

Modulbezeichnung:	Crossmediamanagement	
Modulnummer: (DLBMMSCM)	Semester: --	Dauer: Minimaldauer 1 Semester
Modultyp: Pflicht		Regulär angeboten im: WS, SS
Workload: 150 h		ECTS Punkte: 5
Zugangsvoraussetzungen: Keine		Unterrichtssprache: Deutsch
Kurse im Modul: <ul style="list-style-type: none"> • Seminar: Crossmediamanagement (DLBMMSCM01) 		Workload: Selbststudium: 120 h Selbstüberprüfung: - Tutorien: 30 h
Kurskoordinatoren/Tutoren::		Modulverantwortliche(r): Prof. Dr. Verena Renneberg
Bezüge zu anderen Programmen: keine		Bezüge zu anderen Modulen im Programm: <ul style="list-style-type: none"> • Projekt: Crossmediamanagement • Mobile Medien • Digitales Redaktionsmanagement
Qualifikations- und Lernziele des Moduls:		
<p>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • sich eigenständig in ein vorgegebenes Thema aus dem Bereich „Crossmediamanagement“ einzuarbeiten. • eigenständig relevante Literatur zu recherchieren und auszuwerten. • wichtige Eigenschaften, Zusammenhänge und Erkenntnisse in Form einer Ausarbeitung zu verschriftlichen. 		
Lehrinhalt des Moduls:		
<p>Das Seminar behandelt aktuelle Themen des Crossmediamanagements. Crossmediamanagement ist ein sogenanntes Schnittstellenmanagement, das die Konzeption und Realisation crossmedialer Projekte umfasst. Eine aktuelle Themenliste befindet sich im Learning Management System.</p>		
Lehrmethoden:	Siehe Kursbeschreibung	
Literatur:	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	

Anteil der Modulnote an der Gesamtabschlussnote des Programms: --	Prüfungszulassungsvoraussetzung:	Abschlussprüfungen:
	Siehe Kursbeschreibung	DLBMMSCM01: Schriftliche Ausarbeitung: Seminararbeit (100%)

Kursnummer: DLBMMSCM01	Kursname: Seminar: Crossmediamanagement	Gesamtstunden: 150 h ECTS Punkte: 5 ECTS
Kurstyp: Pflicht Kursangebot: Kursdauer: Minimaldauer 1 Semester		Zugangsvoraussetzungen: keine
Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren: Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		Bezüge zu anderen Modulen: Siehe Modulbeschreibung
<p>Beschreibung des Kurses:</p> <p>Im Rahmen des Seminars „Crossmediamanagements“ erstellen die Studierenden zu einem Fachthema eine Seminararbeit. Die Studierenden stellen so unter Beweis, dass sie in der Lage sind, sich selbstständig in ein Crossmediamanagement-Thema einzuarbeiten und die gewonnenen Erkenntnisse strukturiert zu dokumentieren und zu verschriftlichen.</p> <p>Kursziele:</p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> • sich eigenständig in ein vorgegebenes Thema aus dem Bereich „Crossmediamanagement“ einzuarbeiten. • eigenständig relevante Literatur zu recherchieren und auszuwerten. • wichtige Eigenschaften, Zusammenhänge und Erkenntnisse in Form einer Ausarbeitung zu verschriftlichen. <p>Lehrmethoden:</p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Leitfäden, Video-Präsentationen, (Online-)Tutorien und Foren. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p>Inhalte des Kurses:</p> <p>Das Seminar behandelt aktuelle Themen des Crossmediamanagements. Unter „crossmedial“ ist die Kombination verschiedenster medialer Gattungen wie beispielsweise Text, Audio, Animation und audiovisueller Content zu verstehen. Im Fokus stehen die Prozesse und insbesondere das Prozess-Management der Produktion crossmedialer Inhalte. Die Studierenden erwerben Kenntnisse aktueller Entwicklungen der wichtigsten Schritte, Meilensteine und Instrumente bei der Planung, Konzeption und Realisation crossmedialer Projekte. Jeder Teilnehmer muss zu einem ihm zugewiesenen Thema eine Seminararbeit erstellen.</p>		

Literatur:

- Jakubetz, C. (2011): Crossmedia (Praktischer Journalismus). 2. Auflage, UVK, Tübingen.
- Müller-Kalthoff, B. (2002): Cross-Media Management: Content-Strategien erfolgreich umsetzen. Springer VS, Wiesbaden.
- Schneider, M. (2013): Management von Medienunternehmen: Digitale Innovationen – crossmediale Strategien. Springer VS, Wiesbaden.
- Schmidt, C. (2016): Crossmedia-Kommunikation in kulturbedingten Handlungsräumen: Mediengerechte Anwendung und zielgruppenspezifische Ausrichtung. Springer VS, Wiesbaden.

Eine aktuelle Liste mit kursspezifischer Pflichtlektüre sowie Hinweisen zu weiterführender Literatur ist im Learning Management System hinterlegt.

Prüfungsleistung:

Schriftliche Ausarbeitung:
Seminararbeit

Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150

Selbststudium (in Std.): 120
Selbstüberprüfung (in Std.): -
Tutorien (in Std.): 30