

M 1 - Visualisierung und Layout	CP
M 1.1 Architekturfotografie + Digitale Bildbearbeitung	2
M 1.2 Layout / DTP / Drucktechnik / Interaktive Medien	5
M 1.3 3D-Visualisierung	2
M 2 - Projektarbeit und Präsentation	
M 2.1 Konzepte temporärer Präsentation (Projektarbeit)	5
M 2.2 Konzepte permanenter Präsentation (Projektarbeit)	5
M 2.3 Projektseminar	2
M 3 - Kommunikation und Strategie	
M 3.1 Fachkommunikation Text / Aufbau Medienlandschaft	4
M 3.2 Zielgruppen-orientierte Kommunikation	2
M 3.3 Produkt- / Dienstleistungsmarketing	3
M 4 - Büromanagement	
M 4.1 Datenarchivierung, Datenmanagement	2
M 4.2 Betriebswirtschaftliche Grundlagen	2
M 4.3 Interkulturelle Kommunikation	2
M 5 - Wissenschafts-Methodik und Geschichte	
M 5.1 Methodik wissenschaftlichen Arbeitens	2
M 5.3 Mediengeschichte	2
M 6 - Thesis	
M 6.1 Master-Thesis / Master-Projekt	20

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 ana-logen und digitalen Bereich geht es vor allem darum, die Grenze kennen zu lernen zwischen eigener Leistbarkeit und der Notwendigkeit professionelle Fotografen einzuschalten. Außerdem werden die technischen Voraussetzungen für die digitale Bildbearbeitung sowie für die Weiterverarbeitung per Layout und 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	Prüfungs-Voraussetzungen	Präsentation / Bildidee / Komposition
8	Modulverw. in and. Studiengängen	Nein
9	Stellenwert der Note	siehe PO
10	Lehrende/r	Jörg Hempel, Architekturfotograf
11	Sonstige Informationen	

PO / STO

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

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

Credits	5 CP
Workload	150 h
Kontaktzeit	4 SWS / 48 h
Selbststudium	102 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 des Layoutens, Grundkenntnisse der Drucktechniken, Grundlagenkenntnisse der Gestaltung interaktiver Medien
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 vermittelt unter Einbeziehung der Bild- und Textelemente, vor allem aber immer zielgerichtet auf bestimmte Aufgaben, Anwendungen und Zielgruppen. Weiterhin werden Grundkenntnisse der Drucktechniken dargestellt und die Grundlagen der Gestaltung interaktiver Medien. Neben Vorlesungen umfassen beide Module praktische Übungen am PC
4	Lehrformen	Vorlesungen, Saalübungen, Einzel- und Gruppenarbeit, Projektarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen	Formal: // Inhaltlich: Photoshop, Indesign, Adobe Creative Suite
6	Prüfungsform	Layout / Präsentation / Online Konzeption
7	Prüfungs-Voraussetzungen	Kreative Konzeption / Präsentation / Realisierungskonzept / Webstruktur
8	Modulverw. in and. Studiengängen	Nein
9	Stellenwert der Note	siehe PO
10	Lehrende/r	Maren Zippel, Graphikdesignerin / Eric Sturm, Webdesigner
11	Sonstige Informationen	

PO / STO

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

Modul 1.3**3D-Visualisierung**

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 | Kenntnis eines professionellen Visualisierungsprogramms, Professionelles Briefing für Visualisierungsdienstleistungen |
| 3 | Inhalte | Während im Basisstudium und im autodidaktischen Bereich nur die Grundkenntnisse der 3D-Visualisierung von CAD-Objekten vermittelt werden können, geht es in diesem Modul darum, die professionellen Methoden und Marktprodukte vorzustellen, sich in ein professionelles Visualisierungsprogramm einzuarbeiten und die Grenzen kennen zu lernen zwischen dem im Beruf selbst Machbaren, dem Einsatz qualifizierter Mitarbeiter und der Vergabe an Spezialisten. Daneben ist hier besonders auch der Aspekt der zielgruppengerechten Darstellung, des zeiteffizienten Einsatzes der 3D-Visualisierung und vor allem die zielgruppengerechte Weiterverarbeitung im Layout, Plot und Druck oder Onlinebereich zu |
| 4 | Lehrformen | Vorlesungen, praktische Übungen am PC, Einzel- und Gruppenarbeit |
| 5 | Teilnahmevoraussetzungen | Formal: //
Inhaltlich: 3D Visualisierungsprogramm |
| 6 | Prüfungsform | Visualisierungsprojekt / Präsentation |
| 7 | Prüfungs-Voraussetzungen | Kreative Konzeption / Präsentation / Realisierungskonzept / Briefing |
| 8 | Modulverw. in and. Studiengängen | Nein |
| 9 | Stellenwert der Note | siehe PO |
| 10 | Lehrende/r | Martin Becker, Architekt |
| 11 | Sonstige Informationen | |

PO / STO

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

Modul 2.1**Konzepte temporärer Präsentation (Projektarbeit)**

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 b) Seminar

2 Lernergebnisse / Kompetenzen

Kenntnis der Messe-, Kongress-, Ausstellungslandschaft, Szenekenntnis der Architektur-Veranstaltungen, Sicherheit in Konzeption und Organisation temporärer Veranstaltungen

3 Inhalte

Ein zentraler Punkt ist die zielorientierte Anwendung der vermittelten Fachkenntnisse aller Module an einem konkreten Praxisprojekt. In diesem Modul steht die temporäre Präsentation im Vordergrund. Dabei werden Strategien kunden- bzw. zielgruppenorientierten Medieneinsatzes anhand möglichst konkreter Aufgabenstellungen praxisgerecht 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: //

Inhaltlich: Organisationstalent

6 Prüfungsform

Text / Layout / Präsentation

7 Prüfungs-Voraussetzungen

Referat / Präsentation / Exposé / Organisations-/Managementqualität

8 Modulverw. in and. Studiengängen

nein

9 Stellenwert der Note

siehe PO

10 Lehrende/r

Prof. Dipl.-Ing Jan R. Krause, Marketing-Manager,
Astrid Bornheim, Ausstellungsarchitektin

11 Sonstige Informationen

Exkursionen: Ausstellungen, Events, Messen

PO / STO

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

Modul 2.2**Konzepte permanenter Präsentation (Projektarbeit)**

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 b) Seminar
2 Lernergebnisse / Kompetenzen	Kenntnis von Corporate Identity und Corporate Design, Szenekenntnis der Markenlandschaft, Sicherheit in Konzeption und Durchsetzung von Unternehmensgestalt
3 Inhalte	Ein zentraler Punkt ist die zielorientierte Anwendung der vermittelten Fachkenntnisse aller Module an einem konkreten Praxisprojekt. In diesem Modul steht die Entwicklung von Konzepten für permanente Präsentation im Vordergrund. Dies kann die Erstellung eines Corporate Design für eine Firma, ein Architekturbüro oder einen Verband sein, aber auch die Gestaltung eines Web-Auftritts. Neben der Marktanalyse sind Kenntnisse der Visualisierung und des Layout zu integrieren. Aber auch Kundenbetreuung, Aktualisierung und Pflege permanenter Präsentationen sind bereits in die Konzeptentwicklung zu integrieren.
4 Lehrformen	Vorlesungen, Saalübungen, Einzel- und Gruppenarbeit, Projektarbeit
5 Teilnahmevoraussetzungen	Formal: // Inhaltlich: Konzeptionelles/Strategisches Denken
6 Prüfungsform	Text / Layout / Präsentation
7 Prüfungs-Voraussetzungen	Referat / Präsentation / Expose / Managementqualität
8 Modulverw. in and. Studiengängen	nein
9 Stellenwert der Note	siehe PO
10 Lehrende/r	Prof. Dipl.-Ing Jan R. Krause, Marketing-Manager
11 Sonstige Informationen	Exkursionen: Ausstellungen, Events, Messen

PO / STO

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

Modul 2.3**Projektseminar (Videopublizistik)**

Credits	2 CP
Workload	60 h
Kontaktzeit	2 SWS / 24 h
Selbststudium	36 h
Studienphase	Master
Häufigkeit des Angebots	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 Anwendung von Visualisierungsmethoden und Illustrationstechniken. 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 im Allgemeinen und unter besonderer Berücksichtigung der redaktionellen Arbeit sowie der Gestaltungstechnik als Voraussetzungen für die Produktion eines Imagefilms 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 Postproduktionstechniken werden in Grundzügen eingeübt und an einem zu erstellenden Imagefilm realisiert. Aufgabe: Erstellen eines Architektur-Imagefilms
4 Lehrformen	Vorlesung, Saalübung: Drehbuch und Storyboarding, Grundkurs Aufnahmetechnik, Grundkurs Postproduktion, Präsentation, Selbstgesteuerte Einzel- und kooperative Gruppenarbeit
5 Teilnahmevoraussetzungen	Formal: // Inhaltlich: Computer, Adobe Premiere (CS3), Videocamcorder, Stativ, Beleuchtungsmittel
6 Prüfungsform	Präsentation eines Imagefilms mit Architekturbezug
7 Prüfungs-Voraussetzungen	Redaktionelle Arbeit/Recherche, Filmidee, Eigenständiger Ansatz, Sprachlicher/visueller Ausdruck/Ästhetik, Gestaltungstechnik, Kommunikationsprozess
8 Modulverw. in and. Studiengängen	Nein
9 Stellenwert der Note	siehe PO
10 Lehrende/r	Dr. Claus Pfingsten, Medienwissenschaftler
11 Sonstige Informationen	

PO / STO

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

Modul 3.1**Aufbau Medienlandschaft / Fachkommunikation**

Credits

4 CP Workload

120 h

Kontaktzeit

3 SWS / 36 h

Selbststudium

84 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; Szenekenntnis der Architektur-Autoren-Textsicherheit im Erstellen journalistischer Beiträge über Architektur

3 Inhalte

Es werden Mechanismen und Zusammenhänge der Medienlandschaft dargestellt, aber auch Einsatzmöglichkeiten, Abhängigkeiten, Reichweiten und Vertriebsstrukturen von Printmedien, Hörfunk, TV und Online- Medien. Ausgehend von der Analyse fachspezifischer Texte liegt ein Schwerpunkt in der Text-Genese in mehreren über das Semester verteilten „Schreibwerkstätten“. Darüber hinaus werden journalistische Textgattungen vorgestellt und angewandt wie Pressemitteilung, Nachricht, Interview, Porträt, Reportage, Kommentar.

4 Lehrformen

Vorlesungen, Saalübungen, Einzel- und Gruppenarbeit, Projektarbeit

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: //

Inhaltlich: Neue Deutsche Rechtschreibung, Softwarekenntnisse Word

6 Prüfungsform

Text / Layout / Präsentation

7 Prüfungs-Voraussetzungen

Referat / Präsentation / Journalistische Texte / Kommunikationsstrategie

8 Modulverw. in and. Studiengängen

nein

9 Stellenwert der Note

siehe PO

10 Lehrende/r

Prof. Dipl.-Ing Jan R. Krause, Architekturjournalist

11 Sonstige Informationen

Exkursionen: Redaktionsbesuche, Pressekonferenzbesuche, PR-Abteilungen

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

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 entsprechend anforderungsorientiert 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 Architektur relevanter 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. Berücksichtigt werden darüber hinaus theoretische Ansätze zur Argumentation und Ergebnisse der

4 Lehrformen

Seminaristische Vorlesung, Übungen

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: //

Inhaltlich: //

6 Prüfungsform

Testat

7 Prüfungs-Voraussetzungen

aktive Teilnahme

8 Modulverw. in and. Studiengängen

nein

9 Stellenwert der Note

siehe PO

10 Lehrende/r

Prof. Dr. Andrea Mohnert, Dipl.-Psychologin

11 Sonstige Informationen

PO / STO

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

Modul 3.3**Produkt-/Dienstleistungsmarketing**

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
b) Seminar |
| 2 | Lernergebnisse / Kompetenzen | Kenntnis der Marketingmethoden, Szenekenntnis der Agenturlandschaft- Sicherheit im Erstellen strategischer und operativer Marketingkonzepte |
| 3 | Inhalte | Vermittlung der wesentlichen Prinzipien effektiven Marketings unter gestalterischen, soziologischen und betriebswirtschaftlichen Perspektiven - schwerpunktmäßig bezogen auf das Marketing von Planungs- und Dienstleistungen. 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: //
Inhaltlich: Softwarekenntnisse Excel, Powerpoint |
| 6 | Prüfungsform | Text / Layout / Präsentation |
| 7 | Prüfungs-Voraussetzungen | Referat / Präsentation / Exposé / Marketingkonzept |
| 8 | Modulverw. in and. Studiengängen | nein |
| 9 | Stellenwert der Note | siehe PO |
| 10 | Lehrende/r | Prof. Dipl.-Ing Jan R. Krause, Marketing-Manager |
| 11 | Sonstige Informationen | Exkursionen: Messen, Kongresse, Ausstellungen |

PO / STO

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

Modul 4.1

Datenmanagement / Datenarchivierung

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

Überblickswissen Datenmanagement, Datenmanagementstrukturen und -systeme

3 Inhalte

Ein wichtiges Thema des Medieneinsatzes in Büros, Firmen, Organisationen ist neben der Datenerzeugung die Datenarchivierung und das Datenmanagement. Dies umfasst nicht nur die technische Seite, sondern auch die Thematik der Einführung von Medien in Personalstrukturen, der Einarbeitung und Fortbildung, der Motivation etc. Hinzu kommen Strategien zur zeiteffizienten Verfügbarmachung von Daten, dem „Abgreifen-Können“ für zielgruppenorientierte Anwendungen, außerdem die Kenntnis externer Datenmanagement-Strukturen, um beispielsweise Daten effizient im Netz zur Verfügung zu stellen oder überörtliche Arbeitskooperationen aufbauen und betreiben zu können.

4 Lehrformen

Vorlesung, Seminar, Einzel-/Gruppenarbeit

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: //

Inhaltlich: Excel, Access

6 Prüfungsform

Teilnahmebescheinigung

7 Prüfungs-Voraussetzungen

schriftliche Ausarbeitung

8 Modulverw. in and. Studiengängen

nein

9 Stellenwert der Note

siehe PO

10 Lehrende/r

Prof. Dipl.-Ing. Harald Gatermann, Architekt

11 Sonstige Informationen

Exkursion: Messen / Kongresse

PO / STO

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

Modul 4.2**Betriebswirtschaftliche Grundlagen, Gründungsaspekte**

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

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 / Fremdbezug) 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, um einen Business-Plan „aus einem Guss“ zu erstellen. 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. Zeitmanagement und Rhetorik werden ebenfalls thematisiert.

4 Lehrformen

Vorlesung, Seminar, Einzel-/Gruppenarbeit

5 Teilnahmevoraussetzungen

Formal: //

Inhaltlich: Word, Deutsche Rechtschreibung, Powerpoint, Laptop

6 Prüfungsform

Präsentation / Business-Plan

7 Prüfungs-Voraussetzungen

Konzept, Präsentation, Medieneinsatz

8 Modulverw. in and. Studiengängen

nein

9 Stellenwert der Note

siehe PO

10 Lehrende/r

Dr. Stefanie Rabbe, Unternehmensberaterin

11 Sonstige Informationen

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
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 Inhalte und Methoden der Kultur- und
Sprachwissenschaften, der Arbeits- und Organisationspsychologie
sowie der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften 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 | Lehrvortrag und Diskussion, Fallstudien, Rollenspiele, Simulationen und
Übungen in Einzel- und Gruppenarbeit |
| 5 | Teilnahmevoraussetzungen | Formal: //
Inhaltlich: // |
| 6 | Prüfungsform | Klausur |
| 7 | Prüfungs-Voraussetzungen | Pflichtteilnahme an den Veranstaltungen und aktive Teilnahme an der
Entwicklung des Themas durch: Literaturbearbeitung, Vorbereitung von
Fallstudien und Übungen, eigene Vortragsbeiträge und Präsentationen,
Beteiligung an Rollenspielen, Simulationen |
| 8 | Modulverw. in and. Studiengängen | nein |
| 9 | Stellenwert der Note | siehe PO |
| 10 | Lehrende/r | Prof. Dr. rer. pol. Hannelore Küpers, Kulturwissenschaftlerin |
| 11 | Sonstige Informationen | |

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. Ein weiteres Thema ist die Kenntnisvermittlung im Hinblick auf Sekundärliteratur und die Mechanismen internationaler wissenschaftlicher Kongresse und deren Publikationen
4 Lehrformen	Vorlesungen, Einzel- und Gruppenarbeit
5 Teilnahmevoraussetzungen	Formal: // Inhaltlich: //
6 Prüfungsform	Teilnahmebescheinigung
7 Prüfungs-Voraussetzungen	Aktive Teilnahme
8 Modulverw. in and. Studiengängen	nein
9 Stellenwert der Note	siehe PO
10 Lehrende/r	Prof. Dipl.-Ing Jan R. Krause, Medien-Manager
11 Sonstige Informationen	Exkursionen: Kongresse, Symposien, Bibliotheken

PO / STO

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

Modul 5.3**Mediengeschichte**

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	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. Erarbeitete Inhalte und Methoden finden Eingang in die Aufgabe mit abschließender Präsentation.
4 Lehrformen	Bild- und Filmanalyseanalyse, Saalübung: Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens. Präsentation, Selbstgesteuerte Einzel- und kooperative Gruppenarbeit
5 Teilnahmevoraussetzungen	Formal: // Inhaltlich: Powerpoint, Computer/Scanner, Deutsche Rechtschreibung
6 Prüfungsform	Präsentation einer medienwissenschaftlichen Arbeit
7 Prüfungs-Voraussetzungen	Recherche/Quellenarbeit, Sprachlicher Ausdruck, Gestaltungstechnische Qualität
8 Modulverw. in and. Studiengängen	nein
9 Stellenwert der Note	siehe PO
10 Lehrende/r	Dr. Claus Pfingsten, Medienwissenschaftler
11 Sonstige Informationen	Exkursionen: Ausstellungen, Atelierbesuch

PO / STO

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

Modul 6.1**Masterthesis / Masterprojekt**

Credits 20 CP
 Workload 600 h
 Kontaktzeit 0 SWS / 0 h
 Selbststudium 600 h

Studienphase Master
 Häufigkeit des Angebots Sommersemester
 Dauer 12 Wochen
 geplante Gruppengröße Einzelbearbeitung

- | | | |
|----|----------------------------------|---|
| 1 | Lehrveranstaltungen | keine (nur Ausgabe des Themas, Einführung) |
| 2 | Lernergebnisse / Kompetenzen | Kenntnis der wissenschaftlichen Analyse und Konzeption
Kenntnis im Anwenden von Recherchemethoden
Sicherheit im Formulieren von Thesen und im Erstellen von Gliederungen |
| 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 zwölf-wöchigen Bearbeitung in Form eines Kolloquiums der Hochschulöffentlichkeit vorgestellt werden. Die Master-Arbeit besteht immer aus einer schriftlicher Ausarbeitung und einem prototypischen Produkt. |
| 4 | Lehrformen | Persönliche Einzel- und Gruppengespräche |
| 5 | Teilnahmevoraussetzungen | Formal: Bestandene Prüfungen bis auf 6.1 (siehe PO)
Inhaltlich: // |
| 6 | Prüfungsform | Kolloquium |
| 7 | Prüfungs-Voraussetzungen | Schriftliche Arbeit, Präsentation, Ausstellung |
| 8 | Modulverw. in and. Studiengängen | nein |
| 9 | Stellenwert der Note | siehe PO |
| 10 | Lehrende/r | Prof. Dipl.-Ing Jan R. Krause, Prof. Dipl.-Ing. Harald Gatermann,
Prof. Dr. Andrea Mohnert |
| 11 | Sonstige Informationen | Prüfungsmodalitäten siehe Prüfungsordnung |