

<b>M6 Multimediamanagement</b>					
<b>Kennnummer</b> M6	<b>Workload</b> 250 h	<b>Credits</b> 10	<b>Studien- semester</b> 4. Sem.	<b>Häufigkeit des Angebots</b> Jedes Sommersemester	<b>Dauer</b> 1 Semester
<b>1</b>	<b>Lehrveranstaltungen</b> a) Funktionen und Prozesse im Multimediamanagement b) Anwendungsfelder im Multimediamanagement	<b>Kontaktzeit</b> 4 SWS / 60 h  4 SWS / 60 h	<b>Selbststudium</b> 130 h	<b>geplante Gruppengröße</b> 51 Studierende	
<b>2</b>	<b>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</b> Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Modul sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ die relevanten Grundlagen und Methoden zur Konzeption, Gestaltung und Realisierung von Multimedia-Angeboten zu verstehen und anzuwenden,</li> <li>▪ die Rahmenbedingungen und Erfolgsfaktoren beim Management komplexer Multimedia-Projekten zu erkennen,</li> <li>▪ auf Basis von Fallstudien zu verstehen, wie der Multimedia-Prozess verläuft,</li> <li>▪ die Interdependenzen zwischen technischen, medienpsychologischen sowie ökonomischen Aspekten komplexer Multimediaprojekte zu erkennen und zu reflektieren.</li> </ul>				
<b>3</b>	<b>Inhalte</b> <u>Funktionen und Prozesse im Multimediamanagement</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Grundlagen und Begrifflichkeiten</li> <li>▪ Institutionelle Sicht: Akteure der Multimediabranche</li> <li>▪ Funktionale Sicht: Kompetenzfelder des Multimediamanagements: Projektmanagement, Kommunikationswissenschaft, Design, Psychologie</li> <li>▪ Problembereich „Multimedia-Projektmanagement“</li> <li>▪ Problembereich „Multimedia-Usermanagement“ - Wahrnehmung und Nutzung multimedialer Inhalte und abgeleitete Rezeptions- und Produktionsprinzipien</li> <li>▪ Problembereich „Multimedia-Forschung“ (insb. Herausforderungen der Inhaltsanalyse von multimedialen Inhalten)</li> <li>▪ Phase „Konzeption von Multimedia-Angeboten“</li> <li>▪ Phase „Projektierung von Multimedia-Angeboten“: Kalkulation, Produktion, Qualitätssicherung, Dokumentation</li> <li>▪ Phase „Erfolgskontrolle“</li> </ul> <u>Anwendungsfelder im Multimediamanagement</u> Die Inhalte (Beispiele, Fallstudien, Lehrprojekte), die in der Lehrveranstaltung behandelt werden, werden jeweils zu Beginn des Semesters durch den Dozenten vorgestellt und durch die Lerngruppe ausgewählt. Die Struktur der Lehrveranstaltung ist an folgenden Vorgehensmodellen ausgerichtet: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Präsentation ausgewählter Anwendungsfälle im Multimediamanagement (Auswahl Einzel- bzw. Gruppenarbeiten)</li> <li>▪ Erarbeitung eines Vorgehensmodells sowie Festlegung relevanter Analysebereiche</li> <li>▪ Erarbeitung relevanter Analyse- und Aufbereitungsstandards für die Gruppenarbeiten</li> <li>▪ Durchführung der Gruppenarbeiten (moderiert und unterstützt durch den Lehrenden)</li> <li>▪ Ergebnispräsentation</li> <li>▪ Ergebnisbewertung durch die Gruppe ggf. unter Beteiligung von Praktikern</li> </ul>				

4	<b>Lehrformen</b> Die Vermittlung der Inhalte erfolgt im Rahmen eines teilnehmeraktiven seminaristischen Unterrichts. Analyse und Aufbereitung der Fallbeispiele erfolgt in Gruppenarbeiten, deren Ergebnisse präsentiert werden. Die Reflexion der Arbeitsergebnisse erfolgt in Form moderierter Gruppendiskussionen. Fallweise werden Praktiker (Praxisbeispiele/Realsituationen) in die Lehr-/Lernsituation einbezogen.
5	<b>Teilnahmevoraussetzungen</b> <b>Formal:</b> keine <b>Inhaltlich:</b> keine
6	<b>Prüfungsformen:</b> Hausarbeit; Umfang 15–20 Seiten (Bearbeitungszeit 70 Zeitstunden)
7	<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten:</b> Bestandene Modulabschlussprüfung (Hausarbeit)
8	<b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen):</b> keine
9	<b>Stellenwert der Note für die Endnote:</b> gemäß den Credits 10/180
10	<b>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende:</b> Prof. Dr. Claudia Gerhards (Modulverantwortliche)
11	<b>Sonstige Informationen (z.B. Literatur):</b> Am Anfang des Semesters wird Hinweis auf verpflichtende und optionale Literatur gegeben. <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bucher, Hans-Jürgen/ Thomas Gloning/ Katrin Lehnen (Hrsg.): Neue Medien – neue Formate. Ausdifferenzierung und Konvergenz in der Medienkommunikation. Frankfurt/M. 2010</li> <li>▪ Heijnk, Stefan: Texten fürs Web: planen, schreiben, multimedial erzählen, Heidelberg 2011</li> <li>▪ Konitzer, Michael A. (Hrsg.): Annual Multimedia 2013. Jahrbuch für Digital Marketing, Berlin 2013</li> <li>▪ Paus-Hasebrink, Ingrid et al. (Hrsg.): Integrative AV- und Online-Kommunikationsforschung. Perspektiven – Positionen – Projekte, Baden-Baden 2013</li> <li>▪ Plag, Florian / Roland Rimpp: Interaktives Video im Internet mit Flash. Konzeption und Produktion von Videos für das WWW, Berlin et al. 2007</li> <li>▪ Wirtz, Bernd W. (Hrsg.): Handbuch Medien- und Multimediamanagement, Wiesbaden 2003</li> <li>▪ Schumacher, Peter: Rezeption als Interaktion. Wahrnehmung und Nutzung multimodaler Darstellungsformen im Online-Journalismus, Baden-Baden 2009</li> <li>▪ relevante aktuelle Literatur</li> </ul>