birgit Pieplow, Miriam Schmitz
Learning Outcome:	<p><i>Bachelorarbeit - OR81.1</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden können in der Bachelorarbeit die im Zuge des Studiums erworbenen fachlich-methodischen Kompetenzen anwenden,</p> <p>(WOMIT) indem sie wissenschaftlich arbeiten, eigenständige Projektarbeit unter Zeitdruck absolvieren, Problemlösungskompetenz zeigen und den Umgang mit wissenschaftlicher Literatur einüben,</p> <p>(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>
Modulinhalte:	<p><i>Bachelorarbeit - OR81.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 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.</li><li>• Die fachlichen Inhalte der Bachelorarbeit sind abhängig vom gestellten Thema.</li></ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Betreuung der Bachelorarbeit durch die Erstgutachterin/den Erstgutachter.
Prüfungsform/en:	Bachelorarbeit

Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	360h
Präsenzzeit:	h
Selbststudium:	360h
Teilnahmevoraussetzungen:	Die Zulassungsvoraussetzung für die Bachelorarbeit ist der Nachweis von mindestens 161 Credits. Details sind in der Prüfungsordnung geregelt.
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Die Bachelorarbeit muss mit mindestens ausreichend (4,0) bewertet worden sein.
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	benotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	Die Note für die Bachelorarbeit geht zu 20 Prozent in die Endnote ein.
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	Dauer: 10 Wochen. Die Bachelorarbeit wird im Normalfall von einer bzw. einem Studierenden als Einzelarbeit durchgeführt. Im Ausnahmefall kann die Bachelorarbeit auch als Gruppenarbeit von mehreren Studierenden durchgeführt werden. Dabei müssen der Inhalt und der Umfang jedoch klar trennbar und einzeln bewertbar sein.
Letzte Aktualisierung:	17.03.2023

## Seminar zur Bachelorarbeit

Modulnummer:	OR82
Modulbezeichnung:	Seminar zur Bachelorarbeit
Art des Moduls:	Pflichtmodul
ECTS credits:	5
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	7.
Häufigkeit des Angebots:	halbjährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Lars Rinsdorf
Dozierende:	Alle Lehrenden des Faches
Learning Outcome:	<p><i>Kolloquium zur Bachelorarbeit - OR82.1</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden sind in der Lage, die Ergebnisse der eigenen Arbeit professionell zu präsentieren und einzuordnen,</p> <p>(WOMIT) indem sie Ihre Vorgehensweise begründen, sich mit Kommilitonen und Lehrenden austauschen und den Umgang mit konstruktiv-kritischen Einwänden üben.</p> <p>(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>
Modulinhalte:	<p><i>Kolloquium zur Bachelorarbeit - OR82.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Vorbereitung und Begleitung der Bachelorarbeiten</li><li>• Die Studierenden entwickeln Vorschläge von Thema und Fragestellung Ihrer Bachelorarbeit</li><li>• Formale Vorgaben zu theoretischen, empirischen, konzeptionellen und medienpraktischen Bachelorarbeiten</li><li>• Diskussion und kritische Reflexion der Vorschläge von Kommilitonen und Lehrenden</li><li>• Austausch der Kandidaten untereinander</li><li>• Behandlung von auftauchenden Problemen</li><li>• Vorstellung der gewählten Lösungsansätze</li><li>• Begründung der gewählten Vorgehensweise</li><li>• Präsentation des Arbeitsstandes und weitere Planung</li></ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Seminar

Prüfungsform/en:	Zwischentestat (Exposé) und Präsentation
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	150h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	90h
Teilnahmevoraussetzungen:	Anmeldung zur Bachelorarbeit
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme sowie Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eco, Umberto (2010): Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt. 13. Auflage.</li> <li>• Kornmeier, Martin (2007): Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg.</li> <li>• Rost, Friedrich (2013): Lern- und Arbeitstechniken für das Studium. 4. Auflage, Wiesbaden.</li> </ul>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	Das Kolloquium wird jedes Semester für die Studierenden der Bachelorstudiengänge im IWS angeboten.
Letzte Aktualisierung:	17.03.2023

## Datenjournalismus: Informationsvisualisierung

Modulnummer:	OR91
Modulbezeichnung:	Datenjournalismus: Informationsvisualisierung
Art des Moduls:	Wahlmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	2.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Tobias Galliat
Dozierende:	Prof. Dr. Tobias Galliat
Learning Outcome:	<p><i>Informationsvisualisierung - OR91.1</i></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>
Modulinhalte:	<p><i>Informationsvisualisierung - OR91.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kriterien für das Erstellen von Tabellen</li><li>• historische Entwicklung</li><li>• Integritätsprinzipien für das Erstellen von Grafiken</li><li>• Dashboard Design</li><li>• visuelle Datenanalyse</li><li>• interaktive Visualisierungen</li><li>• Visualisierung von Zeitreihen</li><li>• Visualisierung von Proportionen</li><li>• moderne Visualisierungstechniken (z.B. Fokus&amp;Context, Treemap, parallele Koordinaten)</li></ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht und Laborpraktikum

Prüfungsform/en:	Schriftliche Ausarbeitung (WS) / mündliche Prüfung (SoSe)
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cairo, Alberto (2016): The Truthful Art.</li> <li>• Few, Stephen (2014): Show Me the Numbers.</li> <li>• Few, Stephen (2013): Information Dashboard Design. 2nd ed.</li> <li>• Wexler, Steve / Shaffer, Jeffrey / Cotgreave, Andy (2017): The Big Book of Dashboards.</li> <li>• Yau, Nathan (2013): Data Points.</li> </ul>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	25.02.2021

## Datenjournalismus: Datenmodellierung

Modulnummer:	OR92
Modulbezeichnung:	Datenjournalismus: Datenmodellierung
Art des Moduls:	Wahlmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	7.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Philipp Schaer
Dozierende:	Prof. Dr. Tobias Galliat, Prof. Dr. Matthias Groß, Prof. Dr. Achim Oßwald, Prof. Dr. Philipp Schaer
Learning Outcome:	<p><i>Datenmodellierung - OR92.1</i></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>
Modulinhalte:	<p><i>Datenmodellierung - OR92.1</i></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)</p>

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.

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht und Laborpraktikum
Prüfungsform/en:	Klausur oder Haus-/Seminararbeit
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Teilnahmevoraussetzungen:	Formal: keine Empfohlen: Kenntnisse des Moduls "Informationsarchitektur des Webs"
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	25.02.2021

## Datenjournalismus-Projekt: Management

Modulnummer:	OR93
Modulbezeichnung:	Datenjournalismus-Projekt: Management
Art des Moduls:	Wahlmodul
ECTS credits:	4
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	4.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Petra Werner
Dozierende:	Prof. Dr. Petra Werner; externe Lehrbeauftragte, z.B. Clemens Boisserée, Sebastian Mondial
Learning Outcome:	<p><i>Management von datenjournalistischen Projekten - OR93.1</i></p> <p>(WAS) Die Studierenden können (in Vorbereitung auf die Redaktionsprojekte 1 und 2) datenjournalistische Web-Projekte konzipieren und organisieren,</p> <p>(WOMIT) indem sie studiengangsbezogene 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>
Modulinhalte:	<p><i>Management von datenjournalistischen Projekten - OR93.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Konzeption und Organisation von datenjournalistischen Web-Projekten</li><li>• Planung der individuellen datenjournalistischen Redaktionsprojekte</li><li>• Vermittlung von Orientierung zur Wahl der Praxisstellen (inkl. Ausland) mit dem Schwerpunkt auf dem Redaktionsprojekt 2</li></ul>

- 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.

Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht
Prüfungsform/en:	Klausur oder Lehrveranstaltungsbegleitende Prüfung
Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	135h
Präsenzzeit:	3 SWS / 45h
Selbststudium:	90h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Regelmäßige und aktive Teilnahme an der Lehrveranstaltung sowie Bestehen der Prüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gray, Jonathan / Bounegru, Liliana / Chambers, Lucy (Hg.; 2012): The Data Journalism. Handbook. Farnham.</li> <li>• 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).</li> <li>• <a href="http://datadrivenjournalism.net">http://datadrivenjournalism.net</a></li> </ul>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	25.02.2021

## Datenjournalismus: Data Mining

Modulnummer:	OR94
Modulbezeichnung:	Datenjournalismus: Data Mining
Art des Moduls:	Wahlmodul
ECTS credits:	6
Sprache:	Deutsch
Dauer des Moduls:	1 Sem.
Empfohlenes Studiensemester:	6.
Häufigkeit des Angebots:	jährlich
Modulverantwortliche*r:	Prof. Dr. Tobias Galliat
Dozierende:	Prof. Dr. Tobias Galliat, Prof. Dr. Gernot Heisenberg
Learning Outcome:	<p><i>Data Mining - OR94.1</i></p> <p>(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.</p> <p>(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.</p> <p>(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>
Modulinhalte:	<p><i>Data Mining - OR94.1</i></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Klassifikationsverfahren (z.B. Entscheidungsbaumsysteme, Support Vector Machines)</li><li>• Clusterverfahren (hierarchisch, k-means)</li><li>• Verfahren zur Assoziationsanalyse</li><li>• Kollaboratives Filtern</li></ul>
Lehr- und Lernmethoden:	Seminaristischer Unterricht und Laborpraktikum
Prüfungsform/en:	Klausur oder Haus-/Seminararbeit

Workload (25 - 30 h $\hat{=}$ 1 ECTS credit):	180h
Präsenzzeit:	4 SWS / 60h
Selbststudium:	120h
Teilnahmevoraussetzungen:	keine
Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:	Bestehen der Modulprüfung
Bewertungsmethoden benotet/unbenotet	unbenotet
Stellenwert der Note für die Endnote:	-
Empfohlene Literatur:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leskovec, Jure / Rajaramann, Anand / Ullmann, Jeff (2014): Mining of Massive Datasets, 2nd ed.</li> <li>• Liu, Bing (2011): Web Data Mining, Heidelberg, 2nd ed.</li> </ul>
Verwendung des Moduls in weiteren Studiengängen:	nein
Besonderheiten:	nein
Letzte Aktualisierung:	25.02.2021