



Modulhandbuch

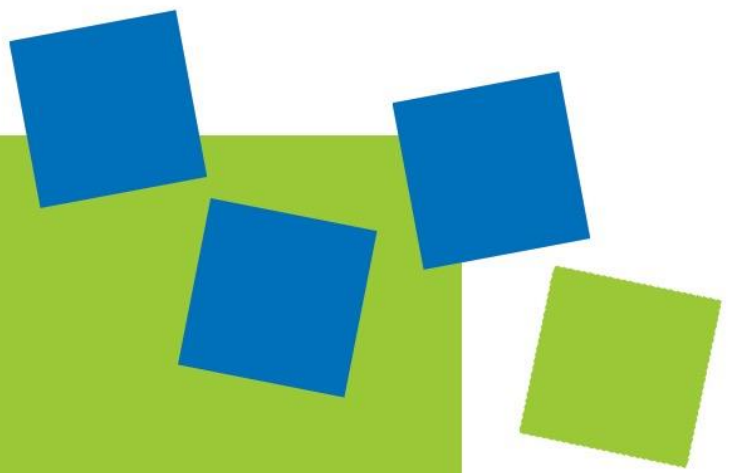
Multimediale Information und Kommunikation - Master

SPO MIK/HSAN-20191 (2019)

Fakultät Medien

Sommersemester 2023

Stand: März 2023



Inhalt

Vorstellung Studiengang

Multimediale Information und Kommunikation	3
--	---

Modulbeschreibungen

Fachliche Pflichtmodule

Zentrales Projektmodul 1	5
Zentrales Projektmodul 2	9
Zentrales Projektmodul 3	13
Projektspezifische Kompetenzen 1	17
Projektspezifische Kompetenzen 2	19

Zukunftsorientiertes Pflichtmodul

Multimediales Storytelling	21
----------------------------------	----

Allgemeine Wahlpflichtmodule

Krisenkommunikation und Interview/Moderation unter Livebedingungen	23
Rhetorik Reloaded und Charisma in Führungspositionen	26
eLearning	29

Masterarbeit

Masterarbeit	31
--------------------	----

Multimediale Information und Kommunikation

Kurzform:	MIK	SPO-Nr.:	MIK/HSAN-20191
Studiengangleitung:	Prof. M.A. Renate Hermann		
Studienfachberatung:	Prof. M.A. Renate Hermann		
ECTS:	90 Punkte		
Regelstudienzeit:	3 Semester		
Teilnahmevoraussetzung:	Immatrikulation im Studiengang MIK		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Information und Kommunikation		

Angestrebte Lernergebnisse:

Der Masterstudiengang Multimediale Information und Kommunikation bietet eine wissenschaftliche und gleichzeitig eine praxisnahe, anwendungs- und projektorientierte Ausbildung und bezieht aktuelle Trends und digitale Technologien mit ein.

Ziel des MIK-Masters ist es, für die Berufswelt qualifizierte Medienexperten auszubilden, die sich in einem Bachelorstudium bereits handwerkliche und technische Kenntnisse über verschiedene Medienplattformen erworben haben und die im Masterstudium durch Erfahrungswerte in anwendungsorientierten Projekten ihre Fach-/Methoden-, Handlungs- und Sozialkompetenzen weiterentwickeln und innovative Medienformate erstellen möchten.

Der Studiengang ist fachlich breit angelegt und bietet ein weites Spektrum an Vertiefungsmöglichkeiten. Diese sind besonders auf die Anforderungen der veränderten und zunehmend differenzierteren, multimedialen Kommunikations- und Informationswelten abgestimmt. Sämtliche Module sind eigens für das Masterstudium bestimmt und setzen einen BA Abschluss voraus.

Im Fokus 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.

Der Masterabschluss ist ein wissenschaftlicher Abschluss, der zu einem Promotionsstudium berechtigt.

Inhalt:

Die Regelstudienzeit im Masterstudiengang „Multimediale Information und Kommunikation“ 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)
- Zukunftsorientiertes Pflichtmodul (5 ECTS)
- Wahlpflichtmodule aus den Bereichen Soft Skills und Adding Skills (15 ECTS), davon mindestens 1 als E-Learning-Kurs
- Masterarbeit (15 ECTS)

Abkürzungen:

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

Abschluss / Akademischer Grad:

Master of Arts, Kurzform: „M.A.“

Zentrales Projektmodul 1

Modulkürzel:	Zentrales Projektmodul 1	SPO-Nr.:	MIK/HSAN-20191
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Information und Kommunikation - Master	1	
Modulverantwortliche(r):	Prof. M.A. Hermann, Renate Prof. Dr. Cornelius Pöpel		
Dozent/in:	Prof. M.A. Hermann, Renate Prof. Dr. Cornelius Pöpel		
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 Information und Kommunikation		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>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.</p> <p>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 MediaPlattformen 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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			

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 MIK 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 MIK-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 MIK-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. 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.

MediaLab Ansbach

Das MediaLab Ansbach bietet MIK-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.

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. MIK-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 Information und Kommunikation 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

Zentrales Projektmodul 2

Modulkürzel:	Zentrales Projektmodul 2	SPO-Nr.:	MIK/HSAN-20191
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Information und Kommunikation - Master	2	
Modulverantwortliche(r):	Prof. M.A. Hermann, Renate Prof. Dr. Cornelius Pöpel		
Dozent/in:	Prof. M.A. Hermann, Renate Prof. Dr. Cornelius Pöpel		
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 Information und Kommunikation		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>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.</p> <p>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 MediaPlattformen 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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			

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 MIK 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 MIK-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 MIK-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. 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.

MediaLab Ansbach

Das MediaLab Ansbach bietet MIK-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.

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. MIK-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 Information und Kommunikation 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

Zentrales Projektmodul 3

Modulkürzel:	Zentrales Projektmodul 3	SPO-Nr.:	MIK/HSAN-20191
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Information und Kommunikation - Master	3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. M.A. Hermann, Renate Prof. Dr. Cornelius Pöpel		
Dozent/in:	Prof. M.A. Hermann, Renate Prof. Dr. Cornelius Pöpel		
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 Information und Kommunikation		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>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.</p> <p>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 MediaPlattformen 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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>			

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.

Mit Abwicklung des dritten Zentralen Projektmoduls zeichnen sich die Studierenden als Allrounder in Bezug auf die Nutzung verschiedener Medienplattformen aus. Sie kennen die spezifischen Anforderungen, die redaktionelles und multimediales Arbeiten im Print-, Online-, Audio, TV- oder im Mobile-Bereich erfordert, können aber genauso crossmedial, virtuell und interkulturell arbeiten. 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.

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 MIK 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 MIK-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 MIK-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. 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.

MediaLab Ansbach

Das MediaLab Ansbach bietet MIK-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.

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. MIK-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 Information und Kommunikation 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

Projektspezifische Kompetenzen 1

Modulkürzel:	Projektspezifische Kompetenzen 1 - MIK	SPO-Nr.:	MIK/HSAN-20191
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Information und Kommunikation - 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:		45 h
	Web-Based-Training:		0 h
	Selbststudium:		105 h
	Gesamtaufwand:		150 h
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:			
Lehrformen des Moduls:	seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Keine		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Information und Kommunikation		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>Fach- und Methodenkompetenz:</p> <p>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.</p>			
<p>Handlungskompetenz:</p> <p>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.</p>			
<p>Sozialkompetenz:</p> <p>Die Studierenden können gemeinsam mit Teammitgliedern ein Projekt umsetzen und die Ergebnisse präsentieren. Sie stärken ihre Kommunikations- und Teamfähigkeiten und entwickeln Führungsqualitäten.</p>			

Inhalt:

Einführung in das Projektmanagement, Historie und Definition

Ziele

- Von der Vision zum Ziel: Paradigmenfilter und Motivation
- Dreidimensionale Zieleplanung: Sach-, Zeit- und Kostenziele
- Operationalisierung von Zielen: der Meilensteinplan

Projektphasen

- Projektdefinition, Projektauftrag und Projektskizze
- Projektplanung, Projektsteuerung, Projektablauf- und Projektstrukturplan
- Projektabschluss und Know-How-Sicherung

Handwerkzeug

- Wirtschaftliche Aspekte und Kalkulation
- Prozesse, Wertschöpfung und Aspekte von Lean Management
- Lasten- und Pflichtenheft, Arbeitspakete
- Risiko-, Bedarfs- und Potentialanalyse
- Qualitätsmanagement
- Komplexitätsmanagement
- Innovationsmanagement: Entscheidungsfindung und Problemlösung

Kommunikation

- Der überzeugende Pitch
- Meetings produktiv gestalten
- Grundlagen der Gesprächsführung
- Konfliktmanagement, Teamentwicklung und Führung
- Interdisziplinäre Teamarbeit

Studien- / Prüfungsleistungen:

Projektarbeit

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

Modulkürzel:	Projektspezifische Kompetenzen 2 - MIK	SPO-Nr.:	MIK/HSAN-20191
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Information und Kommunikation - Master	1-3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. M.A. Hermann, Renate		
Dozent/in:	LB Bitzl, Christoph		
Sprache:	Deutsch		
Leistungspunkte / SWS:	5 ECTS / 4 SWS		
Arbeitsaufwand:	Kontaktstunden:	45 h	
	Web-Based-Training:	0 h	
	Selbststudium:	105 h	
	Gesamtaufwand:	150 h	
Moduldauer:	1 Semester		
Häufigkeit:	nur Sommersemester		
Lehrformen des Moduls:	seminaristischer Unterricht		
Teilnahmevoraussetzung:	Keine		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Information und Kommunikation		
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 Formulierungshilfen. 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.			
Sozialkompetenz:			
Die Studierenden trainieren ihr schriftliches Ausdrucksvermögen und damit ihre Kommunikationsfähigkeit gegenüber anderen Menschen.			

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

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

Multimediales Storytelling			
Modulkürzel:	Multimediales Storytelling	SPO-Nr.:	MIK/HSAN-20191
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Information und Kommunikation - 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 Information und Kommunikation		
Angestrebte Lernergebnisse:			
Fach- und Methodenkompetenz:			
<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis klassischer dramaturgischer Grundstrukturen • Kenntnis multimedialer, crossmedialer und transmedialer Erzählformen • Kenntnis linearer und non-linearer Erzählstrategien • Kenntnis der Produktionsschritte crossmedialer Projekte 			
Handlungskompetenz:			
<ul style="list-style-type: none"> • Fähigkeit zur Analyse und Anwendung dramaturgischer Grundmuster in der Storyfizierung fiktionaler und non-fiktionaler Inhalte • Fähigkeit zur Konzeption linearer und nicht-linearer Erzählstränge • Entwicklung und Realisation multimedialer Projekte und Anwendungen unter Einbeziehung innovativer Medienentwicklungen 			

Inhalt:
<ul style="list-style-type: none">• Die klassischen dramaturgischen Grundmuster und ihre Schlüsselemente• Beispiele für Erzählungen im „Multiverse“ und ihre unterschiedlichen Ebenen (Film – Game – Comic)• Analyse multimedialer, crossmedialer und transmedialer fiktionaler und non-fiktionaler Projekte• Interaktives und non-lineares Erzählen• Konzeption und Produktion cross- und transmedialer Projekte
Studien- / Prüfungsleistungen:
Projektarbeit
Vergabe von Leistungspunkten:
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der jeweiligen Modulprüfung gem. SPO bzw. Studienplan.
Literatur:
Weiterführende Literatur: <ul style="list-style-type: none">• Simon Sturm (2013): Digitales Storytelling: Eine Einführung in neue Formen des Qualitätsjournalismus. Springer VS.• Barbara Witte, Martin Ulrich (2014): Multimediales Erzählen. UVK Verlagsgesellschaft.• Kai von Lewinski (2018): Immersiver Journalismus. Technik – Wirkung – Regulierung. Transcript.

Krisenkommunikation und Interview/Moderation unter Livebedingungen			
Modulkürzel:	Krisenkommunikation / Interview	SPO-Nr.:	MIK/HSAN-20191
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Information und Kommunikation - Master	1-3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. M.A. Hermann, Renate		
Dozent/in:	LB Lang, Michael LB Hilpert, Charly		
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:			
Lehrformen des Moduls:	seminaristischer Unterricht/Übung		
Teilnahmevoraussetzung:	Keine		
Empfohlene Voraussetzungen:	Keine		
Verwendbarkeit:	Master Multimediale Information und Kommunikation		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<u>Krisenkommunikation</u>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
Die Studierenden erkennen die Bedeutung einer aktiven Krisenkommunikation. Sie besitzen die Fähigkeit zur Identifikation der Stakeholder eines Unternehmens und deren Ansprüchen sowie zur Ableitung der kritischen Themen. Sie haben einen Überblick über die wichtigsten Methoden und Quellen des Scanning und des Monitoring. Die Studierenden verfügen über die Fähigkeit, die passende Strategie zur Beeinflussung des Themen-Lebenszyklus zu wählen. Sie kennen die verschiedenen Formen und Typen von Krisen sowie deren Verlaufsformen. Sie sind in der Lage, die Instrumente der Krisenkommunikation situationsadäquat und zielgerichtet einzusetzen.			
Handlungskompetenz:			
Die Studierenden können aus der Vielzahl der Informationen in den Medien Trends herauslesen und für eine konkrete Kommunikationsaufgabe aufbereiten. Die Studierenden beherrschen ausgewählte Methoden des Scanning und Monitoring. Sie sind in der Lage, die Instrumente der Krisenkommunikation sachgerecht einzusetzen, so dass sie der kommunikativen Ausgangslage und der Zielsetzung des Arbeit- oder Auftraggebers entsprechen.			

Sozialkompetenz:

Auf der Basis ihres vertieften Verständnisses für die Ansprüche der Stakeholder und die kritischen Themen können die Studierenden adäquat mit den Stakeholdern kommunizieren und die Position ihres Arbeit- oder Auftraggebers argumentativ vertreten.

Interview/Moderation unter Livebedingungen**Fach- und Methodenkompetenz:**

- Kenntnisse in der Gestaltung und Realisierung von Nachrichtentexten, Interviews und Moderationen im Außenbereich und Studio
- Kenntnisse in der produktionstechnischen und bildlichen Vorbereitung und Realisierung von Nachrichtentexten, Interviews und Moderation bei Außendreh
- Kenntnisse in der redaktionellen Vorbereitung von Interviews und Moderationen im Außenbereich und Studio

Handlungskompetenz:

- Fähigkeit zur Erstellung von Interview-, Nachrichten- und Moderationstexten
- Fähigkeit zur souveränen Präsentation unter „Realbedingungen“
- Fähigkeit zur Interviewführung unter Realbedingungen
- Fähigkeit zur Analyse von Moderationen und Interviews im Außenbereich und Studio

Sozialkompetenz:

- Fähigkeit, die eigene Wirkung vor der Kamera einzuschätzen
- Fähigkeit, empathisch auf Interviewpartner einzugehen

Inhalt:**Krisenkommunikation**

- 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 & Krisentraining
- Psychologie in der Krise
- Krisenprävention
- Grundsätze im Krisenmanagement

Interview/Moderation unter Livebedingungen

-

- Erwerb von rhetorischen Prinzipien zur inhaltlichen Gestaltung von Moderationstexten.
- Erwerb von Kompetenzen über Stimme, Sprechdruck und Körpersprache.
- Erwerb von Kompetenzen in der Fragetechnik und Gesprächsführung.
- Situationsgerechte Vorbereitung von Texten für Aufsager, Interviews und Moderationen im Außenbereich und Studio.
- Sichere Präsentationen der Moderation.

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:

Literatur Krisenkommunikation

- 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.

Literatur Interview/Moderation unter Livebedingungen

- Joachim Freimuth (2014): Handbuch Moderation. Konzepte, Anwendungen und Entwicklungen. Hogrefe.
- Silke Fritzsche (2009): TV-Moderation. UVK-Verl.-Ges.

Rhetorik Reloaded und Charisma in Führungspositionen			
Modulkürzel:	Rhetorik und Charisma	SPO-Nr.:	MIK/HSAN-20191
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Information und Kommunikation - Master	1-3	
Modulverantwortliche(r):	Prof. M.A. Hermann, Renate		
Dozent/in:	LB Dr. Heil, Johannes LB Krone, Manfred		
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 Information und Kommunikation		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<u>Rhetorik Reloaded</u>			
Fach- und Methodenkompetenz:			
<ul style="list-style-type: none"> • Kenntnis rhetorischer Grundkenntnisse und Grundfähigkeiten • Detaillierte Kenntnisse in Redeaufbau (Disposition), Sachdarstellung (Narration), Meinungsbegründung (Argumentation), Wortwahl und Satzbau (Formulierung) sowie Stimmführung und Körpersprache. 			
Handlungskompetenz:			
<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung eines kommunikativen Bewusstseins, das Situationsanalyse und Strategiekonzeption auch gegenüber komplexen kommunikativen Herausforderungen erlaubt • Fähigkeit zur analytischen und produktiven Rhetorikanwendung 			
Sozialkompetenz:			
<ul style="list-style-type: none"> • selbstbewusstes Auftreten • eigene Standpunkte vertreten 			

Charisma in Führungspositionen

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:

Charisma in Führungspositionen

-
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, Führung in Veränderungsprozessen, professionelle Tools im Führungsalltag kennen und sie gekonnt einsetzen

- Merkmale einer „Charismatischen Führungspersönlichkeit“
- Vom Beruf zur Berufung
- Resilienz als besonderes Merkmal kreativer, aktiver und widerstandsfähiger Menschen
- Coaching-Prozesse als moderne Führungs-Instrumente verstehen

Rhetorik Reloaded

-
Alle Veranstaltungen haben 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. Es geht im Detail um das Verfassen, Vortragen und Analysieren von:

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

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:

Literatur Charisma in Führungspositionen

- Sylvia Kéré Wellensiek (2012): Resilienz-Training für Führende. So stärken Sie Ihre Widerstandskraft und die Ihrer Mitarbeiter. Beltz.
- Winfried Probst (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.

Literatur Rhetorik Reloaded

- 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.
- Göran Hägg (2003): Die Kunst, überzeugend zu reden. 44 kleine Lektionen in praktischer Rhetorik. Beck.

eLearning			
Modulkürzel:	eLearning	SPO-Nr.:	MIK/HSAN-20191
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Information und Kommunikation - 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 Information und Kommunikation		
Angestrebte Lernergebnisse:			
<p>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.</p> <p>Fach- und Methodenkompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nutzung von virtuellen Lehrangeboten • Beschaffen, Aufbereiten und Verwerten von Informationen und Lerninhalten <p>Handlungskompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbstständiges Lernen, selbstverantwortliches Arbeiten und sich weiterbilden • Kompetenz im Umgang und dem Einsatz von unterschiedlichen Medien <p>Sozialkompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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:

Anerkennung

Vergabe von Leistungspunkten:

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

Literatur:

kursabhängig

Masterarbeit			
Modulkürzel:	Masterarbeit - MIK	SPO-Nr.:	MIK/HSAN-20191
Zuordnung zum Curriculum:	Studiengang u. -richtung	Studiensemester	
	Multimediale Information und Kommunikation - Master		
Modulverantwortliche(r):	Alle Professor*innen		
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 Information und Kommunikation		
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.			
Handlungskompetenz:			
Die Studierenden können, bezogen auf das Fachgebiet Multimediale Information und Kommunikation, 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.

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.