

M18 TV Content Development					
Kennnummer M18	Workload 250 h	Credits 10	Studien-semester 3. oder 5. Sem.	Häufigkeit des Angebots Jedes Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen TV Content Development	Kontaktzeit 6 SWS / 90h	Selbststudium 160 h	geplante Gruppengröße ca. 15-20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> ▪ den strategischen und operativen Planungsprozess des TV-Developments zu verstehen und anzuwenden, ▪ die medialen, inhaltlichen, konzeptionellen und produktionstechnischen Besonderheiten beim Web TV- und Transmedia-Development zu verstehen, ▪ Formate für TV, Online und Transmedia eigenständig zu konzipieren, zu kalkulieren und zu pitchen, ▪ Verwertungsszenarien und Erlösmodelle zu dem entwickelten (Bewegtbild-)Content zu konzipieren. 				
3	Inhalte Strategisches und operatives Management im TV-Development <ul style="list-style-type: none"> ▪ Modelle der Auftragsproduktion ▪ Programmbedarfsanalyse ▪ Prozessgestaltung der Ideenentwicklung ▪ Die inhaltliche Ausgestaltung von Unterhaltungsformaten ▪ Das Konzept (One-Sheet-Paper/Treatment) ▪ Der Pitch ▪ Die Rechtslage: Kann man Ideen und Konzepte schützen? ▪ Die Kalkulation Web TV Development <ul style="list-style-type: none"> ▪ Der Bedarf – Welche Akteure benötigen Web TV-Formate? ▪ Besonderheiten des Web-TV-Developments: mediale, inhaltliche, konzeptionelle, produktionstechnische Besonderheiten ▪ Branded Entertainment-Development für werbetreibende Unternehmen ▪ Format-Development für mobile Online-Medien Transmedia Development <ul style="list-style-type: none"> ▪ Digitales Storytelling – Aufbau und Dramaturgie von Transmedia-Formaten ▪ Formen der „Extension“-Gestaltung ▪ Risikomanagement bei Transmedia-Formaten 				
4	Lehrformen: Seminaristischer Unterricht, Gruppenarbeiten, Projektarbeit, ggf. mit Praxisvertretern				
5	Teilnahmevoraussetzungen Formal: keine Inhaltlich: Teilnahme/Erkenntnis aus folgendem Modul wird empfohlen: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Managementtechniken A und B ▪ Besuch der Core Modules 				
6	Prüfungsformen: Projektdokumentation; Umfang: 20–25 Seiten (Bearbeitungszeit: 80 Zeitstunden)				

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten Bestandene Modulabschlussprüfung (Projektdokumentation)
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen): keine
9	Stellenwert der Note für die Endnote: gemäß den Credits 10/180
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende: Prof. Dr. Claudia Gerhards (Modulverantwortliche)
11	Sonstige Informationen (z.B. Literatur): Am Anfang des Semesters wird Hinweis auf verpflichtende und optionale Literatur gegeben. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerhards, Claudia: Nonfiction-Formate für TV, Online und Transmedia. Entwickeln, präsentieren, verkaufen. Konstanz, München 2013 ▪ Gerhards, Claudia.: Branded Entertainment. Produktion und Rezeption. Saarbrücken 2010 ▪ Koschmieder, Annette: Stoffentwicklung in der Medienbranche. Von der Idee zum Markt. Berlin 2011 ▪ Lantzsch, Katja, Altmeyden, Klaus-Dieter, Will, Andreas (Hrsg.): Handbuch Unterhaltungsproduktion. Beschaffung und Produktion von Fernsehunterhaltung. Wiesbaden 2010 ▪ relevante aktuelle Literatur