



Modulhandbuch

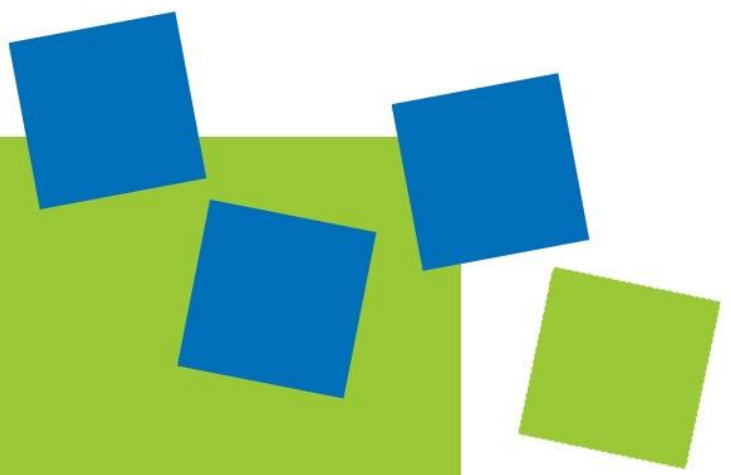
Multimediale Medienproduktion - Master

SPO MMP/HSAN-20222 (2022)

Fakultät Medien

Sommersemester 2025

Stand: März 2025



Inhalt

Vorstellung Studiengang

Multimediale Medienproduktion.....	3
------------------------------------	---

Modulbeschreibungen

Fachliche Pflichtmodule

Zentrales Projektmodul 1	5
Zentrales Projektmodul 2	10
Zentrales Projektmodul 3	14
Projektspezifische Kompetenzen 1	18
Projektspezifische Kompetenzen 2	21
Soft Skills 1 - Krisenkommunikation	23
Soft Skills 2 - Interview/Moderation unter Livebedingungen	25
Additional Skills 1 - Rhetorik Reloaded.....	27
Additional Skills 2 - Charisma in Führungspositionen	29

Zukunftsorientiertes Wahlpflichtmodul

Digitales Storytelling.....	31
-----------------------------	----

Allgemeines Wahlpflichtmodul

eLearning.....	33
----------------	----

Masterarbeit

Masterarbeit.....	35
-------------------	----

Multimediale Medienproduktion

Kurzform:	MMP	SPO-Nr.:	MMP/HSAN-20222
Studiengangleitung:	Prof. M.A. Renate Hermann		
Studienfachberatung:	Prof. M.A. Renate Hermann		
ECTS:	90 Punkte		
Regelstudienzeit:	3 Semester		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang MMP		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Medienproduktion		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Der Masterstudiengang Multimediale Medienproduktion bietet eine wissenschaftliche, anwendungs- und projektorientierte Ausbildung. Mediale Innovationen, die Beherrschung digitaler Technologien und wirtschaftswissenschaftliche Aspekte der Medienproduktion bilden die Säulen der Studiums. Ziel des MMP-Masters ist es, qualifizierte Medienexperten auszubilden, die im Bachelorstudium bereits handwerkliche und technische Kenntnisse über verschiedene Medienplattformen erworben haben und im Masterstudium in anwendungsorientierten Projekten ihre Fach-/Methoden-, Handlungs- und Sozialkompetenzen weiterentwickeln und innovative Medienformate konzipieren und realisieren. Der Studiengang bietet ein weites Spektrum an Vertiefungsmöglichkeiten - sowohl thematisch wie auch gestalterisch. Die Modulinhalt sind besonders auf die Anforderungen einer sich rasch verändernden und zunehmend differenzierteren, multimedialen Kommunikations- und Informationswelt abgestimmt. Sämtliche Module sind vom wissenschaftlichen Anforderungsprofil her für das Masterstudium bestimmt und setzen einen BA Abschluss voraus. Im Fokus der großangelegten Zentralen Projektmodule steht die Struktur einer Lehrredaktion und –produktion sowie die Konzeption, bzw. Realisation von Multimediaprojekten, durch die die Studierenden neben den Fachkompetenzen auch Kompetenzen bzgl. projektorientiertem Arbeiten sowie Teamfähigkeit trainieren und erwerben. In kleinen Gruppen, in modern ausgestatteten Laboren (Redaktionswerkstatt, TV-Studio, Ton-Studio, Foto-Studio sowie Labore für Videoschnitt und Computer- und Layoutgrafik) lernen die Studierenden professionelle Standards der Hard- und Software und realitätsnahe Redaktions- oder Produktionsabläufe kennen. Die Studierenden sind in der Lage, die im Masterstudium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich der Konzeption, Pilotierung und Produktion eines Projekts/ Vorhabens einzusetzen und sind für Führungspositionen qualifiziert. Auf freiwilliger Basis ist der zusätzliche Erwerb eines Business-Coach-Zertifikats möglich. Der Masterabschluss ist ein wissenschaftlicher Abschluss, der zu einem Promotionsstudium berechtigt.			

Inhalt:

Die Regelstudienzeit im Masterstudiengang „Multimediale Medienproduktion“ beträgt 3 Semester.

Folgende Module sind zu belegen:

- Zentrales Projektmodul 1 (15 ECTS)
- Zentrales Projektmodul 2 (15 ECTS)
- Zentrales Projektmodul 3 (15 ECTS)
- Projektspezifische Kompetenzen 1- Projektmanagement (5 ECTS)
- Projektspezifische Kompetenzen 2- Strategisches Themen- u. Organisationsmanagement in Redaktionen, Wissenschaftliches Arbeiten (5 ECTS)
- Additional Skills 1- Rhetorik Reloaded (2,5 ECTS)
- Additional Skills 2- Charisma in Führungspositionen (2,5 ECTS)
- Soft Skills 1- Krisenkommunikation (2,5 ECTS)
- Soft Skills 2- Interview/Moderation unter Livebedingungen (2,5 ECTS)
- Zukunftsorientiertes Wahlpflichtmodul- Digitales Storytelling (5 ECTS)
- Wahlpflichtmodul eLearning (5 ECTS)
- Masterarbeit (15 ECTS)

Abkürzungen:

schrP = schriftliche Prüfung; mdIP = mündliche Prüfung; Ref = Referat; Pr = Praktikum; PrA = Projektarbeit; SU = Seminaristischer Unterricht; Ü = Übungen; MAr = Masterarbeit; o. = oder

Abschluss / Akademischer Grad:

Master of Arts, Kurzform: „M.A.“

Zentrales Projektmodul 1

Modulkürzel:	Zentrales Projektmodul 1	SPO-Nr.:	MMP/HSAN-20222
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Medienproduktion - Master	1	
Modulverantwortliche(r):	Prof. M.A. Hermann, Renate Prof. Dr. Pöpel, Cornelius		
Dozent/in:	Prof. M.A. Hermann, Renate Prof. Dr. Pöpel, Cornelius		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	15 ECTS / 12 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	180 h	
	Web-Based-Training:	0 h	
	Selbststudium:	270 h	
	Gesamtaufwand:	450 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrformen des Moduls:	Projekt		
Teilnahmevoraussetzung:	Keine		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Medienproduktion		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Die Zentralen Projektmodule des Masterstudiums dienen zur weiteren Stärkung des eigenen Profils der Studierenden, zur weiteren Spezialisierung und vor allen Dingen zum Erwerb von praktischen Erfahrungswerten, wie sie in der Berufswelt von Medienunternehmen, in Redaktionen oder PR-Abteilungen von jungen Medienschaffenden und in der projektbezogenen Entwicklung, vor allem in Führungspositionen, erwartet werden. Die Teamarbeit in Lehrredaktionen und -produktionen mit entsprechenden Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten steht im Fokus der Zentralen Projektmodule. Die laufende Produktion von Beiträgen für Print-, Online-, Audio-, TV- oder Social-Media-Plattformen mit ihrer sinnhaften, mehrwertigen Verknüpfung (Crossmediales Publizieren oder Crossmediales Marketing) liefert wichtige Erfahrungswerte für die berufliche Zukunft - vor allem durch die Simulation realitätsnaher Redaktions- oder Produktionsabläufe. Die betreuenden Professoren/Dozenten wirken moderierend, als Mentoren und Coaches im Sinne von CVDs („Chef vom Dienst“) und bleiben die letzte verantwortliche Instanz zur Sicherstellung der Veröffentlichungsfähigkeit der erbrachten Leistungen. Zudem vermitteln die Zentralen Projektmodule die wissenschaftliche Kompetenz, medienrelevante Themen zu analysieren und Schlussfolgerungen für deren Umsetzung zu ziehen, sowie die analytischen und systematischen Fähigkeiten, unternehmerische Entscheidungsprozesse zu begründen. Die erlernten Fachkenntnisse, kombiniert mit theoretischen Modellen und besonderen, fachspezifischen Arbeitstechniken, werden durch die Arbeit in Teams und mit vielfach hoher Eigenverantwortung zur Realisierung des zuvor erstellten Konzepts bei der Produktion erfolgreich eingesetzt.			

Im Zentralen Projektmodul 1 haben die Studierenden gleich zum Studienstart die Möglichkeit, Methoden und Fertigkeiten, die in den parallel stattfindenden Modulen im Bereich der Softskills, Additional Skills oder im Projektmanagement erworben werden in die Praxis umzusetzen und direkt im ausgewählten Medienprojekt anzuwenden. Fähigkeiten und Kenntnisse, die sie aus ihrem Grundstudium (BA) mitbringen, können dabei ebenfalls praktisch und methodisch vertieft werden.

Fach- und Methodenkompetenz:

Die Studierenden...

- kennen Multimediatechnologien und deren Anwendung,
- kennen unterschiedliche Konzepte multimedialer Kommunikation,
- können mit wissenschaftlichen Methoden komplexe Aufgabenstellungen erkennen und analysieren,
- setzen die im Studium erworbenen Arbeits-, Strategie-, Gestaltungs- und Präsentationstechniken zur Lösungsfindung ein.

Handlungskompetenz:

Die Studierenden...

- sind in der Lage, einfachere multimediale Projekte und die dazugehörigen Prozesse zu planen, zu gestalten und umzusetzen,
- können grundlegende Methoden der Evaluation und Ergebniskontrolle auf konkrete Projekte anwenden,
- besitzen grundlegende Fertigkeiten im Umgang mit Programmen zur technischen und grafischen Erstellung von Medienprojekten.

Sozialkompetenz:

Die Studierenden...

- haben Leitungs- und Koordinationskompetenzen für einfache Projekte,
- vertiefen Schlüsselkompetenzen wie Team- und Kooperationsfähigkeit, Eigenverantwortung, Konfliktmanagement.

Inhalt:

Realisierung eines realen Medienprojektes

In den Zentralen Projektmodulen werden vor allem Studienprojekte realisiert, die einen starken Anwendungsbezug haben. Die Studierenden können sich, je nach individueller Schwerpunktausrichtung, dafür entscheiden, über ein, zwei oder drei Semester im gleichen Projektmodul zu bleiben. Wechsel in andere Themen- oder multimediale Aufgabengebiete sind ebenfalls möglich. Im Studiengang MMP können die Studierenden selbst entscheiden, ob sie sich innerhalb ihres Masterstudiums inhaltlich stark auf ein ausgewähltes Themengebiet spezialisieren, oder das Spektrum der Qualifikationen sowohl thematisch (z.B. Politik, Wirtschaft, Sport, Medizin, Kultur, Umwelt) als auch fachlich (z.B. Text, Videoproduktion, Audio, Fotografie, Medientechnik, Animation etc.) breiter anlegen möchten.

Beispiele für aktuelle und vergangene Zentrale Projektmodule:

Die Auswahl an Zentralen Projektmodulen variiert von Semester zu Semester. Im Folgenden sind einige Module aufgeführt, die bereits von MMP-Studierenden durchgeführt wurden. Ebenfalls ist es möglich, in Absprache mit den betreuenden Professoren eigene Projekte durchzuführen.

Onlineportal FrankenSein

FrankenSein ist ein multimediales, journalistisches Onlineportal, das von einer Redaktion aus MMP-Studierenden betrieben wird. Veröffentlicht werden Beiträge zu vielfältigen Themen aus der Region Westmittelfranken. Die Studierenden übernehmen die Organisation des Projektes, kümmern sich um Website und Social-Media-Kanäle. Zu gesellschaftlich besonders relevanten Themen planen sie Veranstaltungen und machen Erfahrungen im multimedialen Eventmanagement. Von Vermarktung und Werbemitteln bis zur inhaltlichen Ausrichtung des Portals liegt die Verantwortung ganz bei der Redaktion. Sie produziert multimediale Beiträge, begleitet aber auch Bachelorstudierende bei der Produktion eigener Artikel für die Website.

Studierende, die ihr ZPM im multi- und crossmedialen Onlinejournalismus absolvieren, tun dies in der Konzeption mithilfe von Methoden wie Design Thinking und in Kenntnis der Kriterien eines guten User Interface Designs. Ihre Zielgruppen und deren Interessen ermitteln sie anhand unterschiedlicher empirischer Methoden (qualitativ/quantitativ) und kennen effiziente Kommunikationsstrategien im crossmedialen Marketing. Sie beherrschen Recherche- und Interviewtechniken, halten sich an journalistisch-ethische Leitlinien (gemäß Pressekodex) beim Publizieren, und tun dies formal angepasst an die Medienplattformen Internet oder Social Media (nach den Kriterien für non-lineares Schreiben). Sie realisieren die Websites unter Berücksichtigung von Erkenntnissen aus der Online-Forschung (u.a. Wahrnehmungs- und Gedächtnispsychologie, User Verhalten, Kommunikationsdesign). Sie können darüberhinaus handwerklich-technisch einwandfreie Videopodcasts produzieren, angefangen von der Planung (Location Scouting, Treatment, Drehbucherstellung) bis zur Umsetzung (Dreharbeiten, Schnitt, Vertonung, ColourGrading) und Veröffentlichung (Upload) unter TV-journalistischen Maßgaben. Sie können mit kollaborativen digitalen Planungstools Redaktionsabläufe effizienter gestalten und entwickeln im Laufe Ihres Studiums zunehmend Führungsqualitäten.

MediaLab Ansbach

Das MediaLab Ansbach bietet MMP-Studierenden die Möglichkeit, an einem eigenen innovativen Medienprojekt zu arbeiten. Dabei gehen die Studierenden nach dem Prinzip des sogenannten Double Diamond vor, das heißt, sie definieren zunächst ein bestimmtes Problem im Medienbereich, welches sie anschließend mit einem Prototyp zu lösen versuchen.

WikliNathi - Untersuchung eines Langzeitdatensatzes von first Order Ambisonics-Aufnahmen aus einem lokalen Naturschutzgebiet

Das Projekt „Wie klingt Natur hier?“ (WikliNathi) ist dem Gebiet der Natursoundscapes und der akustischen Ökologie, die die Klänge der Umwelt erforscht und dokumentiert, zuzuordnen. Das WikliNathi-Team erforscht Fragen zur Rolle und Funktion von Klang und zur Wahrnehmung von Klang, um ein tieferes Verständnis von Ort, Präsenz, Zugehörigkeit und Nachhaltigkeit zu gewinnen.

Das Team hat mit über 75. Aufnahmen bereits eine der weltweit größten Datenbanken mit 3D-Sound-Feldaufnahmen eines einzigen Ortes aufgebaut und plant, diese in den kommenden Jahren weiter auszubauen. Seit Oktober 2017 werden monatlich je eine zweistündige first Order Ambisonic Aufnahme an ein und derselben Stelle im Naturschutzgebiet Vogelsinsel am Altmühlsee aufgezeichnet.

Es wird erwartet, dass die Tonaufnahmen im Laufe der Zeit eine wichtige Quelle zur Darlegung von Veränderungen in der Klanglandschaft und die Anpassung der Arten darstellen und die Bedeutung der akustischen Umwelt für die Tierwelt und unsere Gemeinschaft sowie für die soziale und globale Gesundheit zeigen werden. Wir wollen auch der Frage nachgehen, welchen Einfluss der Klimawandel auf den Klang der Natur hat.

Dieses Projekt findet in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Bernd Edler und Prof. Dr. Nils Peters von den Audiolabs der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg statt. Gemeinsam werden Verfahren zur vertieften Analyse der Tonaufnahmen entwickelt und angewendet. Weiterhin werden die Aufnahmen mit 360° Videoshots verknüpft und das audiovisuelle Material ausserdem für Zwecke der Naturpädagogik verwertet. Die Auswahl dieses ZPM-Themas bietet also die Möglichkeit, in angewandter Forschung oder in multimedialer Entwicklung in Verbindung von Medien und Natur tätig zu sein.

Fragestellung:

Welche Klänge finden wir in einer Natursoundscape in Bezug auf Biophonie, Geophonie und Anthropophonie?

Methodik:

Anwendung von KI-basierter Klang- und Tierstimmen Erkennung. Anwendung von algorithmischen Frequenzspektrumsanalyse, händisches Tagging der Nautrsoundscapes, Auswertung mittels statistischer Verfahren

Problemstellung:

Es fehlen geeignete Untersuchungsmethoden resp. erweiterte Analysemethoden zur Feststellung von klanglichen Veränderungen in einer Natur-Soundscape

Methodik:

Zeitbasierte Synchronisation händischer Tagginglisten mit FFT-basierten Methoden des Spectral-Flatness-Measure. Parametrisierung des Algorithmus FFT-Spectral-Flatness-Measure. Justieren der Parameter im Hinblick auf jeweils zu suchende Klangmerkmale. Herstellen von Korrelationen zwischen händischem Taggingresultaten und algorithmischer Klangerkennung

Fragestellung:

Wie kann eine Website aufgebaut werden, welche das WikliNathi-Projekt für die weltweite Wissenschaftscommunity der Bioakustik sichtbar macht und die bereits gewonnenen Daten entsprechend der guten wissenschaftlichen Praxis und eines gelungenen Forschungsdatenmanagements der Forschungscommunity zur Verfügung stellt?

Methodik:

Anwendung der im MMP-Master gelernten Vorgehensweisen und Analysemethoden zur Entwicklung von gelungener crossmedialer Kommunikation via Webauftritt. Analyse Nutzererfahrung mit Methoden aus dem UX-Design. Update der Website anhand der Ergebnisse der Analyse. Einarbeitung in das professionelle Forschungsdatenmanagement. Implementation der Nutzerabfragen und des Backends zur Bereitstellung der Forschungsdaten.

ILERo - Naturerlebnis auf Station

ILERo (Immersive Listening Experience Room) ist ein sechseckiger Raum für immersive Audioerfahrung. Er bietet neben einem 360-Grad-Bildschirm ein virtuelles Klangerlebnis aus 14 Lautsprechern. An der Geriatrischen Reha am Kreisklinikum in Roth wurde erforscht, inwiefern sich ein Naturerlebnis mit Rundumbild und virtuellen Naturgeräuschen im ILERo auf die Genesung von Patient*innen auswirkt. MMP-Studierende waren an der Entwicklung dieses Raumes und der Durchführung und Auswertung der wissenschaftlichen Studie beteiligt.

Extrem im Netz – Eine Kampagne für klicksafe.de

Studierende des Masterstudiengangs Multimediale Medienproduktion produzierten 2016 drei Videospots für die EU-Initiative Klicksafe. Unter dem Motto „Extrem im Netz“ warnen die Clips vor den Folgen von Hatespeech im Internet.

MediaMind

MediaMind war ein gemeinsames Projekt aller Medienstudiengänge der Hochschule Ansbach. Die Studierenden erarbeiteten innerhalb eines Semesters ein digitales Produkt zu einem selbstgewählten Thema. Aktuelle Trends im digitalen Erzählen sollten dabei kreativ genutzt werden. Die Redaktion wurde von Masterstudierenden geleitet.

Studien- / Prüfungsleistungen:
Projektarbeit
Vergabe von Leistungspunkten:
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Aktuelle Literatur wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben. Weiterführende Literatur: • Simon Sturm (2013): Digitales Storytelling: Eine Einführung in neue Formen des Qualitätsjournalismus. Springer VS. • Barbara Witte, Martin Ulrich (2014): Multimediales Erzählen. UVK Verlagsgesellschaft. • Karen Collins, Bill Kapralos, Holly Tessler (2017): The Oxford handbook of interactive audio. Oxford University Press. • Michael Lewrick, Patrick Link, Larry Leifer, Nadia Langensand (2018): Das Design Thinking Playbook mit traditionellen, aktuellen und zukünftigen Erfolgsfaktoren. Vahlen • Niklas Mahrtdt (2024) : CrossScience - Wissenschaftsblog für Digitales & Marketing (https://media-economics.de/blog/)

Zentrales Projektmodul 2

Modulkürzel:	Zentrales Projektmodul 2	SPO-Nr.:	MMP/HSAN-20222
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Medienproduktion - Master	2	
Modulverantwortliche(r):	Prof. M.A. Hermann, Renate Prof. Dr. Pöpel, Cornelius		
Dozent/in:	Prof. M.A. Hermann, Renate Prof. Dr. Pöpel, Cornelius		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	15 ECTS / 12 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	180 h	
	Web-Based-Training:	0 h	
	Selbststudium:	270 h	
	Gesamtaufwand:	450 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrformen des Moduls:	Projekt		
Teilnahmevoraussetzung:	Keine		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Medienproduktion		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Die Zentralen Projektmodule des Masterstudiums dienen zur weiteren Stärkung des eigenen Profils der Studierenden, zur weiteren Spezialisierung und vor allen Dingen zum Erwerb von praktischen Erfahrungswerten, wie sie in der Berufswelt von Medienunternehmen, in Redaktionen oder PR-Abteilungen von jungen Medienschaffenden und in der projektbezogenen Entwicklung, vor allem in Führungspositionen, erwartet werden. Die Teamarbeit in Lehrredaktionen und -produktionen mit entsprechenden Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten steht im Fokus der Zentralen Projektmodule. Die laufende Produktion von Beiträgen für Print-, Online-, Audio-, TV- oder Social-Media-Plattformen mit ihrer sinnhaften, mehrwertigen Verknüpfung (Crossmediales Publizieren oder Crossmediales Marketing) liefert wichtige Erfahrungswerte für die berufliche Zukunft - vor allem durch die Simulation realitätsnaher Redaktions- oder Produktionsabläufe. Die betreuenden Professoren/Dozenten wirken moderierend, als Mentoren und Coaches im Sinne von CVDs („Chef vom Dienst“) und bleiben die letzte verantwortliche Instanz zur Sicherstellung der Veröffentlichungsfähigkeit der erbrachten Leistungen. Zudem vermitteln die Zentralen Projektmodule die wissenschaftliche Kompetenz, medienrelevante Themen zu analysieren und Schlussfolgerungen für deren Umsetzung zu ziehen, sowie die analytischen und systematischen Fähigkeiten, unternehmerische Entscheidungsprozesse zu begründen. Die erlernten Fachkenntnisse, kombiniert mit theoretischen Modellen und besonderen, fachspezifischen Arbeitstechniken, werden durch die Arbeit in Teams und mit vielfach hoher Eigenverantwortung zur Realisierung des zuvor erstellten Konzepts bei der Produktion erfolgreich eingesetzt.			

Im Zentralen Projektmodul 2 können die Studierenden bereits weitere Methoden und Fertigkeiten, die in den parallel stattfindenden Modulen im Bereich der Softskills, Additional Skills oder im Projektmanagement erworben werden in die Praxis umsetzen und direkt im ausgewählten Medienprojekt anwenden. Sie besitzen inzwischen ausgeprägtere Kompetenzen im Bereich des Teambuildings und entwickeln über Ihre Fertigkeiten in den Bereichen der Rhetorik und Moderation zunehmend Führungsqualitäten, beherrschen auch das Krisenmanagement.

Fach- und Methodenkompetenz:

Die Studierenden...

- sind in der Lage, für konkrete Projekte die passenden Multimediatechnologien auszuwählen,
- können unterschiedliche Konzepte multimedialer Kommunikation analysieren und bewerten,
- sind in der Lage, mit wissenschaftlichen Methoden komplexe Aufgabenstellungen zu analysieren und kennen Planungsmethoden zur Umsetzung,
- setzen die im Studium erworbenen Arbeits-, Strategie-, Gestaltungs- und Präsentationstechniken zur Lösungsfindung ein.

Handlungskompetenz:

Die Studierenden...

- sind in der Lage, auch anspruchsvolle multimediale Projekte und die dazugehörigen Prozesse selbstständig zu planen, zu gestalten, umzusetzen und zu betreuen,
- können eigenverantwortlich erweiterte Methoden der Evaluation und Ergebniskontrolle für konkrete Projekte auswählen und anwenden,
- besitzen erweiterte Fertigkeiten im Umgang mit Programmen zur technischen und grafischen Erstellung von Medienprojekten.

Sozialkompetenz:

Die Studierenden...

- haben Leitungs- und Koordinationskompetenzen für anspruchsvollere Projekte,
- vertiefen Schlüsselkompetenzen wie Team- und Kooperationsfähigkeit, Eigenverantwortung, Konfliktmanagement.

Inhalt:

Realisierung eines realen Medienprojektes

In den Zentralen Projektmodulen werden vor allem Studienprojekte realisiert, die einen starken Anwendungsbezug haben. Die Studierenden können sich, je nach individueller Schwerpunktausrichtung, dafür entscheiden, über ein, zwei oder drei Semester im gleichen Projektmodul zu bleiben. Wechsel in andere Themen- oder multimediale Aufgabengebiete sind ebenfalls möglich. Im Studiengang MMP können die Studierenden selbst entscheiden, ob sie sich innerhalb ihres Masterstudiums inhaltlich stark auf ein ausgewähltes Themengebiet spezialisieren, oder das Spektrum der Qualifikationen sowohl thematisch (z.B. Politik, Wirtschaft, Sport, Medizin, Kultur, Umwelt) als auch fachlich (z.B. Text, Videoproduktion, Audio, Fotografie, Medientechnik, Animation etc.) breiter anlegen möchten.

Beispiele für aktuelle und vergangene Zentrale Projektmodule:

Die Auswahl an Zentralen Projektmodulen variiert von Semester zu Semester. Im Folgenden sind einige Module aufgeführt, die bereits von MMP-Studierenden durchgeführt wurden. Ebenfalls ist es möglich, in Absprache mit den betreuenden Professoren eigene Projekte durchzuführen.

Onlineportal FrankenSein

FrankenSein ist ein multimediales, journalistisches Onlineportal, das von einer Redaktion aus MMP-Studierenden betrieben wird. Veröffentlicht werden Beiträge zu vielfältigen Themen aus der Region Westmittelfranken. Die Studierenden übernehmen die Organisation des Projektes, kümmern sich um Website und Social-Media-Kanäle. Zu gesellschaftlich besonders relevanten Themen planen sie Veranstaltungen und machen Erfahrungen im multimedialen Eventmanagement. Von Vermarktung und Werbemitteln bis zur inhaltlichen Ausrichtung des Portals liegt die Verantwortung ganz bei der Redaktion. Sie produziert multimediale Beiträge, begleitet aber auch Bachelorstudierende bei der Produktion eigener Artikel für die Website.

Studierende, die ihr ZPM im multi- und crossmedialen Onlinejournalismus absolvieren, tun dies in der Konzeption mithilfe von Methoden wie Design Thinking und in Kenntnis der Kriterien eines guten User Interface Designs. Ihre Zielgruppen und deren Interessen ermitteln sie anhand unterschiedlicher empirischer Methoden (qualitativ/quantitativ) und kennen effiziente Kommunikationsstrategien im crossmedialen Marketing. Sie beherrschen Recherche- und Interviewtechniken, halten sich an journalistisch-ethische Leitlinien (gemäß Pressekodex) beim Publizieren, und tun dies formal angepasst an die Medienplattformen Internet oder Social Media (nach den Kriterien für non-lineares Schreiben). Sie realisieren die Websites unter Berücksichtigung von Erkenntnissen aus der Online-Forschung (u.a. Wahrnehmungs- und Gedächtnispsychologie, User Verhalten, Kommunikationsdesign). Sie können darüberhinaus handwerklich-technisch einwandfreie Videopodcasts produzieren, angefangen von der Planung (Location Scouting, Treatment, Drehbucherstellung) bis zur Umsetzung (Dreharbeiten, Schnitt, Vertonung, ColourGrading) und Veröffentlichung (Upload) unter TV-journalistischen Maßgaben. Sie können mit kollaborativen digitalen Planungstools Redaktionsabläufe effizienter gestalten und entwickeln im Laufe Ihres Studiums zunehmend Führungsqualitäten.

MediaLab Ansbach

Das MediaLab Ansbach bietet MMP-Studierenden die Möglichkeit, an einem eigenen innovativen Medienprojekt zu arbeiten. Dabei gehen die Studierenden nach dem Prinzip des sogenannten Double Diamond vor, das heißt, sie definieren zunächst ein bestimmtes Problem im Medienbereich, welches sie anschließend mit einem Prototyp zu lösen versuchen.

WikliNathi - Untersuchung eines Langzeitdatensatzes von first Order Ambisonics-Aufnahmen aus einem lokalen Naturschutzgebiet

Das Projekt „Wie klingt Natur hier?“ (WikliNathi) ist dem Gebiet der Natursoundscapes und der akustischen Ökologie, die die Klänge der Umwelt erforscht und dokumentiert, zuzuordnen. Das WikliNathi-Team erforscht Fragen zur Rolle und Funktion von Klang und zur Wahrnehmung von Klang, um ein tieferes Verständnis von Ort, Präsenz, Zugehörigkeit und Nachhaltigkeit zu gewinnen.

Das Team hat mit über 75. Aufnahmen bereits eine der weltweit größten Datenbanken mit 3D-Sound-Feldaufnahmen eines einzigen Ortes aufgebaut und plant, diese in den kommenden Jahren weiter auszubauen. Seit Oktober 2017 werden monatlich je eine zweistündige first Order Ambisonic Aufnahme an ein und derselben Stelle im Naturschutzgebiet Vogelinsel am Altmühlsee aufgezeichnet.

Es wird erwartet, dass die Tonaufnahmen im Laufe der Zeit eine wichtige Quelle zur Darlegung von Veränderungen in der Klanglandschaft und die Anpassung der Arten darstellen und die Bedeutung der akustischen Umwelt für die Tierwelt und unsere Gemeinschaft sowie für die soziale und globale Gesundheit zeigen werden. Wir wollen auch der Frage nachgehen, welchen Einfluss der Klimawandel auf den Klang der Natur hat.

Dieses Projekt findet in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Bernd Edler und Prof. Dr. Nils Peters von den Audiolabs der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg statt. Gemeinsam werden Verfahren zur vertieften Analyse der Tonaufnahmen entwickelt und angewendet. Weiterhin werden die Aufnahmen mit 360° Videoshots verknüpft und das audiovisuelle Material ausserdem für Zwecke der Naturpädagogik verwertet. Die Auswahl dieses ZPM-Themas bietet also die Möglichkeit, in angewandter Forschung oder in multimedialer Entwicklung in Verbindung von Medien und Natur tätig zu sein.

Fortsetzung s. ZPM1

ILERo - Naturerlebnis auf Station

ILERo (Immersive Listening Experience Room) ist ein sechseckiger Raum für immersive Audioerfahrung. Er bietet neben einem 360-Grad-Bildschirm ein virtuelles Klangerlebnis aus 14 Lautsprechern. An der Geriatrischen Reha am Kreisklinikum in Roth wurde erforscht, inwiefern sich ein Naturerlebnis mit Rundumbild und virtuellen Naturgeräuschen im ILERo auf die Genesung von Patient*innen auswirkt. MMP-Studierende waren an der Entwicklung dieses Raumes und der Durchführung und Auswertung der wissenschaftlichen Studie beteiligt.

Extrem im Netz – Eine Kampagne für klicksafe.de

Studierende des Masterstudiengangs Multimediale Medienproduktion produzierten 2016 drei Videospots für die EU-Initiative Klicksafe. Unter dem Motto „Extrem im Netz“ warnen die Clips vor den Folgen von Hatespeech im Internet.

MediaMind

MediaMind war ein gemeinsames Projekt aller Medienstudiengänge der Hochschule Ansbach. Die Studierenden erarbeiteten innerhalb eines Semesters ein digitales Produkt zu einem selbstgewählten Thema. Aktuelle Trends im digitalen Erzählen sollten dabei kreativ genutzt werden. Die Redaktion wurde von Masterstudierenden geleitet.

Studien- / Prüfungsleistungen:

Projektarbeit

Vergabe von Leistungspunkten:

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

Literatur:

Aktuelle Literatur wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Weiterführende Literatur:

- Simon Sturm (2013): Digitales Storytelling: Eine Einführung in neue Formen des Qualitätsjournalismus. Springer VS.
- Barbara Witte, Martin Ulrich (2014): Multimediales Erzählen. UVK Verlagsgesellschaft.
- Karen Collins, Bill Kapralos, Holly Tessler (2017): The Oxford handbook of interactive audio. Oxford University Press.
- Michael Lewrick, Patrick Link, Larry Leifer, Nadia Langensand (2018): Das Design Thinking Playbook mit traditionellen, aktuellen und zukünftigen Erfolgsfaktoren. Vahlen
- Niklas Mahrtdt (2024) : CrossScience - Wissenschaftsblog für Digitales & Marketing (<https://media-economics.de/blog/>)

Zentrales Projektmodul 3

Modulkürzel:	Zentrales Projektmodul 3	SPO-Nr.:	MMP/HSAN-20222
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Medienproduktion - Master	3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. M.A. Hermann, Renate Prof. Dr. Pöpel, Cornelius		
Dozent/in:	Prof. M.A. Hermann, Renate Prof. Dr. Pöpel, Cornelius		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	15 ECTS / 12 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	180 h	
	Web-Based-Training:	0 h	
	Selbststudium:	270 h	
	Gesamtaufwand:	450 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrformen des Moduls:	Projekt		
Teilnahmevoraussetzung:	Keine		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Medienproduktion		

Angestrebte Lernergebnisse:

Die Zentralen Projektmodule des Masterstudiums dienen zur weiteren Stärkung des eigenen Profils der Studierenden, zur weiteren Spezialisierung und vor allen Dingen zum Erwerb von praktischen Erfahrungswerten, wie sie in der Berufswelt von Medienunternehmen, in Redaktionen oder PR-Abteilungen von jungen Medienschaffenden und in der projektbezogenen Entwicklung, vor allem in Führungspositionen, erwartet werden.

Die Teamarbeit in Lehrredaktionen und -produktionen mit entsprechenden Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten steht im Fokus der Zentralen Projektmodule. Die laufende Produktion von Beiträgen für Print-, Online-, Audio-, TV- oder Social-Media-Plattformen mit ihrer sinnhaften, mehrwertigen

Verknüpfung (Crossmediales Publizieren oder Crossmediales Marketing) liefert wichtige Erfahrungswerte für die berufliche Zukunft - vor allem durch die Simulation realitätsnaher Redaktions- oder Produktionsabläufe. Die betreuenden Professoren/Dozenten wirken moderierend, als Mentoren und Coaches im Sinne von CVDs („Chef vom Dienst“) und bleiben die letzte verantwortliche Instanz zur Sicherstellung der Veröffentlichungsfähigkeit der erbrachten Leistungen.

Zudem vermitteln die Zentralen Projektmodule die wissenschaftliche Kompetenz, medienrelevante Themen zu analysieren und Schlussfolgerungen für deren Umsetzung zu ziehen, sowie die analytischen und systematischen Fähigkeiten, unternehmerische Entscheidungsprozesse zu begründen.

Die erlernten Fachkenntnisse, kombiniert mit theoretischen Modellen und besonderen, fachspezifischen Arbeitstechniken, werden durch die Arbeit in Teams und mit vielfach hoher Eigenverantwortung zur Realisierung des zuvor erstellten Konzepts bei der Produktion erfolgreich eingesetzt.

Mit Abwicklung des dritten Zentralen Projektmoduls erweisen sich die Studierenden immer souveräner im Einsatz der erlernten Methoden aus den flankierenden Modulen in den Bereichen der Softskills, der Additional Skills, des Projektmanagements und kennen auch aktuelle Trends im digitalen Storytelling, einschließlich möglicher KI-Nutzungspotentiale. Sie zeichnen sich als Allrounder in Bezug auf die Nutzung verschiedener Medienplattformen aus und kennen die spezifischen Anforderungen, die redaktionelles und multimediales Arbeiten im Print-, Online-, Audio, TV- oder im Mobile-Bereich erfordert. Sie können aber genauso crossmedial, virtuell und interkulturell arbeiten. Darüberhinaus haben Sie praktische Kenntnisse im multimedialen Eventmanagement erworben. Die Studierenden sind in der Lage, die im Masterstudium erworbenen Kenntnisse und Fertigkeiten im Bereich der Konzeption, Pilotierung und Produktion eines Projekts/ Vorhabens routiniert einzusetzen, ihr Vorgehen aufgrund der in anderen Modulen gelegten kommunikationswissenschaftlichen Grundlagen reflektieren und sind für Führungspositionen qualifiziert.

Fach- und Methodenkompetenz:

Die Studierenden...

- sind in der Lage, für konkrete Projekte die passenden Multimediatechnologien auszuwählen und die Umsetzung zu planen,
- können für konkrete Projekte unterschiedliche Konzepte multimedialer Kommunikation analysieren, bewerten und umsetzen,
- können mit wissenschaftlichen Methoden produkt- und serviceorientiert komplexe Aufgabenstellungen erkennen, analysieren und fachübergreifend, ganzheitlich und methodisch lösen,
- setzen die im Studium erworbenen Arbeits-, Strategie-, Gestaltungs- und Präsentationstechniken zur Lösungsfindung ein.

Handlungskompetenz:

Die Studierenden...

- sind in der Lage, komplexe multimediale Projekte und Prozesse selbstständig zu planen, zu gestalten, umzusetzen und zu betreuen,
- können eigenverantwortlich komplexe Methoden der Evaluation und Ergebniskontrolle für konkrete Projekte auswählen und anwenden,
- besitzen professionelle Fertigkeiten im Umgang mit Programmen zur technischen und grafischen Erstellung von Medienprojekten.

Sozialkompetenz:

Die Studierenden...

- vertiefen Schlüsselkompetenzen, wie Team- und Kommunikationsfähigkeit, Konfliktmanagement, Präsentationstechniken,
- haben Leitungs- und Koordinationskompetenzen für komplexe Projekte.

Inhalt:

Realisierung eines realen Medienprojektes

In den Zentralen Projektmodulen werden vor allem Studienprojekte realisiert, die einen starken Anwendungsbezug haben. Die Studierenden können sich, je nach individueller Schwerpunktausrichtung, dafür entscheiden, über ein, zwei oder drei Semester im gleichen Projektmodul zu bleiben. Wechsel in andere Themen- oder multimediale Aufgabengebiete sind ebenfalls möglich. Im Studiengang MMP können die Studierenden selbst entscheiden, ob sie sich innerhalb ihres Masterstudiums inhaltlich stark auf ein ausgewähltes Themengebiet spezialisieren, oder das Spektrum der Qualifikationen sowohl thematisch (z.B. Politik, Wirtschaft, Sport, Medizin, Kultur, Umwelt) als auch fachlich (z.B. Text, Videoproduktion, Audio, Fotografie, Medientechnik, Animation etc.) breiter anlegen möchten.

Beispiele für aktuelle und vergangene Zentrale Projektmodule:

Die Auswahl an Zentralen Projektmodulen variiert von Semester zu Semester. Im Folgenden sind einige Module aufgeführt, die bereits von MMP-Studierenden durchgeführt wurden. Ebenfalls ist es möglich, in Absprache mit den betreuenden Professoren eigene Projekte durchzuführen.

Onlineportal FrankenSein

FrankenSein ist ein multimediales, journalistisches Onlineportal, das von einer Redaktion aus MMP-Studierenden betrieben wird. Veröffentlicht werden Beiträge zu vielfältigen Themen aus der Region Westmittelfranken. Die Studierenden übernehmen die Organisation des Projektes, kümmern sich um Website und Social-Media-Kanäle. Zu gesellschaftlich besonders relevanten Themen planen sie Veranstaltungen und machen Erfahrungen im multimedialen Eventmanagement. Von Vermarktung und Werbemitteln bis zur inhaltlichen Ausrichtung des Portals liegt die Verantwortung ganz bei der Redaktion. Sie produziert multimediale Beiträge, begleitet aber auch Bachelorstudierende bei der Produktion eigener Artikel für die Website.

Studierende, die ihr ZPM im multi- und crossmedialen Onlinejournalismus absolvieren, tun dies in der Konzeption mithilfe von Methoden wie Design Thinking und in Kenntnis der Kriterien eines guten User Interface Designs. Ihre Zielgruppen und deren Interessen ermitteln sie anhand unterschiedlicher empirischer Methoden (qualitativ/quantitativ) und kennen effiziente Kommunikationsstrategien im crossmedialen Marketing. Sie beherrschen Recherche- und Interviewtechniken, halten sich an journalistisch-ethische Leitlinien (gemäß Pressekodex) beim Publizieren und tun dies formal angepasst an die Medienplattformen Internet oder Social Media (nach den Kriterien für non-lineares Schreiben). Sie realisieren die Websites unter Berücksichtigung von Erkenntnissen aus der Online-Forschung (u.a. Wahrnehmungs- und Gedächtnispsychologie, User Verhalten, Kommunikationsdesign). Sie können darüberhinaus handwerklich-technisch einwandfreie Videopodcasts produzieren, anfangen von der Planung (Location Scouting, Treatment, Drehbucherstellung) bis zur Umsetzung (Dreharbeiten, Schnitt, Vertonung, ColourGrading) und Veröffentlichung (Upload) unter TV-journalistischen Maßgaben. Sie können mit kollaborativen digitalen Planungstools Redaktionsabläufe effizienter gestalten und entwickeln im Laufe Ihres Studiums zunehmend Führungsqualitäten.

MediaLab Ansbach

Das MediaLab Ansbach bietet MMP-Studierenden die Möglichkeit, an einem eigenen innovativen Medienprojekt zu arbeiten. Dabei gehen die Studierenden nach dem Prinzip des sogenannten Double Diamond vor, das heißt, sie definieren zunächst ein bestimmtes Problem im Medienbereich, welches sie anschließend mit einem Prototyp zu lösen versuchen.

WikliNathi - Untersuchung eines Langzeitdatensatzes von first Order Ambisonics-Aufnahmen aus einem lokalen Naturschutzgebiet

Das Projekt „Wie klingt Natur hier?“ (WikliNathi) ist dem Gebiet der Natursoundscapes und der akustischen Ökologie, die die Klänge der Umwelt erforscht und dokumentiert, zuzuordnen. Das WikliNathi-Team erforscht Fragen zur Rolle und Funktion von Klang und zur Wahrnehmung von Klang, um ein tieferes Verständnis von Ort, Präsenz, Zugehörigkeit und Nachhaltigkeit zu gewinnen.

Das Team hat mit über 75. Aufnahmen bereits eine der weltweit größten Datenbanken mit 3D-Sound-Feldaufnahmen eines einzigen Ortes aufgebaut und plant, diese in den kommenden Jahren weiter auszubauen. Seit Oktober 2017 werden monatlich je eine zweistündige first Order Ambisonic Aufnahme an ein und derselben Stelle im Naturschutzgebiet Vogelinsel am Altmühlsee aufgezeichnet.

Es wird erwartet, dass die Tonaufnahmen im Laufe der Zeit eine wichtige Quelle zur Darlegung von Veränderungen in der Klanglandschaft und die Anpassung der Arten darstellen und die Bedeutung der akustischen Umwelt für die Tierwelt und unsere Gemeinschaft sowie für die soziale und globale Gesundheit zeigen werden. Wir wollen auch der Frage nachgehen, welchen Einfluss der Klimawandel auf den Klang der Natur hat.

Dieses Projekt findet in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Bernd Edler und Prof. Dr. Nils Peters von den Audiolabs der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg statt. Gemeinsam werden Verfahren zur vertieften Analyse der Tonaufnahmen entwickelt und angewendet. Weiterhin werden die Aufnahmen mit 360° Videoshots verknüpft und das audiovisuelle Material ausserdem für Zwecke der Naturpädagogik verwertet. Die Auswahl dieses ZPM-Themas bietet also die Möglichkeit, in angewandter Forschung oder in multimedialer Entwicklung in Verbindung von Medien und Natur tätig zu sein.

Fortsetzung s. ZPM1

ILERo - Naturerlebnis auf Station

ILERo (Immersive Listening Experience Room) ist ein sechseckiger Raum für immersive Audioerfahrung. Er bietet neben einem 360-Grad-Bildschirm ein virtuelles Klangerlebnis aus 14 Lautsprechern. An der Geriatriischen Reha am Kreisklinikum in Roth wurde erforscht, inwiefern sich ein Naturerlebnis mit Rundumbild und virtuellen Naturgeräuschen im ILERo auf die Genesung von Patient*innen auswirkt. MMP-Studierende waren an der Entwicklung dieses Raumes und der Durchführung und Auswertung der wissenschaftlichen Studie beteiligt.

Extrem im Netz – Eine Kampagne für klicksafe.de

Studierende des Masterstudiengangs Multimediale Medienproduktion produzierten 2016 drei Videospots für die EU-Initiative Klicksafe. Unter dem Motto „Extrem im Netz“ warnen die Clips vor den Folgen von Hatespeech im Internet.

MediaMind

MediaMind war ein gemeinsames Projekt aller Medienstudiengänge der Hochschule Ansbach. Die Studierenden erarbeiteten innerhalb eines Semesters ein digitales Produkt zu einem selbstgewählten Thema. Aktuelle Trends im digitalen Erzählen sollten dabei kreativ genutzt werden. Die Redaktion wurde von Masterstudierenden geleitet.

Studien- / Prüfungsleistungen:

Projektarbeit

Vergabe von Leistungspunkten:

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

Literatur:

Aktuelle Literatur wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.

Weiterführende Literatur:

- Simon Sturm (2013): Digitales Storytelling: Eine Einführung in neue Formen des Qualitätsjournalismus. Springer VS.
- Barbara Witte, Martin Ulrich (2014): Multimediales Erzählen. UVK Verlagsgesellschaft.
- Karen Collins, Bill Kapralos, Holly Tessler (2017): The Oxford handbook of interactive audio. Oxford University Press.
- Michael Lewrick, Patrick Link, Larry Leifer, Nadia Langensand (2018): Das Design Thinking Playbook mit traditionellen, aktuellen und zukünftigen Erfolgsfaktoren. Vahlen
- Niklas Mahrtdt (2024) : CrossScience - Wissenschaftsblog für Digitales & Marketing (<https://media-economics.de/blog/>)

Projektspezifische Kompetenzen 1 (Projektmanagement)

Modulkürzel:	Projektspezifische Kompetenzen 1 - MMP	SPO-Nr.:	MMP/HSAN-20222
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Medienproduktion - Master	1-3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. M.A. Hermann, Renate		
Dozent/in:	LB Bartel, Tobias		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	48 h	
	Web-Based-Training:	0 h	
	Selbststudium:	102 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrformen des Moduls:	seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Keine		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Medienproduktion		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden kennen die Begrifflichkeiten und Methoden des Projektmanagements, der Projektkalkulation, des crossmedialen Projektmarketings und des strategischen Redaktions- und Themenmanagements und haben einen Überblick über die Aufgaben einer Führungsperson in diesen Arbeitsgebieten. Handlungskompetenz: Die Studierenden können verschiedene Organisationsformen von Projekten und Projektstrukturen anwenden. Die allgemeinen Grundlagen des Projektmanagements werden vertieft und auf die speziellen Belange des intermedialen Sektors angewandt. Es erfolgt die Transformation des Basiswissens über das Projektmanagement in die fachspezifischen Anwendungsmodelle mit Fokus auf Rolle, Kompetenzen und Aufgaben des Projektmanagers (PM). Sozialkompetenz: Die Studierenden können gemeinsam mit Teammitgliedern ein Projekt umsetzen und die Ergebnisse präsentieren. Sie stärken ihre Kommunikations- und Teamfähigkeiten und entwickeln Führungsqualitäten.			

Inhalt:*Einführung in das Projektmanagement, Historie und Definition.*

- Grundlagen. Das Dreieck im PM. Multiperspektive von Kunde, Stakeholder, Team und PM.
- VUCA-Welt. Cynefin und Stacey. Medienprojekte im Spannungsfeld: klassisch, hybrid und agil.
- Phasenmodell.
- Rolle des PM.

Zielformulierung im Medienprojekt.

- Von der Vision zum Ziel: Paradigmenfilter, Dynamik und Motivation.
- Dreidimensionale Zieleplanung. Golden Circle, OKR, Zielkreuz.

Projektstrukturplan, Projektablaufplan, Meilensteinplan, GANTT, Canvassing und Agiles Mapping.

- Projektdefinition, Projektauftrag und Projektskizze
- Projektplanung, Projektsteuerung, PSP und PAP.
- Projektabschluss und Know-How-Sicherung.

Chancen und Risiken im Projekt.

- AMPEL. SWOT. Risikomatrix. Scenario-Planning. Cross-Impact-Analysis.

Führung und Teamdynamiken

- Teambuilding und Teamwork (Tuckman)
- Situative Führung (Blanchard/ Hersey)
- Phasen und Formate

RACI

- Dimensionen, Einsatz und Formate.

Persona Modell, Empathy Map und Customer Journey.

- POV und Bedarfe von Team, Stakeholdern, Lieferanten und Kunden.

Retrospektive und Review

- emotional-intuitive und rational-analytische Formate für qualitative Prozesse und Produktion.

KANBAN

- Steuerung in der Leistungserstellung.
- Wirtschaftliche Aspekte, Kalkulation und Serviceklassen.

Kommunikation

- Der überzeugende Pitch
- Meetings produktiv gestalten
- Grundlagen der Gesprächsführung.
- Feedback als Führungsinstrument.

Studien- / Prüfungsleistungen:
Projektarbeit, 15-20 Seiten
Vergabe von Leistungspunkten:
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Weiterführende Literatur: • Helga Meyer, Heinz-Josef Reher (2016): Projektmanagement. Von der Definition über die Projektplanung zum erfolgreichen Abschluss. Springer Fachmedien Wiesbaden. • Daud Alam, Uwe Gühl (2016): Projektmanagement für die Praxis. Ein Leitfaden und Werkzeugkasten für erfolgreiche Projekte. Springer. • https://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/projektmanagement?interstitial (Abgerufen am 9.10.19 um 15:57 Uhr)

Projektspezifische Kompetenzen 2 (wissenschaftliches Arbeiten)

Modulkürzel:	Projektspezifische Kompetenzen 2 - MMP	SPO-Nr.:	MMP/HSAN-20222
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Medienproduktion - Master	1-3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Pöpel, Cornelius		
Dozent/in:	LB Sept, Alexandra		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	48 h	
	Web-Based-Training:	0 h	
	Selbststudium:	102 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrformen des Moduls:	seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Keine		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Medienproduktion		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<u>Wissenschaftliches Arbeiten (2 SWS)</u>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Die Studierenden besitzen Kenntnisse über die Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten. Sie kennen verschiedene Literaturformen, können Recherche-, Lese- und Exzerptionstechniken anwenden und Quellen gemäß der APA-Zitationsweise zitieren. Die Studierenden wissen, wie schriftliche Arbeiten schlüssig und formal korrekt aufgebaut werden. Sie verfügen über Argumentationstechniken und Formulierungen für einen wissenschaftlichen Schreibstil. Sie kennen zudem Möglichkeiten der Erhebung empirischer Daten (insb. qualitativer Interviews) sowie deren Auswertung und Visualisierung.			
Handlungskompetenz:			
Die Studierenden sind in der Lage, eine schriftliche Arbeit in verständlicher Form und nach wissenschaftlichen Maßstäben zu verfassen. Die Studierenden werden zudem zur kritischen Bewertung und Analyse im wissenschaftlichen Diskurs befähigt.			
Sozialkompetenz:			
Die Studierenden trainieren ihr schriftliches Ausdrucksvermögen und damit ihre Kommunikationsfähigkeit gegenüber anderen Menschen. Sie können die Grundlagen des Präsentierens im wissenschaftlichen Plenum umsetzen.			

Kurse des MediaLab Ansbach (2 SWS)

Es sind 2 SWS durch die Teilnahme an Seminaren oder Workshops des MediaLab Ansbach mit einem Workload von insgesamt mindestens 24 Lehrveranstaltungsstunden à 45 Minuten zu erbringen; auf Antrag können auch Angebote aus anderen Studiengängen bzw. aus virtuellen Studienangeboten angerechnet werden.

Inhalt:

- Anforderungen an wissenschaftliches Arbeiten
- Themenfindung und –eingrenzung
- Methoden der Erkenntnisgewinnung
- Techniken der Literaturrecherche
- Lesen und Exzerpieren
- Aufbau und Gliederung einer wissenschaftlichen Arbeit
- Richtig zitieren nach APA
- Wissenschaftliches Schreiben und Wissenschaftssprache
- Daten visualisieren

Studien- / Prüfungsleistungen:

Projektarbeit und Teilnahme

Vergabe von Leistungspunkten:

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

Literatur:

- Manschwetus, U. (2016). Ratgeber wissenschaftliches Arbeiten. Lüneburg: Thurm Verlag.
- Dahinden, U., Sturzenegger, S. & Neuroni, A. C. (2014). Wissenschaftliches Arbeiten in der Kommunikationswissenschaft. Bern: Haupt
- Weitere Literatur wird im Seminar bekannt gegeben

Soft Skills 1 (Krisenkommunikation)

Modulkürzel:	Krisenkommunikation	SPO-Nr.:	MMP/HSAN-20222
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Medienproduktion - Master	1-3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. M.A. Hermann, Renate		
Dozent/in:	LB Albrecht, Christian		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2,5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	24 h	
	Web-Based-Training:	0 h	
	Selbststudium:	51 h	
	Gesamtaufwand:	75 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrformen des Moduls:	seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Keine		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Medienproduktion		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden erwerben umfassende Fach- und Methodenkompetenzen, um in Krisensituationen adäquat agieren zu können. Sie setzen sich mit Definitionen und Konzepten der Krisenkommunikation auseinander, entwickeln Krisenkommunikationspläne, erstellen wirkungsvolle Krisenbotschaften und lernen den Umgang mit Medien sowie die Nutzung von Social Media in Krisensituationen. Durch die Analyse von Fallbeispielen aus verschiedenen Branchen gewinnen sie ein besseres Verständnis für die Anwendung der theoretischen Konzepte in realen Situationen. Handlungskompetenz: Darüber hinaus entwickeln die Studierenden Handlungskompetenzen, um in Krisensituationen souverän und professionell agieren zu können. Sie lernen, effektiv mit verschiedenen Stakeholdern zu kommunizieren, schnell auf sich entwickelnde Krisensituationen zu reagieren, Konflikte zu deeskalieren und Kommunikationsstrategien zur Wiederherstellung des öffentlichen Vertrauens zu entwickeln und umzusetzen. Sozialkompetenz: Auch die Förderung sozialer Kompetenzen spielt in diesem Modul eine wichtige Rolle. Die Studierenden lernen, empathisch auf Betroffene einzugehen, im Team mit anderen Akteuren in der Krise zusammenzuarbeiten, Verantwortung zu übernehmen und Führung zu zeigen, sensibel mit kontroversen Themen umzugehen und vertrauensvolle Beziehungen zu internen und externen Stakeholdern aufzubauen und zu pflegen.			

Inhalt:

- Definitionen Kommunikation und PR
- Arbeit mit den Medien
- Definition von Krise
- Akteure in der Krise
- Phasen einer Krise
- Faktoren in einer Krise
- Kommunikation in der Krise
- Medientraining und Krisentraining
- Psychologie in der Krise
- Krisenprävention
- Grundsätze im Krisenmanagement

Studien- / Prüfungsleistungen:

Präsentation

Vergabe von Leistungspunkten:

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

Literatur:**Weiterführende Literatur:**

- Hartwin Möhrle (2007): Krisen-PR: Krisen erkennen, meistern und vorbeugen. Frankfurter Allgemeine Buch.
- Timothy L. Sellnow, Matthew W. Seeger (2013): Theorizing Crisis Communication. John Wiley & Sons.
- Daniela Puttenat (2007): Praxishandbuch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Eine Einführung in professionelle PR und Unternehmenskommunikation. Gabler.
- Bachmann, S., & Ternès Von Hattburg, A. (2021). Krisen in bewegten Zeiten und welche Rolle das Internet dabei spielt. In S. Bachmann & A. Ternès Von Hattburg, Effiziente Krisenkommunikation – transparent und authentisch (S. 1–9). Springer Fachmedien
- Bundesministerium des Innern. (2014). Leitfaden Krisenkommunikation (5. Auflage). https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/downloads/DE/publikationen/themen/bevoelkerungsschutz/leitfaden-krisenkommunikation.pdf;jsessionid=24C172F353CAFFD45665CFB8B37D5D45.live892?__blob=publicationFile&v=5
- Trapp, D. (2018). Social-Media-Krisenmanagement: Krisenerkennung, Krisenintervention und die besondere Rolle von Bewertungsplattformen. In S. Hahn & Z. Neuss (Hrsg.), Krisenkommunikation in Tourismusorganisationen (S. 147–167). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-20628-4_10

Soft Skills 2 (Interview/Moderation unter Livebedingungen)

Modulkürzel:	Interview/Moderation	SPO-Nr.:	MMP/HSAN-20222
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Medienproduktion - Master	1-3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. M.A. Hermann, Renate		
Dozent/in:	Prof. Dr. Rusch, Roman		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2,5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	24 h	
	Web-Based-Training:	0 h	
	Selbststudium:	51 h	
	Gesamtaufwand:	75 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Wintersemester		
Lehrformen des Moduls:	seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Keine		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Medienproduktion		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Vor der Kamera und dem Mikrofon souverän, mit Persönlichkeit und möglichst ohne Lampenfieber live journalistische Inhalte präsentieren zu können - das ist das Hauptziel dieses Kurses. Teilnehmende lernen, wie man in Live-Situationen verständlich artikuliert, richtig vor der Kamera steht und am Mikrofon als Moderatorin oder Moderator die richtigen Fragen stellt. Dabei wird auf kommunikationswissenschaftliche und kognitionspsychologische Erkenntnisse und Theorien zurückgegriffen, um höhere Verständlichkeit und einen passgenauen Zielgruppen-Approach zu erreichen.			
Fach- und Methodenkompetenz: Studierende wissen, welche handwerklichen Besonderheiten für unterschiedliche Medien gelten. Sie kennen die Grundzüge professioneller Stimmbildung (Lehrsätze des Max Reinhard Seminars) und können gute Aussprache und Betonung von schlechter unterscheiden. Sie wissen, wie man professionell auf der Bühne oder vor der Kamera steht und sowohl Mimik als auch Gestik gewinnbringend bei der Moderation einsetzt. Sie können unterschiedliche Moderatoren-Typen identifizieren und kategorisieren. Mit inhaltlichen journalistischen Gütekriterien wie Zielgruppenorientierung, Emotionalisierung und Verständlichkeit für Anmoderationen sind sie vertraut. Sie kennen die wissenschaftlichen Grundlagen der Framing Theorie bzw. der weiterentwickelten Agenda Setting Theorie und das Phänomen der Kognitiven Dissonanz. Auch mit professionellen Befragungstechniken kennen sie sich aus. Insgesamt können so inhaltlich gelungene und weniger gelungene Moderationen unterschieden werden.			

Handlungskompetenz:

Die Studierenden sind in der Lage, auf der Bühne, vor der Kamera und hinter dem Mikrophon journalistische Inhalte professionell und unter Berücksichtigung kognitionspsychologischer und kommunikationswissenschaftlicher Konzepte zu formulieren und zu präsentieren. Sie können das in Live-Situationen einerseits in einer aktiven Rolle als Moderierende oder Befragende tun, andererseits aber auch in einer passiven als Befragte (Interview, Kollegengespräch).

Sozialkompetenz:

Die Studierenden sind in der Lage, ihre Zuhörer für ihre Inhalte zu interessieren und auch über einen längeren Zeitraum aufmerksam zu halten. Sie lernen sich und andere als mediale Persönlichkeit (neu) kennen und können sich dadurch als audiovisuelle Marke positionieren bzw. ihre audiovisuelle Wirkung bei anderen besser einschätzen.

Inhalt:

- Wie spreche ich richtig, abwechslungsreich und verständlich? (mit praktischen Übungen)
- Wie stehe und sitze ich auf der Bühne und vor der Kamera?
- Was macht einen perfekten Moderator oder eine perfekte Moderatorin aus?
- Die gelungene Anmoderation: zielgruppenorientiert, emotional, verständlich (mit Studioübungen)
- Kognitive Dissonanz, Framing, Agenda-Setting und die sich daraus ableitenden Implikationen für gutes Texten beim Moderieren/Interviewen
- Das Interview: Die Kunst des Kondensats und der richtigen Befragung (mit Studioübungen)
- Das Kollegengespräch
- Der Umgang mit Lampenfieber und anderen Gemeinheiten

Studien- / Prüfungsleistungen:

Präsentation

Vergabe von Leistungspunkten:

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

Literatur:

- Bommert, Hanco (2021). Interview-Praxis kompakt. Ein Leitfaden für Interviewer und Befragte. BoD-Norderstedt.
- Fritzsche, Silke (2009). TV-Moderation. UVK Verlag.
- Haller, Michael (2013). Das Interview. (5. Auflage). UVK Verlag.
- Müller-Dofel (2017). Interviews führen. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis (2. Auflage). Springer-Verlag.
- Michael Rossié (2017). Sprechertraining. Texte präsentieren in Radio, Fernsehen und vor Publikum (8. Auflage). Springer-VS
- Tirok, Markus (2013). Moderieren. UVK Verlag.

Additional Skills 1 (Rhetorik Reloaded)

Modulkürzel:	Rhetorik Reloaded	SPO-Nr.:	MMP/HSAN-20222
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Medienproduktion - Master	1-3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. M.A. Hermann, Renate		
Dozent/in:	LB Prof. Dr. Heil, Johannes		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2,5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	24 h	
	Web-Based-Training:	0 h	
	Selbststudium:	51 h	
	Gesamtaufwand:	75 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrformen des Moduls:	seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Keine		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Medienproduktion		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: • Kenntnis rhetorischer Grundkenntnisse und Grundfähigkeiten • Kompetenzerwerb zur Produktion eigener rhetorischer Strategien und Texte Handlungskompetenz: • Entwicklung eines kommunikativen Bewusstseins, das Situationsanalyse und Strategiekonzeption auch gegenüber komplexen kommunikativen Herausforderungen erlaubt • Fähigkeit zur analytischen und produktiven Rhetorikanwendung Sozialkompetenz: • selbstbewusstes Auftreten • eigene Standpunkte vertreten			

Inhalt:

Der Kurs beginnt mit einem Abriss der theoretischen Rhetorik und behandelt die Geschichte des Fachs von der Antike bis zu Gegenwart und sich daran anschließende moderne Rhetorikkonzepte, die auch auf allgemeine Kommunikationstheorien Bezug nehmen. Zudem werden die Methoden moderner Rhetorikforschung reflektiert.

Vor diesem Hintergrund haben alle folgenden Einheiten einen praktischen Schwerpunkt. Im Anschluss an grundsätzliche theoretische und systematische Einleitungen werden die kommunikativen Kompetenzen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer in konkreten Übungen geschult, die zur Erleichterung der gemeinsamen Auswertung in der Gruppe und zur Verstärkung der individuellen Lernmotivation zumeist von der Videokamera begleitet werden. Jedes Modul endet mit einer zusammenfassenden Abschlussübung sowie deutlichen Bewertungen und klaren Empfehlungen und Anleitungen für die individuelle Weiterentwicklung.

Die zu erwerbenden Kompetenzziele bauen entsprechend der rhetorischen Produktionsstadien aufeinander auf. Detaillierte Kompetenzen werden dementsprechend in dieser Reihenfolge vermittelt:

- K1: Redeaufbau (Disposition)
- K2: Sachdarstellung (Narration)
- K3: Meinungsbegründung (Argumentation)
- K4: Wortwahl und Satzbau (Formulierung) sowie
- K5: Stimmführung und Körpersprache (Actio).

Dabei wird das Verfassen, Vortragen und Analysieren dieser rhetorischen Gattungen fokussiert:

- o Reden
- o Präsentationen
- o Erzählungen
- o Debatten, Diskussionen
- o Verhandlungen
- o Moderationen und Interviews

Studien- / Prüfungsleistungen:

Präsentation

Vergabe von Leistungspunkten:

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

Literatur:

Weiterführende Literatur:

- Wilfried Stroh (2009): Die Macht der Rede. Eine kleine Geschichte der Rhetorik im alten Griechenland und Rom. Ullstein.
- Karl-Heinz Göttert (2009): Einführung in die Rhetorik: Grundbegriffe – Geschichte – Rezeption. UTB für Wissenschaft.
- Jürg Häusermann (2021): Konstruktive Rhetorik in Seminar, Hörsal und online. UTB.

Additional Skills 2 (Charisma in Führungspositionen)

Modulkürzel:	Charisma in Führungspositionen	SPO-Nr.:	MMP/HSAN-20222
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Medienproduktion - Master	1-3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. M.A. Hermann, Renate		
Dozent/in:	LB Krone, Manfred		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	2,5 ECTS / 2 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	24 h	
	Web-Based-Training:	0 h	
	Selbststudium:	51 h	
	Gesamtaufwand:	75 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrformen des Moduls:	seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Keine		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Medienproduktion		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: • Wissen über die Dynamik der Gruppe • Kenntnis von (interkulturellen) Kommunikationsmodellen und -techniken • Verstehen der Abläufe zur Strukturierung (Ziele, Ablauf und Zeit, Technik) von Problemlösungsvorgängen • Kenntnis von Methoden der Präsentation und Moderation Handlungskompetenz: • Die Studenten können Inhalte vermitteln sowie innerhalb und außerhalb des Teams auf hohem Niveau gegenüber Kooperationspartnern oder Publikum kommunizieren. Die Studierenden können Projektteams moderieren und in interdisziplinären Problemlösungsteams arbeiten. Sozialkompetenz: • Die Studierenden haben ein hohes Maß an Einfühlungsvermögen und Fingerspitzengefühl für die Kooperationspartner, die Fähigkeit der Darstellung und Selbstpräsentation.			

Inhalt:

Charismatische Leader nutzen ihre Vorstellungskraft, um sich selbst zu neuen Zielen zu führen, die sie im Voraus selbst definiert und bestimmt haben. Ihnen gelingt es, Begeisterungskraft und Motivation auszustrahlen und die zu Führenden mit auf den Weg zu nehmen. Professionelle Entscheidungsfindung lassen sie in Veränderungsprozessen souverän agieren.

Schwerpunkte: Soziale und persönliche Kompetenz, Mitarbeiter begeistern durch ein hohes Mass an Selbstmotivation, Führung in Veränderungsprozessen, professionelle Tools im Führungsalltag kennen und sie gekonnt einsetzen

- Werte – Wie haben sich Werte entwickelt und verändert? Selbstreflexion und Findung der eigenen Werte. Ein Gang durch 2'500 Jahre europäische Geistesgeschichte: Vorsokratiker, Sokrates, Platon, Aristoteles bis hin zur Kopernikanischen Wende in der Renaissance.
- Time-Management: charismatische Führungspersönlichkeiten können die klassischen, griechischen Zeitbegriffe unterscheiden, deuten und anwenden: Kairos und Chronos.
- Merkmale einer „Charismatischen Führungspersönlichkeit“
- Vom Beruf zur Berufung – wie finde ich meine eigene Berufung
- Resilienz als besonderes Merkmal kreativer, aktiver und widerstandsfähiger Menschen
- Coaching-Prozesse als moderne Führungs-Instrumente verstehen – dies kann noch vertieft werden im Zertifikats-Studiengang „Business-Coach FH“. Dabei werden Module aus dem MMP angerechnet, wie z.B. Krisenkommunikation / Michael Lang und Rhetorik Reloaded / Prof. Dr. Johannes Heil.
- Da der Business-Coach FH ein hohes Mass an Selbstreflexion und Sozialkompetenz voraussetzt, kann er zwingend nur mit den Modulen vom MMP auf Masterniveau absolviert werden.

Studien- / Prüfungsleistungen:

Projektarbeit, 15-20 Seiten

Vergabe von Leistungspunkten:

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan. Dies setzt ein hohes Mass an Selbstreflexion und eigenständigem Durcharbeiten der Modulinhalte voraus. Auf eine kreative Gestaltung der Modularbeit wird besonders Wert gelegt.

Literatur:

Weiterführende Literatur:

- Sylvia Kéré Wellensiek (2012): Resilienz-Training für Führende. So stärken Sie Ihre Widerstandskraft und die Ihrer Mitarbeiter. Beltz.
- Winfried Prost (2008): Führen mit Autorität und Charisma. Als Chef souverän handeln. Gabler.
- Jennifer Withelm (2014): Charisma in Führungspositionen. Der Zusammenhang zwischen Kommunikations- und Führungsqualitäten. GRIN Verlag GmbH.
- Martin Wehrle: (13. Auflage 2023): Die 100 besten Coaching-Übungen: Das große Workbook für Einsteiger und Profis zur Entwicklung der eigenen Coaching-Fähigkeiten (Edition Training aktuell). managerSeminare Verlag

Multimediales Storytelling			
Modulkürzel:	Digitales Storytelling	SPO-Nr.:	MMP/HSAN-20222
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Medienproduktion - Master	1-3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. Dr. Walter, Ismeni		
Dozent/in:	Prof. Dr. Walter, Ismeni		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	48 h	
	Web-Based-Training:	0 h	
	Selbststudium:	102 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrformen des Moduls:	seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Keine		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Medienproduktion		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz:			
• Kenntnis klassischer dramaturgischer Grundstrukturen, Figurentypen und ihren Triebfedern • Kenntnis digitaler, multimedialer Erzählformen auf unterschiedlichen Plattformen • Kenntnis linearer und non-linearer Erzählstrategien • Kenntnis der Produktionsschritte cross- und transmedialer Projekte • Kenntnis der Einsatzmöglichkeiten und Limitationen von KI als Storytelling-Tools			
Handlungskompetenz:			
• Fähigkeit zur Analyse und Anwendung dramaturgischer Grundmuster in der Storyfizierung fiktionaler und non-fiktionaler Inhalte • Fähigkeit zur Konzeption linearer und nicht-linearer Erzählstränge • Fähigkeit zur Einschätzung des Potenzials verschiedener-gestützter Storytelling-Tools • Entwicklung und Realisation multimedialer Projekte und Anwendungen unter Einbeziehung innovativer Medienentwicklungen			

Inhalt:

- Die klassischen dramaturgischen Grundmuster und ihre Schlüsselemente
- Kritische Auseinandersetzung mit KI-gestützten Storytelling-Tools anhand verschiedener Beispiele
- Beispiele für Erzählungen im „Multiverse“ und ihre unterschiedlichen Ebenen (Film – Game – Graphic Novel etc.)
- Analyse digitaler, multimedialer, fiktionaler und non-fiktionaler Projekte
- Interaktives und non-lineares Erzählen
- Konzeption und Produktion cross- und transmedialer Projekte

Studien- / Prüfungsleistungen:

Projektarbeit + Präsentation

Vergabe von Leistungspunkten:

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

Literatur:**Weiterführende Literatur:**

- Maria Lamper und Rolf Wespe (2020): Storytelling für Journalisten, 5., überarbeitete Auflage. Herbert von Halem Verlag
- Pia Kleine Wieskamp (2024): Storytelling: Digital – Multimedial – Artificial, 2., vollständig überarbeitete Auflage. Hanser Verlag
- Marcus Du Sautoy (2021): Der Creativity-Code - Wie künstliche Intelligenz schreibt, malt und denkt. HC Beck Verlag
- Jennifer Haase and Paul H. P. Hanel (2023): Artificial muses: Generative Artificial Intelligence Chatbots Have Risen to Human-Level Creativity. Journal of Creativity, Vol. 33, issue 3
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2713374523000250?via%3Dihub>
- Kai von Lewinski (2018): Immersiver Journalismus. Technik – Wirkung – Regulierung. Transcript.

eLearning			
Modulkürzel:	eLearning	SPO-Nr.:	MMP/HSAN-20222
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Medienproduktion - Master	1-3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. M.A. Hermann, Renate		
Dozent/in:	kursabhängig		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	0 h	
	Web-Based-Training:	48 h	
	Selbststudium:	102 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrformen des Moduls:	E-Learning		
Teilnahmevoraussetzung:	Keine		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Medienproduktion		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Für den Abschluss zum Master of Arts muss mindestens ein Modul aus dem Angebot der Virtuellen Hochschule Bayern (www.vhb.org) oder einem vergleichbaren E-Learning-Angebot - z.B. MOOCs (Massive Open Online Courses) - erfolgreich abgeschlossen sein. Fach- und Methodenkompetenz: • Nutzung von virtuellen Lehrangeboten • Beschaffen, Aufbereiten und Verwerten von Informationen und Lerninhalten Handlungskompetenz: • Selbstständiges Lernen, selbstverantwortliches Arbeiten und sich weiterbilden • Kompetenz im Umgang und dem Einsatz von unterschiedlichen Medien Sozialkompetenz: • Eigenverantwortliches Lernen • Selbstdisziplin und Selbstmotivation			

Inhalt:
Die Themen der E-Learning Kurse können entweder auf die Inhalte der Zentralen Projektmodule ausgerichtet studiert werden oder auch zur individuellen Spezialisierung und Profilbildung herangezogen werden (z.B. Fremdsprachen, Schlüsselqualifikationen). Je nach gewähltem Zentralen Projektmodul kann der betreuende Dozent Inhalte, die virtuell dazugelernt werden können, empfehlen – grundsätzlich ist aber der Masterstudierende frei in der Auswahl seines virtuell zu erbringenden Kurszertifikats. So kann sich der Studierende auch individuelle „Nischenkenntnisse“ als besondere Qualifikation für den Berufseinstieg erwerben.
Studien- / Prüfungsleistungen:
kursabhängig
Vergabe von Leistungspunkten:
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
kursabhängig

Masterarbeit			
Modulkürzel:	Masterarbeit - MMP	SPO-Nr.:	MMP/HSAN-20222
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Medienproduktion - Master		
Modulverantwortliche(r):	Alle Professor*innen des Studiengangs		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	15 ECTS / 0 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	0 h	
	Web-Based-Training:	0 h	
	Selbststudium:	450 h	
	Gesamtaufwand:	450 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	Winter- und Sommersemester		
Lehrformen des Moduls:	Masterarbeit		
Teilnahmevoraussetzung:	Die Ausgabe des Themas der Masterarbeit setzt voraus, dass mindestens 50 ECTS-Punkte des Masterstudiums erbracht wurden.		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Medienproduktion		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz: Die Studierenden können komplexe, gegebenenfalls praxisbezogene Themen- und Fragestellungen, unter Anwendung des im Studium erworbenen Fach- und Methodenwissens und nach wissenschaftlichen Methoden und Erkenntnissen, selbstständig bearbeiten. Es handelt sich dabei vorrangig um sozialwissenschaftliche Methoden der Kommunikationswissenschaft wie Befragung, Beobachtung und Inhaltsanalyse. Handlungskompetenz: Die Studierenden können, bezogen auf das Fachgebiet Multimediale Medienproduktion, in neuen und ungewohnten Umgebungen in einem breiteren oder interdisziplinären Kontext ihr im Studium erworbenes Wissen anwenden und Problemlösungsstrategien entwickeln. Sie können Ideen, insbesondere auch in einem Forschungskontext, originell entwickeln und anwenden. Sozialkompetenz: Die Studierenden sind in der Lage, selbstständig und auf Basis der Studieninhalte eine wissenschaftliche Abschlussarbeit zu erstellen.			

Inhalt:

Der Inhalt der Masterarbeit ergibt sich aus dem thematischen Umfeld der Studieninhalte des Masterstudiengangs mit dem Schwerpunkt auf Projektevaluation – vor allem thematisch angelehnt an die absolvierten Zentralen Projektmodule.

Methodisch können die MMP-Studierenden dabei auch auf zahlreiche Kompetenzen aus den Modulen des Projektmanagements, der Adding- und Softskills oder des wissenschaftlichen Arbeitens zurückgreifen (qualitative/quantitative Forschungsansätze).

Studien- / Prüfungsleistungen:

Masterarbeit

Vergabe von Leistungspunkten:

Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.

Literatur:

Weiterführende Literatur:

- Wolfgang E. Rossig, Joachim Prätisch (2008): Wissenschaftliche Arbeiten: Leitfaden für Haus-, Seminararbeiten, Bachelor- und Masterthesis, Diplom- und Magisterarbeiten, Dissertationen. Beste Zeiten Verlagsgesellschaft.
- Helga Esselborn-Krumbiegel (2017): Von der Idee zum Text: Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben. UTB GmbH.
- Michael Häder (2006): Empirische Sozialforschung. Eine Einführung. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Manuel René Theisen (2013): Wissenschaftliches Arbeiten: Erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. Vahlen.