

<b>Modulbezeichnung:</b>	<b>Gestaltung interaktiver Medien</b>	
<b>Modulnummer:</b> DLBMIGIM	<b>Semester:</b> --	<b>Dauer:</b> Minimaldauer 1 Semester
<b>Modultyp:</b> Pflicht		<b>Regulär angeboten im:</b> WS, SS
<b>Workload:</b> 150 h		<b>ECTS Punkte :</b> 5
<b>Zugangsvoraussetzungen:</b> keine		<b>Unterrichtssprache:</b> Deutsch
<b>Kurse im Modul:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Gestaltung interaktiver Medien (DLBMIGIM01)</li></ul>		<b>Workload:</b> Selbststudium: 110 h Selbstüberprüfung: 20 h Tutorien: 20 h
<b>Kurskoordinatoren/Tutoren::</b> Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		<b>Modulverantwortliche(r):</b> Dr. Sonja Hofauer
<b>Bezüge zu anderen Programmen:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Bachelor Mediendesign</li></ul>		<b>Bezüge zu anderen Modulen im Programm:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Grundlagen der Gestaltung</li><li>Medienplattformen und -systeme</li></ul>
<b>Qualifikations- und Lernziele des Moduls :</b>  Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, <ul style="list-style-type: none"><li>typische Kategorien und Einsatzszenarien interaktiver Medienformen zu benennen und zu erläutern.</li><li>typische Interaktionsformen zu beschreiben und Konzepte und Geräte für die Informationseingabe und -ausgaben zu erläutern und abzugrenzen.</li><li>Elemente und Spielmechaniken von Games zu beschreiben und die typischen Phasen der Spielentwicklung zu erläutern.</li><li>Interaktionskonzepte und Interaktionselemente in Social Media und E-Learning Systemen zu benennen, abzugrenzen und die Elemente, mit denen Interaktion gestaltet werden kann, zu bestimmen.</li><li>Einsatzfelder von Instant Messaging und Chats in der Unternehmensorganisation und -kommunikation beschreiben zu können und Ansätze zur Automatisierung von Interaktion zu benennen.</li></ul>		
<b>Lehrinhalt des Moduls:</b>		

- Grundlagen und Überblick über interaktive Medien
- Interaktionsformen und Informationseingabe und -ausgabe
- Games
- Social Media
- E-Learning
- Instant Messaging und Chats

<b>Lehrmethoden:</b>	Siehe Kursbeschreibung	
<b>Literatur:</b>	Siehe Literaturliste der vorliegenden Kursbeschreibung	
<b>Anteil der Modulnote an der Gesamtabchlussnote des Programms :</b>  --	<b>Prüfungszulassungsvoraussetzung:</b>	<b>Abschlussprüfungen:</b>
	Siehe Kursbeschreibung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DLBMIGIM01: Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie (100%)</li> </ul>

<b>Kursnummer:</b> DLBMIGIM01	<b>Kursname:</b> Gestaltung interaktiver Medien	<b>Gesamtstunden:</b> 150 h  <b>ECTS Punkte:</b> 5 ECTS
<b>Kurstyp:</b> Pflicht, Wahlpflicht Zu Details beachte bitte das Curriculum des jeweiligen Studiengangs  <b>Kursangebot :</b> <b>Kursdauer :</b> Minimaldauer 1 Semester		<b>Zugangsvoraussetzungen:</b> keine
<b>Kurskoordinator(en) / Dozenten / Lektoren:</b> Siehe aktuelle Liste der Tutoren im Learning Management System		<b>Bezüge zu anderen Modulen:</b> Siehe Modulbeschreibung
<p><b>Beschreibung des Kurses:</b></p> <p>In diesem Kurs wird sowohl ein Überblick über interaktive Medien und Interaktionsformen vermittelt, als auch die Gestaltung von Interaktion in ausgewählten Medienformen im Detail betrachtet. Nach der allgemeinen Darstellung der Grundlagen, Begriffe und typischen Einsatzszenarien von interaktiven Medien, werden zunächst allgemeine Konzepte und Geräte zur Informationsein- und -ausgabe dargestellt. Anschließend werden die Medienformen Games, Social Media, E-Learning und Instant Messaging vertieft. Hierbei werden insbesondere die Elemente zur Gestaltung von Interaktion betrachtet und in den Kontext medienformspezifischer Anwendungsfälle gestellt. Neben der Interaktion zwischen Menschen, werden dabei auch Möglichkeiten der automatisierten Interaktion diskutiert.</p> <p><b>Kursziele:</b></p> <p>Nach erfolgreichem Abschluss des Kurses sind die Studierenden in der Lage,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• typische Kategorien und Einsatzszenarien interaktiver Medienformen zu benennen und zu erläutern.</li> <li>• typische Interaktionsformen zu beschreiben und Konzepte und Geräte für die Informationseingabe und -ausgaben zu erläutern und abzugrenzen.</li> <li>• Elemente und Spielmechaniken von Games zu beschreiben und die typischen Phasen der Spielentwicklung zu erläutern.</li> <li>• Interaktionskonzepte und Interaktionselemente in Social Media und E-Learning Systemen zu benennen, abzugrenzen und die Elemente, mit denen Interaktion gestaltet werden kann, zu bestimmen.</li> <li>• Einsatzfelder von Instant Messaging und Chats in der Unternehmensorganisation und -kommunikation beschreiben zu können und Ansätze zur Automatisierung von Interaktion zu benennen.</li> </ul> <p><b>Lehrmethoden:</b></p> <p>Die Lehrmaterialien enthalten Skripte, Video-Vorlesungen, Übungen, Podcasts, (Online-) Tutorien und Fallstudien. Sie sind so strukturiert, dass Studierende sie in freier Ortswahl und zeitlich unabhängig bearbeiten können.</p> <p><b>Inhalte des Kurses:</b></p> <p><b>1. Grundlagen und Überblick über interaktive Medien</b></p> <p>1.1 Grundlagen und Begriffe</p> <p>1.2 Kategorien interaktiver Medienformen</p> <p>1.3 Typische Einsatzszenarien interaktiver Medien</p> <p><b>2. Interaktionsformen und Informationsein- und -ausgabe</b></p>		

2.1 Interaktionsformen: Definition und Überblick

2.2 Informationseingabe und Geräte

2.3 Informationsausgabe und Geräte

### **3. Games**

3.1 Phasen der Spieleentwicklung

3.2 Elemente in Spielen

3.3 Spielmechaniken

### **4. Social Media**

4.1 Social Media Strategie

4.2 Interaktionsformen, und -kanäle

4.3 Gestaltbare interaktive Elemente

### **5. E-Learning**

5.1 Interaktionskonzepte für individuelles Lernen

5.2 Interaktionskonzepte für kooperatives Lernen

5.3 Interaktive Elemente im E-Learning

### **6. Instant Messaging und Chats**

6.1 Einsatzfelder in Unternehmen und Organisationen

6.2 Interaktive Elemente und Komponenten

6.3 Automatisierte Interaktionsgestaltung

#### **Literatur:**

- Breidenich, C. (2010): @Design: Ästhetik, Kommunikation, Interaktion. Springer, Heidelberg.
- Grabs, A. et al.(2016): Follow me! Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter und Co. 4. Auflage, Rheinwerk Computing, Bonn.
- Henning, C. et al (2016): Play! Das Handbuch für YouTuber. Rheinwerk Computing, Bonn.
- Kritzenberger, H. (2005): Multimediale und interaktive Lernräume (Interaktive Medien). Oldenbourg Wissenschaftsverlag, München/Wien.
- Rehfeld, G. (2014): Game Design und Produktion: Grundlagen, Anwendungen und Beispiele. Carl Hanser, München.
- Schell, J. (2016): Die Kunst des Game Designs: Bessere Games konzipieren und entwickeln. Mitp, Frechen.

#### **Prüfungsleistung:**

Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

#### **Zeitaufwand Studierende (in Std.): 150**

Selbststudium (in Std.): 110

Selbstüberprüfung (in Std.): 20

Tutorien (in Std.): 20