



<b>M 1</b>	<b>Visualisierung und Layout</b>	<b>CP</b>
M 1.1	Architekturfotografie und Digitale Bildbearbeitung	2
M 1.2	Layout / CD / DTP / Drucktechnik	2
M 1.3	Interaktive Medien / Online-Kommunikation	2
M 1.4	Digitale Medien und Architekturdarstellung	2
<b>M 2</b>	<b>Projektarbeit und Präsentation</b>	
M 2.1	Ausstellungsdesign und kuratorische Praxis	5
M 2.2	Konferenz- und Eventmanagement	5
M 2.3	Videopublizistik	2
<b>M 3</b>	<b>Kommunikation und Strategie</b>	
M 3.1	Journalistisches Texten / PR / Medienlandschaft	3
M 3.2	Zielgruppenorientierte Kommunikation	2
M 3.3	Marketing und Strategie	3
<b>M 4</b>	<b>Büromanagement</b>	
M 4.1	Medienethik und Medienrecht	2
M 4.2	Betriebswirtschaftl. Grundlagen / Business Development	2
M 4.3	Interkulturelle Kommunikation	2
M 4.4	Exkursion: Kommunikationsmanagement in der Praxis	2
<b>M 5</b>	<b>Wissenschaftsmethodik und -geschichte</b>	
M 5.1	Methodik wissenschaftlichen Arbeitens	2
M 5.2	Mediengeschichte	2
<b>M 6</b>	<b>Thesis</b>	
M 6.1	Masterthesis / Masterprojekt	18
M 6.2	Masterkolloquium	2



PO / STO

in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 1.1**

**Architekturfotografie / Digitale Bildbearbeitung**

Credits	2 CP
Workload	60 h
Kontaktzeit	2 SWS / 24 h
Selbststudium	36 h
Studienphase	Master
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Dauer	1 Semester
geplante Gruppengröße	max. 20 Studierende

1	Lehrveranstaltungen	a) Vorlesung b) Seminar
2	Lernergebnisse / Kompetenzen	Fotografische Grundkenntnisse im analogen und digitalen Bereich
3	Inhalte	Die Objektfotografie, speziell die Architekturfotografie, stellt ein Kernelement des visuellen Ausdrucks dar. Neben dem Erwerb fotografischer Grundkenntnisse im analogen und digitalen Bereich geht es vor Allem darum, die Grenze zwischen eigener Leistbarkeit und der Notwendigkeit professionelle Fotografen einzuschalten kennen zu lernen. Außerdem werden die technischen Voraussetzungen für die digitale Bildbearbeitung sowie für die Weiterverarbeitung per Layout Desktop-Publishing zur Druckvorstufe vorgestellt.
4	Lehrformen	Vorlesungen, Übungen an Foto-Equipment und PC, Einzelarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen	Formal: // Inhaltlich: Kamera (analog oder digital), Photoshop
6	Prüfungsform	Layout / Präsentation
7	Prüfungsvoraussetzungen	Präsentation / Bildidee / Komposition
8	Modulverw. in and. Studiengängen	Nein
9	Stellenwert der Note	siehe PO
10	Lehrende/r	Jörg Hempel, Architekturfotograf, Aachen



PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 1.2 Layout / CD / DTP / Drucktechnik / Interaktive Medien**

Credits 2 CP  
 Workload 60 h  
 Kontaktzeit 2 SWS / 24 h  
 Selbststudium 36 h

Studienphase Master  
 Häufigkeit des Angebots Wintersemester  
 Dauer 1 Semester  
 geplante Gruppengröße max. 20 Studierende

- |    |                                  |   |
|----|----------------------------------|---|
| 1  | Lehrveranstaltungen              | a) Vorlesung<br>b) Seminar  |
| 2  | Lernergebnisse / Kompetenzen     | Kenntnisse des Layoutens, Grundkenntnisse der Drucktechniken, Aspekte des Corporate Designs   |
| 3  | Inhalte                          | In allen Bereichen des professionellen Medieneinsatzes ist der virtuose Umgang mit Bild und Text zu Layoutvorlagen für Selbstdarstellung, Exposés, Plakate und Pläne notwendig. Hier werden die Grundlagen des Layoutens und des Corporate Designs vermittelt unter Einbeziehung der Bild- und Textelemente, vor Allem aber immer zielgerichtet auf bestimmte Aufgaben, Anwendungen und Zielgruppen. Weiterhin werden Grundkenntnisse der Drucktechniken dargestellt. Neben Vorlesungen umfassen beide Module praktische Übungen am PC. |
| 4  | Lehrformen                       | Vorlesungen, Saalübungen, Einzel- und Gruppenarbeit, Projektarbeit  |
| 5  | Teilnahmevoraussetzungen         | Formal: //<br>Inhaltlich: //  |
| 6  | Prüfungsform                     | Layout / Präsentation   |
| 7  | Prüfungsvoraussetzungen          | Kreative Konzeption / Präsentation / Realisierungskonzept   |
| 8  | Modulverw. in and. Studiengängen | Nein  |
| 9  | Stellenwert der Note             | siehe PO  |
| 10 | Lehrende/r                       | Maren Zippel, Grafikdesignerin, Berlin  |

PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 1.3**

**Interaktive Medien / Online-Kommunikation**

Credits 2 CP  
 Workload 60 h  
 Kontaktzeit 2 SWS / 24 h  
 Selbststudium 36 h

Studienphase Master  
 Häufigkeit des Angebots Wintersemester  
 Dauer 1 Semester  
 geplante Gruppengröße max. 20 Studierende

- |    |                                  |  |
|----|----------------------------------|--|
| 1  | Lehrveranstaltungen              | a) Vorlesung<br>b) Seminar   |
| 2  | Lernergebnisse / Kompetenzen     | Kenntnis verschiedener, fachlich relevanter Online-Kommunikationsplattformen und Social Media Kanäle sowie deren Wechselwirkung. Sicherheit in Analyse, Auswahl, Konzeption und Nutzung in Bezug auf Kommunikations- und Interaktionsziele   |
| 3  | Inhalte                          | Untersucht werden unterschiedliche Formen der Online-Kommunikation für Architekten bzw. architekturelevante Inhalte. Entwickelt werden Kommunikationskonzepte für die zielgerichtete Präsentation, Kommunikation und Interaktion im Internet und auf Social Media Kanälen unter Berücksichtigung der Möglichkeiten von SEO und SEM. Erlern wird der konzeptionelle Umgang mit Text-, Bild-, Bewegtbild- und Liveformaten der Architekturkommunikation im digitalen Raum. |
| 4  | Lehrformen                       | Vorlesungen, Übungen   |
| 5  | Teilnahmevoraussetzungen         | Formal: Sichere Beherrschung der Deutschen Sprache in Wort und Schrift<br>Inhaltlich: //   |
| 6  | Prüfungsform                     | Projekt / Konzept / Präsentation   |
| 7  | Prüfungsvoraussetzungen          | Teilnahme  |
| 8  | Modulverw. in and. Studiengängen | Nein   |
| 9  | Stellenwert der Note             | siehe PO   |
| 10 | Lehrende/r                       | Karl-Heinz Limpert, Senior Berater der Geschäftsführung bei pr neu, Braunschweig   |

PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 1.4 Digitale Medien / Architekturdarstellung**

Credits 2 CP  
 Workload 60 h  
 Kontaktzeit 2 SWS / 24 h  
 Selbststudium 36 h

Studienphase Master  
 Häufigkeit des Angebots Wintersemester  
 Dauer 1 Semester  
 geplante Gruppengröße max. 20 Studierende

- |    |                                  |   |
|----|----------------------------------|---|
| 1  | Lehrveranstaltungen              | a) Vorlesung<br>b) Seminar  |
| 2  | Lernergebnisse / Kompetenzen     | Kenntnis eines professionellen Visualisierungsprogramms, professionelles Briefing für Visualisierungsdienstleistungen   |
| 3  | Inhalte                          | In diesem Modul geht es darum, die professionellen Methoden und Marktprodukte der digitalen Architekturdarstellung von 3D-Visualisierung über AR / VR bis BIM vorzustellen, sich in ein professionelles Visualisierungsprogramm einzuarbeiten und die Grenzen zwischen dem im Beruf selbst Machbaren, dem Einsatz qualifizierter Mitarbeiter und der Vergabe an Spezialisten kennen zu lernen. Daneben ist hier auch der Aspekt der zielgruppengerechten Darstellung und des zeiteffizienten Einsatzes der 3D-Visualisierung von Bedeutung. |
| 4  | Lehrformen                       | Vorlesungen, praktische Übungen am PC, Einzel- und Gruppenarbeit  |
| 5  | Teilnahmevoraussetzungen         | Formal: //<br>Inhaltlich: 3D-Visualisierungsprogramm  |
| 6  | Prüfungsform                     | Visualisierungsprojekt / Präsentation   |
| 7  | Prüfungsvoraussetzungen          | Kreative Konzeption / Präsentation / Realisierungskonzept / Briefing  |
| 8  | Modulverw. in and. Studiengängen | Nein  |
| 9  | Stellenwert der Note             | siehe PO  |
| 10 | Lehrende/r                       | Martin Becker, Architekt, CEO bei avpgroup, Düsseldorf  |

PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 2.1 Ausstellungsdesign und kuratorische Praxis**

Credits 5 CP  
Workload 150 h  
Kontaktzeit 4 SWS / 48 h  
Selbststudium 102 h

Studienphase Master  
Häufigkeit des Angebots Winter- / Sommersemester  
Dauer 2 Semester  
geplante Gruppengröße max. 20 Studierende

- |    |                                  |   |
|----|----------------------------------|---|
| 1  | Lehrveranstaltungen              | a) Vorlesung<br>b) Seminar  |
| 2  | Lernergebnisse / Kompetenzen     | Kenntnis der Museums- und Ausstellungslandschaft für Architekturthemen, eigenständige Ansätze zum Kuratieren von Inhalten, kreative Konzeption von Architekturausstellungen als Präsenzveranstaltung, digital und hybrid  |
| 3  | Inhalte                          | Erlern werden alle Aspekte des Ausstellungsmachens von der thematischen bis zur räumlichen Konzeption, von der kuratorischen Leitidee über die zielgruppenorientierte Präsentation bis zur ausstellungsbegleitenden Kommunikation und Dokumentation. Untersucht werden unterschiedliche Ausstellungsorte und -formate ebenso wie Aspekte des Besucherverhaltens und der Besucherführung. Trainiert werden verschiedene Kreativtechniken und die Übersetzung in einen architektonischen Entwurf. Neben der physischen Präsenzausstellung wird auch die Inszenierung im digitalen Raum reflektiert. |
| 4  | Lehrformen                       | Vorlesungen, Saalübungen, Einzel- und Gruppenarbeit, Projektarbeit  |
| 5  | Teilnahmevoraussetzungen         | Formal: //<br>Inhaltlich: Modellbau   |
| 6  | Prüfungsform                     | Entwurf / Präsentation  |
| 7  | Prüfungsvoraussetzungen          | Präsentation / Exposé / Realisierungskonzept  |
| 8  | Modulverw. in and. Studiengängen | Nein  |
| 9  | Stellenwert der Note             | siehe PO  |
| 10 | Lehrende/r                       | Astrid Bornheim, Architektin und Kuratorin, Berlin  |



PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 2.2 Konferenz- und Eventmanagement**

Credits 5 CP  
 Workload 150 h  
 Kontaktzeit 4 SWS / 48 h  
 Selbststudium 102 h

Studienphase Master  
 Häufigkeit des Angebots Winter- / Sommersemester  
 Dauer 2 Semester  
 geplante Gruppengröße max. 20 Studierende

- |    |                                  |  |
|----|----------------------------------|--|
| 1  | Lehrveranstaltungen              | a) Vorlesung<br>b) Seminar   |
| 2  | Lernergebnisse / Kompetenzen     | Kenntnis der Messe- und Kongresslandschaft, Szenekenntnis der Architektur-Veranstaltungen und -veranstalter, Sicherheit in Konzeption und Organisation temporärer Veranstaltungen, analog und digital  |
| 3  | Inhalte                          | In diesem Modul steht die temporäre Präsentation im Vordergrund. Ein zentraler Punkt ist die zielorientierte Anwendung der vermittelten Fachkenntnisse aller Module an einem konkreten Praxisprojekt. Dabei werden Strategien kunden- bzw. zielgruppenorientierten Medieneinsatzes anhand möglichst konkreter Aufgabenstellungen praxismäßig entwickelt. Das alljährliche AMM-Symposium ermöglicht die Anwendung der erworbenen Kenntnisse aus Architektur Media Management: von Konzeption über Organisation bis zu Fundraising, Vermarktung und Kommunikation. |
| 4  | Lehrformen                       | Vorlesungen, Saalübungen, Einzel- und Gruppenarbeit, Projektarbeit   |
| 5  | Teilnahmevoraussetzungen         | Formal: //<br>Inhaltlich: Konzeptionelles / Strategisches Denken   |
| 6  | Prüfungsform                     | Konzept / Realisierung eines Kommunikationsbausteins / Präsentation  |
| 7  | Prüfungsvoraussetzungen          | Kreative Konzeption / Präsentation / Exposé / Managementqualität   |
| 8  | Modulverw. in and. Studiengängen | Nein   |
| 9  | Stellenwert der Note             | siehe PO   |
| 10 | Lehrende/r                       | Prof. Jan R. Krause, Head of Master AMM Architektur Media Management, Bochum / Managing Director office for architectural thinking, Berlin   |

PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 2.3**

**Videopublizistik**

Credits	2 CP
Workload	60 h
Kontaktzeit	2 SWS / 24 h
Selbststudium	36 h
Studienphase	Master
Häufigkeit des Angebots	Winter- / Sommersemester
Dauer	2 Semester
geplante Gruppengröße	max. 20 Studierende
1 Lehrveranstaltungen	a) Vorlesung b) Seminar
2 Lernergebnisse / Kompetenzen	Kenntnisse von Filmproduktionstechniken, Kenntnisse der Bildsprache und der Filmgestaltungskriterien, Sicherheit in der Anlage eines Storyboards, Grundkenntnisse in der Anwendung eines Filmschnittprogramms sowie in der Kamera- und Beleuchtungstechnik
3 Inhalte	Es werden Strukturen und Mechanismen der Videoproduktion für die Produktion eines Architekturfilms dargestellt und erarbeitet. Die aus der redaktionellen Recherche gewonnenen Inhalte werden systematisch in ein Drehbuch gefasst und unter Einbeziehung der Filmsprache über ein Storyboard visualisiert. Aufnahme- und Produktionstechniken werden in Grundzügen eingeübt und an einem zu erstellenden Film realisiert.
4 Lehrformen	Vorlesungen, Saalübungen, Einzel- und Gruppenarbeit, Projektarbeit
5 Teilnahmevoraussetzungen	Formal: // Inhaltlich: Konzeptionelles / Strategisches Denken
6 Prüfungsform	Präsentation / Storyboard / Architekturfilm
7 Prüfungsvoraussetzungen	Redaktionelle Recherche, Filmidee, Drehbuch, Kommunikationsprozess
8 Modulverw. in and. Studiengängen	Nein
9 Stellenwert der Note	siehe PO
10 Lehrende/r	Prof. hon. Dr. Claus Pfingsten, Medienwissenschaftler, Bonn



PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 3.1**

**Journalistisches Texten / PR / Medienlandschaft**

Credits	3 CP
Workload	90 h
Kontaktzeit	3 SWS / 36 h
Selbststudium	54 h
Studienphase	Master
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Dauer	1 Semester
geplante Gruppengröße	max. 20 Studierende
1 Lehrveranstaltungen	a) Vorlesung b) Seminar
2 Lernergebnisse / Kompetenzen	Kenntnis der Medienlandschaft, Textsicherheit im Erstellen journalistischer Beiträge über Architektur
3 Inhalte	Es werden Mechanismen und Zusammenhänge der Medienlandschaft dargestellt, aber auch Einsatzmöglichkeiten, Abhängigkeiten und Reichweiten von Printmedien, Hörfunk, TV und Onlinemedien. Ausgehend von der Analyse fachspezifischer Texte liegt ein Schwerpunkt in der zielgruppenorientierten Text-Genese. Neben journalistischen Textgattungen wie Nachricht, Interview, Porträt, Reportage, Kommentar werden Strategien der PR von Architekturbüros reflektiert.
4 Lehrformen	Vorlesungen, Saalübungen, Einzel- und Gruppenarbeit, Projektarbeit
5 Teilnahmevoraussetzungen	Formal: // Inhaltlich: Sichere Beherrschung der Deutschen Sprache in Wort und Schrift
6 Prüfungsform	Text / Layout / Präsentation
7 Prüfungsvoraussetzungen	Präsentation / Journalistische Texte / Kommunikationsstrategie
8 Modulverw. in and. Studiengängen	Nein
9 Stellenwert der Note	siehe PO
10 Lehrende/r	Prof. Jan R. Krause, Head of Master AMM Architektur Media Management, Bochum / Managing Director office for architectural thinking, Berlin

PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 3.2**

**Zielgruppenorientierte Kommunikation**

Credits	2 CP
Workload	60 h
Kontaktzeit	2 SWS / 24 h
Selbststudium	36 h
Studienphase	Master
Häufigkeit des Angebots	Wintersemester
Dauer	1 Semester
geplante Gruppengröße	max. 20 Studierende

- |    |                                  |   |
|----|----------------------------------|---|
| 1  | Lehrveranstaltungen              | a) Vorlesung<br>b) Seminar  |
| 2  | Lernergebnisse / Kompetenzen     | Die Studierenden können Anforderungen an Informationsprozesse und Überzeugungsarbeit in Bezug auf verschiedene Dialogpartner unterscheiden, sind in der Lage, Formen direkter, persönlicher Kommunikation anforderungsbedingt zu konzipieren und zu realisieren, sind sensibilisiert für die Bedeutung des Perspektivwechsels in Bezug auf die Kommunikation zwischen Experten und Laien  |
| 3  | Inhalte                          | Nicht-Architekten - Laien bzw. fachfremd Ausgebildete - sind eine wichtige Zielgruppe im Hinblick auf die Kommunikation architekturrelevanter Inhalte, die beabsichtigt, Kenntnisse über moderne Architektur zu erweitern und diesbezügliche Einstellungen nachhaltig positiv zu beeinflussen. Das Modul befasst sich mit Formen direkter, persönlicher Kommunikation, die geeignet sind, den jeweiligen Dialogpartner zur erforderlichen aktiven Auseinandersetzung mit der komplexen Thematik zu bewegen. Information und Argumentation, begleitet durch unterstützende Visualisierung sollen verständlich, relevant, schlüssig und sinnvoll im Aufbau erfolgen. Dabei ist zu beachten, dass gelingende Kommunikation die spezifischen Voraussetzungen und Interessen des Dialogpartners angemessen berücksichtigt. Besondere Bedeutung haben demgemäß die vorbereitende Zielgruppenanalyse sowie die Fähigkeit und Bereitschaft zum Perspektivwechsel. Grundlegend für das Modul sind Modelle und Methoden der Sozial- und Kommunikationspsychologie sowie der Sozialwissenschaften. |
| 4  | Lehrformen                       | Seminarische Vorlesungen, Übungen   |
| 5  | Teilnahmevoraussetzungen         | Formal: //<br>Inhaltlich: //  |
| 6  | Prüfungsform                     | Schriftliche Ausarbeitung / Referat   |
| 7  | Prüfungsvoraussetzungen          | aktive Teilnahme  |
| 8  | Modulverw. in and. Studiengängen | Nein  |
| 9  | Stellenwert der Note             | siehe PO  |
| 10 | Lehrende/r                       | Prof. Dr. Andrea Mohnert, Dipl.-Psychologin, Bochum   |

PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 3.3 Marketing und Strategie**

Credits 3 CP  
 Workload 90 h  
 Kontaktzeit 3 SWS / 36 h  
 Selbststudium 54 h

Studienphase Master  
 Häufigkeit des Angebots Sommersemester  
 Dauer 1 Semester  
 geplante Gruppengröße max. 20 Studierende

- |    |                                  |  |
|----|----------------------------------|--|
| 1  | Lehrveranstaltungen              | a) Vorlesung<br>b) Seminar   |
| 2  | Lernergebnisse / Kompetenzen     | Kenntnis der Marketingmethoden, Sicherheit im Erstellen strategischer und operativer Marketingkonzepte   |
| 3  | Inhalte                          | Vermittlung der wesentlichen Prinzipien strategischen und operativen Marketings unter gestalterischen, soziologischen und betriebswirtschaftlichen Perspektiven - schwerpunktmäßig bezogen auf das Marketing von Planungs- und Dienstleistungen in Architektur und Bauwirtschaft. Neben der Analyse von Fallbeispielen in Vorlesung und Übung wird das Erstellen eigener Marketing-Konzepte anhand konkreter Anwendungen vermittelt. |
| 4  | Lehrformen                       | Vorlesungen, Einzel- und Gruppenarbeit, Projektarbeit  |
| 5  | Teilnahmevoraussetzungen         | Formal: //<br>Inhaltlich: //   |
| 6  | Prüfungsform                     | Text / Layout / Präsentation   |
| 7  | Prüfungsvoraussetzungen          | Präsentation / Exposé / Marketingkonzept   |
| 8  | Modulverw. in and. Studiengängen | Nein   |
| 9  | Stellenwert der Note             | siehe PO   |
| 10 | Lehrende/r                       | Prof. Jan R. Krause, Head of Master AMM Architektur Media Management, Bochum / Managing Director office for architectural thinking, Berlin   |

PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 4.1 Medienethik und Medienrecht**

Credits 2 CP  
 Workload 60 h  
 Kontaktzeit 2 SWS / 24 h  
 Selbststudium 36 h

Studienphase Master  
 Häufigkeit des Angebots Sommersemester  
 Dauer 1 Semester  
 geplante Gruppengröße max. 20 Studierende

1	Lehrveranstaltungen	a) Vorlesung b) Seminar
2	Lernergebnisse / Kompetenzen	Kenntnis der Grundbegriffe des Urheber- und Markenrechts und Rechtssicherheit im Umgang mit Bildern, Texten und personenbezogenen Daten im analogen und digitalen Raum
3	Inhalte	Vermittelt werden Grundbegriffe des Urheber- und Medienrechts sowie des Gewerblichen Rechtsschutzes inklusive des Markenrechts. Anhand konkreter Fallbeispiele wird nachvollzogen, welche Möglichkeiten und welche einschränkenden Bedingungen durch gültiges Recht definiert sind. Erlern wird der rechtlich und ethisch einwandfreie Umgang mit Werken und Daten durch Architekten und Kommunikationsmanager – sowohl als Produzenten kreativer Ideen, Bilder, Texte und Bauten wie auch als Verwender beauftragter oder vorgefundener Kommunikationsmaterialien.
4	Lehrformen	Vorlesungen, Saalübungen, Einzel- und Gruppenarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen	Formal: // Inhaltlich: //
6	Prüfungsform	Präsentation, Klausur
7	Prüfungsvoraussetzungen	Recherche, Analyse
8	Modulverw. in and. Studiengängen	Nein
9	Stellenwert der Note	siehe PO
10	Lehrende/r	Moritz Ott, Rechtsanwalt für Urheber- und Medienrecht, Berlin

PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 4.2 Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Business Development**

Credits 2 CP  
 Workload 60 h  
 Kontaktzeit 2 SWS / 24 h  
 Selbststudium 36 h

Studienphase Master  
 Häufigkeit des Angebots Sommersemester  
 Dauer 1 Semester  
 geplante Gruppengröße max. 20 Studierende

- |    |                                  |  |
|----|----------------------------------|--|
| 1  | Lehrveranstaltungen              | a) Vorlesung<br>b) Seminar   |
| 2  | Lernergebnisse / Kompetenzen     | Überblickswissen zur Betriebswirtschaftslehre, Vorgehensweise bei der Ermittlung von Kostensätzen und Erstellen von Kalkulationen, Berechnung von Deckungsbeiträgen und Anwendung auf verschiedene Entscheidungssituationen (Break-Even-Point, Sortimentsentscheidung, Eigenfertigung / Frembezug). Durchführen einfacher Kostenplanungen, Überblickswissen zur Finanzierung   |
| 3  | Inhalte                          | Die Studierenden sollen die Methodenkompetenz erlangen, das Verfassen und das Präsentieren eines Business-Plans für die Realisierung einer Geschäftsidee souverän zu beherrschen. In einem Business-Plan muss die Tragfähigkeit einer selbst gewählten Geschäftsidee zielgruppengerecht dargestellt werden. Durch diese Aufgabenstellung werden fachliche Inhalte aus allen Bereichen der Betriebswirtschaft problembezogen zusammengeführt. Einen Business-Plan in einem Team gemeinschaftlich zu erstellen sowie die wesentlichen Inhalte dieses Business-Plans vor einem kritischen Auditorium zielgruppengerecht zu präsentieren schult die sozialen Kompetenzen der Studierenden. |
| 4  | Lehrformen                       | Vorlesungen, Saalübungen, Einzel- und Gruppenarbeit  |
| 5  | Teilnahmevoraussetzungen         | Formal: //<br>Inhaltlich: //   |
| 6  | Prüfungsform                     | Präsentation / Business-Plan   |
| 7  | Prüfungsvoraussetzungen          | Konzept, Präsentation  |
| 8  | Modulverw. in and. Studiengängen | Nein   |
| 9  | Stellenwert der Note             | siehe PO   |
| 10 | Lehrende/r                       | Christina Zett, Unternehmensberaterin, Gevelsberg  |

PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 4.3**

**Interkulturelle Kommunikation**

Credits	2 CP
Workload	60 h
Kontaktzeit	2 SWS / 24 h
Selbststudium	36 h
Studienphase	Master
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester
Dauer	1 Semester
geplante Gruppengröße	max. 20 Studierende

- |    |                                  |  |
|----|----------------------------------|--|
| 1  | Lehrveranstaltungen              | a) Vorlesung<br>b) Seminar   |
| 2  | Lernergebnisse / Kompetenzen     | Wissen über das Entstehen von individuellen und kollektiven Identitäten, Einsichten über eigenes und fremdes Verhalten und deren Hintergründe, Fähigkeiten, sich über individuelle und kulturelle Grenzen hinweg zu verständigen, zu kooperieren und Arbeitsprozesse aktiv zu gestalten  |
| 3  | Inhalte                          | Mit Bezug auf Architekturthemen und die Arbeitsweise des Architekten werden exemplarisch kulturelle Überschneidungssituationen in nationalen und internationalen Arbeitswelten analysiert, Chancen und Konfliktpotentiale der weltweiten Zusammenarbeit herausgearbeitet und Handlungsstrategien zur Lösung und zur Vorbeugung von Missverständnissen und Konflikten in interkulturellen Verhandlungssituationen entwickelt. |
| 4  | Lehrformen                       | Vorlesungen, Übungen, Einzel- und Gruppenarbeit  |
| 5  | Teilnahmevoraussetzungen         | Formal: //<br>Inhaltlich: //   |
| 6  | Prüfungsform                     | Konzept / Präsentation   |
| 7  | Prüfungsvoraussetzungen          | Teilnahme  |
| 8  | Modulverw. in and. Studiengängen | Nein   |
| 9  | Stellenwert der Note             | siehe PO   |
| 10 | Lehrende/r                       | Claudia Tiesler, Senior Press Officer, Hamburg   |

PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 4.4 Exkursion: Kommunikationsmanagement in der Praxis**

Credits 2 CP  
Workload 60 h  
Kontaktzeit 2 SWS / 24 h  
Selbststudium 36 h

Studienphase Master  
Häufigkeit des Angebots Wintersemester  
Dauer 1 Semester  
geplante Gruppengröße max. 20 Studierende

1	Lehrveranstaltungen	a) Vorlesung b) Seminar c) Exkursion
2	Lernergebnisse / Kompetenzen	Kenntnis verschiedener Berufsbilder in Architekturvermittlung und Media Management, Aufbau eines persönlichen Netzwerks in der Branche
3	Inhalte	Im Sinne einer praxisorientierten Lehre führen eine oder mehrere Kurz-exkursionen an Orte der Architekturvermittlung und des Media Managements, z.B. in Redaktionen, Galerien, Messen, Marketingabteilungen, PR-Agenturen oder in Kommunikationsabteilungen von Architekturbüros. Persönliche Begegnungen mit Profis in der Praxis eröffnen vertiefende Einblicke in die spezifische Arbeitswelt der Architekturkommunikation und bilden den Auftakt zum Aufbau eines eigenen Netzwerks in der Szene.
4	Lehrformen	Seminare, Exkursion
5	Teilnahmevoraussetzungen	Formal: // Inhaltlich: //
6	Prüfungsform	Referat
7	Prüfungsvoraussetzungen	Teilnahme
8	Modulverw. in and. Studiengängen	Nein
9	Stellenwert der Note	siehe PO
10	Lehrende/r	Prof. Jan R. Krause, Head of Master AMM Architektur Media Management, Bochum / Managing Director office for architectural thinking, Berlin

PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 5.1**

**Methodik wissenschaftl. Arbeitens / Thesisvorbereitung**

Credits	2 CP	
Workload	60 h	
Kontaktzeit	2 SWS / 24 h	
Selbststudium	36 h	
Studienphase	Master	
Häufigkeit des Angebots	Sommersemester	
Dauer	1 Semester	
geplante Gruppengröße	max. 20 Studierende	
1	Lehrveranstaltungen	a) Vorlesung b) Seminar
2	Lernergebnisse / Kompetenzen	Kenntnis der wissenschaftlichen Analyse und Konzeption, Kenntnis von Recherchemethoden, Sicherheit im Formulieren von Thesen und im Erstellen von Gliederungen
3	Inhalte	Neben der Vorstellung wissenschaftlicher Arbeitsmethodik im Hinblick auf die Erstellung einer Master-Thesis wird das Thema Literaturrecherche und Literaturrezitation vertieft. Das Seminar dient der Themenfindung eines individuellen Masterthemas.
4	Lehrformen	Vorlesungen, Einzel- und Gruppenarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen	Formal: Sichere Beherrschung der Deutschen Sprache in Wort und Schrift Inhaltlich: //
6	Prüfungsform	Formulierung einer These für die Masterthesis
7	Prüfungsvoraussetzungen	Teilnahme
8	Modulverw. in and. Studiengängen	M 6.1 Masterthesis
9	Stellenwert der Note	siehe PO
10	Lehrende/r	Prof. Jan R. Krause, Head of Master AMM Architektur Media Management, Bochum / Managing Director office for architectural thinking, Berlin Prof. Dr. Andrea Mohnert, Dipl.-Psychologin, Bochum



PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 5.2**

**Mediengeschichte**

Credits 2 CP  
 Workload 60 h  
 Kontaktzeit 2 SWS / 24 h  
 Selbststudium 36 h

Studienphase Master  
 Häufigkeit des Angebots Sommersemester  
 Dauer 1 Semester  
 geplante Gruppengröße max. 20 Studierende

- |    |                                  |  |
|----|----------------------------------|--|
| 1  | Lehrveranstaltungen              | a) Vorlesung<br>b) Seminar   |
| 2  | Lernergebnisse / Kompetenzen     | Kenntnis der Mediengeschichte unter besonderer Berücksichtigung der Fotografie- und Filmgeschichte. Darstellung historischer Mechanismen und Zusammenhänge. Beherrschen einschlägiger Recherche-/Analyse- und Präsentationsmethoden. Textsicherheit im Erstellen wissenschaftlicher Beiträge zu Themen der Mediengeschichte. Rhetorische Sicherheit im Vortrag medienwissenschaftlicher Beiträge   |
| 3  | Inhalte                          | Überblick über die Geschichte der visuellen Kommunikationsmittel von der Venus von Willendorf bis zur Videokunst der Gegenwart. Reduktion der Kultur-, Kunst-, und Mediengeschichte auf Fragen menschlicher Kommunikation. Vergleichende medienwissenschaftliche Analyse der Fotografie- und Filmgeschichte bis hin zu den Neuen Medien der Gegenwart. Erarbeitung medienwissenschaftlicher Recherche-, Analyse- und Präsentationstechniken sowie allgemeiner Methoden wissenschaftlichen Arbeitens. |
| 4  | Lehrformen                       | Vorlesungen, Saalübungen, Einzel- und Gruppenarbeit  |
| 5  | Teilnahmevoraussetzungen         | Formal: //<br>Inhaltlich: Deutsche Rechtschreibung   |
| 6  | Prüfungsform                     | Referat / Präsentation   |
| 7  | Prüfungsvoraussetzungen          | Recherche / Quellenarbeit, Sprachlicher Ausdruck, Gestaltungstechnische Qualität   |
| 8  | Modulverw. in and. Studiengängen | Nein   |
| 9  | Stellenwert der Note             | siehe PO   |
| 10 | Lehrende/r                       | Prof. hon. Dr. Claus Pffingsten, Medienwissenschaftler, Bochum   |

PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 6.1**

**Masterthesis**

Credits 18 CP  
Workload 540 h  
Kontaktzeit 0 SWS / 0 h  
Selbststudium 540 h

Studienphase Master  
Häufigkeit des Angebots Sommersemester  
Dauer 13 Wochen  
geplante Gruppengröße Einzelbearbeitung

- |    |                                  |  |
|----|----------------------------------|--|
| 1  | Lehrveranstaltungen              | 2 Konsultationen   |
| 2  | Lernergebnisse / Kompetenzen     | Kenntnis der wissenschaftlichen Analyse und Konzeption, Kenntnis im Anwenden von Recherchemethoden und Sicherheit im Formulieren von Thesen und Verfassen einer eigenständigen wissenschaftlichen Arbeit   |
| 3  | Inhalte                          | Die Master-Arbeit kann entweder eine konzeptionell-theoretische Ausprägung haben oder eine projektbezogene Konzeptentwicklung darstellen. In jedem Fall muss das Ergebnis der selbstständigen Bearbeitung in Form eines Kolloquiums der Hochschulöffentlichkeit vorgestellt werden. Die Master-Arbeit besteht immer aus einer schriftlichen Ausarbeitung und einem prototypischen Produkt. |
| 4  | Lehrformen                       | Persönliche Einzel- und Gruppengespräche   |
| 5  | Teilnahmevoraussetzungen         | Formal: Bestandene Prüfungen bis auf 6.1<br>Inhaltlich: //   |
| 6  | Prüfungsform                     | Kolloquium   |
| 7  | Prüfungsvoraussetzungen          | Schriftliche Arbeit, Präsentation  |
| 8  | Modulverw. in and. Studiengängen | M 6.2 Masterkolloquium   |
| 9  | Stellenwert der Note             | siehe PO   |
| 10 | Lehrende/r                       | Prof. Jan R. Krause, Head of Master AMM Architektur Media Management, Bochum / Managing Director office for architectural thinking, Berlin<br>Prof. Dr. Andrea Mohnert, Dipl.-Psychologin, Bochum  |
| 11 | Sonstige Informationen           | Prüfungsmodalitäten siehe Prüfungsordnung  |

PO / STO in der Fassung der Änderungsordnungen vom 22.12.2011 (AB Nr. 686) und 10.7.2012

**Modul 6.2**

**Masterkolloquium**

Credits 2 CP  
 Workload 60 h  
 Kontaktzeit 0 SWS / 0 h  
 Selbststudium 0 h

Studienphase Master  
 Häufigkeit des Angebots Sommersemester  
 Dauer 30 Minuten  
 geplante Gruppengröße Einzelbearbeitung

1	Lehrveranstaltungen	keine
2	Lernergebnisse / Kompetenzen	Überzeugende Vorstellung in Vortrag und Präsentation vor Fachpublikum. Angemessene Darstellung einer These und wissenschaftliche Reflexion. Souveräne Reaktion auf Fragen und Einwände.
3	Inhalte	Vorstellung der wesentlichen Erkenntnisse der Masterthesis und der daraus abgeleiteten Produktidee in 20 Minuten. Beantwortung von Fragen / Fachgespräch.
4	Lehrformen	keine
5	Teilnahmevoraussetzungen	Masterthesis
6	Prüfungsform	Vortrag / Präsentation
7	Prüfungsvoraussetzungen	Schriftliche Masterthesis, Produktentwicklung
8	Modulverw. in and. Studiengängen	Nein
9	Stellenwert der Note	siehe PO
10	Lehrende/r	Prof. Jan R. Krause, Head of Master AMM Architektur Media Management, Bochum / Managing Director office for architectural thinking, Berlin Prof. Dr. Andrea Mohnert, Dipl.-Psychologin, Bochum