2022

PHILOSOPHISCHE FAKULTÄT

UNIVERSITÄT ZU KÖLN

DEKANAT



MODULHANDBUCH

MEDIENWISSENSCHAFT

VERBUND-MASTER OF ARTS

MIT DEN WAHLPFLICHTFÄCHERN: MEDIENMANAGEMENT UND MEDIENÖKONOMIE, MEDIENINFORMATIK UND MEDIENRECHT.

NACH DER PRÜFUNGSORDNUNG FÜR DAS MASTERSTUDIUM AN DER PHILOSOPHISCHEN FAKULTÄT DER UNIVERSITÄT ZU KÖLN

VOM 16.8.2022



	Universität zu Köln
HERAUSGEBER	Dekanat der Philosophischen Fakultät
	Institut für Medienkultur und Theater
REDAKTION	Prof. Dr. Peter W. Marx und Sofie Taubert M.A.
ADRESSE	Meister-Ekkehart-Str. 11 50923 Köln
E-Mail	mewi-ma-beratung@uni-koeln.de
STAND	08.07.2023

Kontaktpersonen

Studiendekan/in: Prof. Dr. Andreas Michel

Dekanat der Philosophischen Fakultät der Universität zu Köln

+49 221 470 6150

studiendekan-philfak@uni-koeln.de

Studiengangsverantwortliche/r: Prof. Dr. Mathias Mertens

Institut für Medienkultur und Theater

+49 221 470 6924

mmerte10@uni-koeln.de

Prüfungsausschussvorsitzende/r: Prof. Dr. Andreas Michel

Dekanat der Philosophischen Fakultät der Universität zu Köln

+49 221 470 6150

studiendekan-philfak@uni-koeln.de

Fachstudienberater/in: Prof. Dr. Mathias Mertens

Institut für Medienkultur und Theater

+49 221 470 6924

mmerte10@uni-koeln.de

Legende

SM	Schwerpunktmodul
EM	Ergänzungsmodul
LV	Lehrveranstaltung
PV	Pflichtveranstaltung
WP	Wahlpflichtveranstaltung
VL	Vorlesung
RVL	Ringvorlesung
S	Seminar
Ü	Übung
KL	Kolloquium
PL	Prüfungsleistung
SSt	Selbststudium
K	Kontaktzeit (= Präsenzzeit in LV)
SWS	Semesterwochenstunde
WiSe	Wintersemester
SoSe	Sommersemester
LP	Leistungspunkt (engl.: CP)
WL	Workload (= Arbeitsaufwand)
РО	Prüfungsordnung

Inhaltsverzeichnis

1	Der	Studiengang Medienwissenschaft als Verbundstudiengang	. 1
	1.1	Inhalte, Studienziele und Voraussetzungen	. 1
	1.2	Mögliche Studienvarianten und -profile	
	1.3	Kooperierende Fakultäten (Pflichtfach und Wahlpflichtfächer)	
	1.4	LP-Gesamtübersicht	
2			
2	Stu	dienvarianten und -profile	
	2.1	Pflichtfach Medienkulturwissenschaft	
	2.1.		
	2.1.		. 3
	2.1.	5	
	2.1.	4 Berechnung der Fachnote	. 4
	2.2	Medienmanagement und Medienökonomie	
	2.2.	- · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
	2.2.		
	2.3	Medieninformatik	
	2.3.	J	
	2.3.	3	
	2.3.		
	2.4	Medienrecht	
	2.4.		
	2.4.		
	2.4.	3 Berechnung der Fachnote	. /
3	Mod	dulbeschreibungen und Modultabellen	. 8
	3.1	Medienkulturwissenschaft	. 8
	3.2	Ergänzungsmodule	12
	3.3	Wahlpflichtfächer	
	3.3.	1 Medienmanagement und Medienökonomie	19
	3.3.	2 Medieninformatik	47
	3.3.	3 Medienrecht	52
4	Stu	dienhilfen	59
	4.1	Empfohlene Studienverlaufspläne	50
	4.1.		
	4.1.	·	
	4.1.		
	4.1.		
	4.2	Fach- und Prüfungsberatung	
	4.3	Weitere Informations- und Beratungsangebote	

Der Studiengang Medienwissenschaft als Verbundstudiengang

Der Verbundstudiengang Master Medienwissenschaft besteht aus dem Pflichtfach Medienkulturwissenschaft mit einem Curriculum von 54 LP sowie einem im Bewerbungsvorgang frei gewählten Wahlpflichtfach im Umfang von 36 LP. Zur Auswahl stehen dabei die Fächer Medienmanagement und Medienökonomie, Medieninformatik sowie Medienrecht.

1.1 Inhalte, Studienziele und Voraussetzungen

Die medienkulturwissenschaftliche Ausbildung widmet sich der Analyse und Diskussion von Medien und Medieninhalten unter besonderer Berücksichtigung kulturwissenschaftlicher Ansätze. Fokussiert werden so vor allem Fragestellungen zum Konnex von Medien, Kultur und Gesellschaft, dessen vielfältige Ausformungen sich beispielhaft an kulturellen Praktiken der Mediennutzung oder etwa auch an Transformationen von Wissenskulturen beobachten lassen. Eine Besonderheit des Kölner Modells besteht in der Integration der Theaterwissenschaft in die Medienkulturwissenschaft, die am Kölner Institut eine lange Tradition hat. In der Verbindung von Medienkultur und Theater kommt auf exemplarische Weise zur Geltung, dass die soziale Rahmung und kulturelle Kontextualisierung sich nicht abgeschlossen im Paradigma von Einzelmedien oder -künsten vollzieht, sondern in deren wechselseitiger Bezogenheit diskutiert werden muss. Dieses Verständnis richtet sich auf medienübergreifende Konstellationen, deren Erforschung zugleich Kenntnisse der Geschichte, Theorie und Analyse weiterer Einzelmedien (wie Film, Fernsehen, Radio, Computer etc.) voraussetzt.

Gegenstandsbereich der Medienkulturwissenschaft sind Kultur- und Medientheorien, die Geschichte von Medien und Theater, die Ästhetik performativer Praktiken und medialer Artefakte sowie die Diskursivierungen der Medien. Die Medienkulturwissenschaft befasst sich sowohl mit den Verbreitungsmedien Schrift, Buchdruck, Telegrafie und optischen Medien als auch mit den "neuen" Medien des 20. und 21. Jahrhunderts. Die Einsicht in die historische und kulturelle Vielfalt der Sachverhalte, die unter dem Medienbegriff verhandelt werden, nimmt die Medienkulturwissenschaft daher zum Anlass, insbesondere medienkomparative und medienhistorische Fragestellungen zu verhandeln.

Der Verbundstudiengang trägt der Entwicklung der Medienlandschaft Rechnung, in der Arbeitsfelder stets weiter vernetzt werden und MedienkulturwissenschaftlerInnen mehr und mehr an den Schnittstellen zwischen originär medienkulturwissenschaftlichen Arbeitsfeldern und den Bereichen der Verwaltung der Medientechnologie, der Organisation, des Marketing und des Managements oder dem Medienrecht tätig sind.

Zum Masterstudium im Fach *Medienwissenschaft Verbund* kann zugelassen werden, wer einen Bachelorabschluss oder einen vergleichbaren Studienabschluss vorweist. Dabei müssen mindestens 30 LP für das Fach einschlägige Studienleistungen in dem Hauptfach Medienkulturwissenschaft erbracht sein und wenigstens die Gesamtnote 2,5 erreicht worden sein. Gesonderte Regelung zu den einzelnen Verbundstudienfächern siehe in den entsprechenden Unterpunkten zu den Studienvarianten und -profilen.

1.2 Mögliche Studienvarianten und -profile

Das Pflichtfach Medienkulturwissenschaft lässt sich mit drei Wahlpflichtfächern zu einem Verbundstudiengang kombinieren: die verschiedenen Varianten sind *Medienmanagement und Medienökonomie*, *Medieninformatik* sowie *Medienrecht*. Die Studierenden können die gewünschte Kombination im Bewerbungsvorgang frei wählen.

1.3 Kooperierende Fakultäten (Pflichtfach und Wahlpflichtfächer)

Das Pflichtfach Medienkulturwissenschaft ist wie das Wahlpflichtfach Medieninformatik an der Philosophischen Fakultät verortet. Medienmanagement und Medienökonomie ist an der wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Fakultät angesiedelt. Während das Wahlpflichtfach Medienrecht von der juristischen Fakultät angeboten und verwaltet wird.

1.4 LP-Gesamtübersicht

LP-Gesamtübersicht					
Pflichtfach	54 LP				
Wahlpflichtfach	36 LP				
Masterarbeit	30 LP				
Gesamt	120 LP				

2 Studienvarianten und -profile

2.1 Pflichtfach Medienkulturwissenschaft

Die medienkulturwissenschaftliche Ausbildung am Institut für Medienkultur und Theater ist als eine akademische, kulturwissenschaftlich ausgerichtete Ausbildung konzipiert, die zum einen in das Feld der Medienkultur- und Theaterwissenschaft einführt, zum anderen ein methodisches und theoretisches Grundverständnis, das die Kulturwissenschaften insgesamt verbindet, als Rahmen nutzt. Die Besonderheit des Kölner Modells ist die Verbindung von Medienkultur und Theater – verstanden nicht als einfache Vernetzung zweier unterschiedlicher Disziplinen, sondern als ein integriertes, dialogisches Konzept: Die Studierenden werden sowohl in Kunst- und Medienspezifika hinsichtlich Geschichte, Theorie und Methodik eingeführt. Darüber hinaussetzen sie sich von Beginn an mit übergreifenden Fragestellungen auseinander. Dahinter steht die Überzeugung, dass sich die soziale Rahmung und kulturelle Kontextualisierung nicht abgeschlossen im Paradigma von Einzelmedien oder -künsten vollzieht, sondern in der wechselseitigen Bezogenheit.

2.1.1 Studienaufbau und -abfolge

Das Pflichtfach Medienkulturwissenschaft gliedert sich in 5 Module. In den ersten beiden Semestern werden die Schwerpunktmodule SM 1 Medienkultur, SM 2 Medialität/Theatralität/Performativität sowie das im Selbststudium zu absolvierende SM 3 Grundlagentexte der Medienkulturwissenschaft studiert. Dieser Studienabschnitt dient der Vertiefung und Vernetzung, der im Bachelorstudium erworbenen Kompetenzen und Fachinhalte und führt die Studierenden an ein höheres Abstraktions- wie Reflexionsniveau heran. Sie lernen das im Bachelor erworbene Wissen in einen größeren Fachkontext einzuordnen und zu erweitern, eignen sich im Selbststudium Seh- und Leseerfahrung an und üben die Entwicklung und Durchführung eigener Fragestellungen und Forschungsansätze. Im Ergänzungsbereich werden aus einer Auswahl von fünf Wahlpflichtmodulen zwei ausgewählt. Dabei stehen sowohl Module zur Verfügung, die die Perspektive in Richtung Forschung und Wissenschaft öffnen, Fachwissen vertiefen und eigenständiges Arbeiten in den Fokus stellen (EM 1d Medienhistoriografie. EM 1e Forschungsdiskurs der aktuellen Medienkulturwissenschaft, als auch in Richtung Berufsfeldorientierung (EM 1c Medienkulturwissenschaft im Projekt und EM 1a Praktikum), in denen die Studierenden theoretisch angeeignetes Wissen in Anwendungs- und Berufsfelder einbringen. Modul EM 1b bietet die Möglichkeit ein Auslandssemester zu absolvieren und steht so im Zeichen der Perspektivöffnung, der Selbstorganisation sowie der Internationalisierung. Weiterhin besteht die Möglichkeit, das von a.r.t.e.s. angebotene Researchprogramm an dieser Stelle anzurechnen. Die Masterarbeit kann sowohl im Pflichtfach als auch im Wahlpflichtfach absolviert werden. Die Ergänzungsmodule sind nicht endnotenrelevant.

2.1.2 Spezielle Zugangsvoraussetzungen

Zum Masterstudium im Verbundstudium Medienwissenschaft kann zugelassen werden, wer einen Bachelorabschluss oder einen vergleichbaren Studienabschluss in Medienkulturwissenschaft oder in einem Studiengang mit vergleichbarem Curriculum vorweisen kann und dabei mindestens die Gesamtnote "gut (2,5)" erreicht hat. Das Curriculum muss sowohl im Pflichtfach als auch im gewählten Wahlpflichtfach vergleichbar sein. Im Pflichtfach ist eine Mindestanzahl von 30 LP Voraussetzung sofern das Wahlpflichtfach einschlägig nachgewiesen ist.

In dem Wahlpflichtfach *Medienmanagement und Medienökonomie* ist mindestens 30 LP in einem wirtschaftswissenschaftlichen Fach nachzuweisen, im Wahlpflichtfach *Medienrecht* Kenntnisse in Bereich und Umfang, wie sie das Kölner Bachelorstudium Medienwissenschaft vermittelt mit mindestens 20 LP.

Im Wahlpflichtfach *Medieninformatik* dienen die durch das Kölner Bachelorstudium der Medienwissenschaft vermittelten Kenntnisse als Richtschnur. Wesentlich sind Kenntnisse der objektorientierten Programmierung im Umfang von 20 LP, mit einem Schwerpunkt in der Programmiersprache C++ und in der Visuellen Programmierung.

2.1.3 Semesterbezogene LP-Übersicht Medienkulturwissenschaft

LP-Üb	LP-Übersicht							
Sem.	Modul	K	SSt	LP				
1.	SM 1 Medienkultur	84 h	276 h	12 LP				
1.	SM 2 Medialität/Theatralität/Performativität	56 h	304 h	12 LP				
12.	SM 3 Grundlagentexte der Medienkulturwissenschaft	0 h	180 h	6 LP				
3.	EM 1a Praktikum	0 h	360 h					
23.	EM 1b Auslandsstudium	0 h	360 h					
2.	EM 1c Medienkulturwissenschaft im Projekt	56 h	304 h	24 LP				
3.	EM 1d Medienhistoriografie	84 h	276 h					
3.	EM 1e Forschungsdiskurs der aktuellen Medienkulturwissenschaft	84 h	276 h					
4.	Abschlussmodul: Masterarbeit		900 h	30 LP				

2.1.4 Berechnung der Fachnote

Die Fachnote (Studienbereichsnote) ergibt sich aus dem nach Leistungspunkten gewichteten arithmetischen Mittel der Module SM 1 bis SM 3.

2.2 Medienmanagement und Medienökonomie

Ziel des Wahlpflichtfachs Medienmanagement und Medienökonomie ist die Vermittlung von Führungskompetenz für Managementaufgaben in Unternehmen der Massenkommunikation (Buch, Presse, Rundfunk, Fernsehen, elektronische Medien) und der darstellenden Medien (Film, Theater, Musik). Die Studierenden erwerben vertiefte kaufmännische, rechtliche, publizistische und medientechnische Kenntnisse sowie eine ausgeprägte Kompetenz im Umgang mit kreativen Prozessen von Medien. Sie bilden ein Bewusstsein aus für die interdisziplinäre Kommunikation und Kooperation und lernen mit Mechanismen und Instrumenten der Betriebswirtschaftslehre, der Strategie und der Informationssysteme umzugehen und auf Fragestellungen des Medienmanagements und der Neuen Medien anzuwenden. Studierende können durch die Ausbildung im Mediensektor, der im Kontext der Entwicklungen der Informations- und Kommunikationstechniken zu den großen Wachstumsbranchen im neuen Jahrtausend zählt, sowohl spezifische branchenbezogene betriebswirtschaftliche Fachkompetenz als auch Sensibilität für die publizistischen Belange einbringen. Dies beinhaltet die kaufmännische Kalkulation z. B. des Tausenderkontaktpreises in Fallstudien ebenso wie die Diskussion jeweils aktueller medienpolitischer Entwicklungen und deren Bedeutung für die Medienunternehmen selbst. Zudem bieten sich branchenübergreifend Möglichkeiten an, als Kommunikationsspezialist mit betriebswirtschaftlichem Hintergrund tätig zu sein. Um die Breite der Arbeitsmarktsegmente abdecken zu können, ist der Umgang mit betriebswirtschaftlichen Techniken und sozialwissenschaftlichen bzw. statistischen Methoden notwendig.

2.2.1 Studienaufbau und -abfolge

Die Studierenden absolvieren im Wahlpflichtfach Medienmanagement und Medienökonomie insgesamt 36 LP. Die Module SM1 und EM1 sind Pflichtmodule; die übrigen vier Module können nach Wahl belegt werden.

2.2.2 Semesterbezogene LP-Übersicht Medienmanagement und Medienökonomie

LP-Ük	LP-Übersicht							
Sem.	Modul	K	SSt	LP				
13.	SM1 Media Economics	60 h	120 h	6 LP				
13.	EM1 Media and Technology Management: Enterprises, Markets, and Strategies	30 h	150 h	6 LP				
13.	SM2 Seminar Media Economics	30 h	150 h	6 LP				
13.	EM2 Media and Technology Management - Selected Issues I	30 h	150 h	6 LP				
13.	EM3 Media and Technology Management: - Selected Issues II	30 h	150 h	6 LP				
13.	EM4 Media and Technology Management - Research and Publications	30 h	150 h	6 LP				
13.	BM1 Information Systems I	60 h	120 h	6 LP				
13.	BM2 Information Systems II	60 h	120 h	6 LP				
13.	BM3 Digital Transformation	45 h	135 h	6 LP				
13.	SM3 Brand Management	45 h	135 h	6 LP				
13.	SM4 Customer Management	45 h	135 h	6 LP				
13.	SM5 Marketing Performance Management	45 h	135 h	6 LP				
13.	SM6 Digital Strategy and Marketing	45 h	135 h	6 LP				
13.	SM7 Business Ethics	60 h	120 h	6 LP				
13.	SM8 Strategic Human Resource Management	60 h	120 h	6 LP				
13.	SM9 Strategic Management	60 h	120 h	6 LP				
13.	SM10 Strategic Development	60 h	120 h	6 LP				

2.2.3 Berechnung der Fachnote

Die Fachnote (Studienbereichsnote) im Wahlpflichtfach ergibt sich aus dem nach Leistungspunkten gewichteten arithmetischen Mittel der endnotenrelevanten Module.

2.3 Medieninformatik

Das Masterstudium im Wahlpflichtfach *Medieninformatik* baut in allen Qualifikationsbereichen auf dem durch das Bachelorstudium erreichten Niveau auf. Einfach gesagt ist das Ziel des Bachelorstudiums die Fähigkeit zur Anwendung existierender und bekannter Techniken; das Ziel des Masterstudiums besteht darin, diese Techniken selbstständig über das bisher Bekannte hinaus weiterentwickeln zu können.

- (a) Das bedeutet eine erhebliche Vertiefung im Bereich der technischen Grundlagen, bei der versucht wird, als selbstverständlich verstandene technische Vorgehensweisen bei der Behandlung einzelner Medien, an neue inhaltliche Modelle anzupassen.
- (b) Die Vorstellung, dass viele scheinbar dem "digitalen Medium" innewohnenden Eigenschaften in Wirklichkeit nur willkürliche Festlegungen sind, wird durch die Untersuchung der Frage ergänzt, wie digitale Medien aussehen könnten, die andere Grundannahmen treffen. (Z.B. *nicht* die vorgeblich zwingende Beschränkung auf "wahr" und "falsch")
- (c) Im Rahmen des Masterstudiums werden konkrete mediale und Informationssysteme aus den Kulturwissenschaften im Detail untersucht.
- (d) Die 3D-/ Simulationstechniken werden nicht mehr einfach angewendet, sondern es wird untersucht, wieweit sie selbst weiterentwickelt werden können.
- (e) Die Regeln für die semantische Beschreibung von Medien werden auf andere Bereiche angewendet.

2.3.1 Studienaufbau und -abfolge

Das Wahlpflichtfach *Medieninformatik* ist als durchgehendes Projektstudium angelegt. Als solches ist es um das Schwerpunktmodul SM 3 aufgebaut, das die Studierenden durch die ersten drei Semester des Masterstudiums begleitet und die Möglichkeit gibt, sich aus unterschiedlichen Gesichtspunkten in ein Arbeitsgebiet einzuarbeiten, das schließlich in die Masterarbeit münden kann.

Dieses Schwerpunktmodul wird flankiert durch das SM 1, das im ersten Semester eine Einführung in die Sprachliche Informationsverarbeitung vermittelt und dem SM 2, das eine Einführung in die Historisch-Kulturwissenschaftliche Informationserarbeitung vorsieht.

2.3.2 Semesterbezogene LP-Übersicht Medieninformatik

LP-Ük	LP-Übersicht							
Sem.	Modul	K	SSt	LP				
1.	SM 1 Einführung in die Sprachliche Informationsverarbeitung	60 h	210 h	9 LP				
23.	SM 2 Einführung in die Historisch-Kulturwissenschaftliche Informationsverarbeitung	60 h	210 h	9 LP				
3.	SM 3 Verarbeitung mehrdimensionaler Daten	90 h	450 h	18 LP				

2.3.3 Berechnung der Fachnote

Die Fachnote (Studienbereichsnote) im Wahlpflichtfach ergibt sich aus dem nach Leistungspunkten gewichteten arithmetischen Mittel der endnotenrelevanten Module.

2.4 Medienrecht

Das Wahlpflichtfach Medienrecht vermittelt den Studierenden juristische Kenntnisse in allen Bereichen, die mit der Produktion, Vermittlung und technischen Übertragung von Kommunikationsinhalten durch Medien verbunden sind. Dazu gehören das Presse-, Internet-, Rundfunk- und Telekommunikationsrecht sowie verwandte Rechtsgebiete (z. B. Verbraucherrecht, Öffentliches Wirtschaftsrecht). Sie Iernen, mediale Problemstellungen rechtlich einzuordnen und zu lösen, was für viele ihrer potenziellen künftigen Tätigkeitsbereiche in Rundfunk-, Film - und Telekommunikationsunternehmen hilfreich und oftmals unabdingbar ist.

2.4.1 Studienaufbau und -abfolge

Das Wahlpflichtfach Medienrecht besteht aus vier Pflichtmodulen SM 1 Spezielle Bereiche des Medienrechts, SM 2 Gewerblicher Rechtsschutz / Urheberrecht und Wettbewerbsrecht, SM 3 Internationales und Europäisches Privatrecht sowie SM 4 Europarecht.

2.4.2 Semesterbezogene LP-Übersicht Medienrecht

LP-Üb	LP-Übersicht							
Sem.	Modul	K	SSt	LP				
14.	SM 1 Spezielle Bereiche des Medienrechts	90 h	180 h	9 LP				
14.	SM 2 Gewerblicher Rechtsschutz/Urheberrecht und Wettbewerbsrecht	90 h	180 h	9 LP				
14.	SM 3 Internationales und Europäisches Privatrecht	90 h	180 h	9 LP				
14.	SM 4 Europarecht	90 h	180 h	9 LP				

2.4.3 Berechnung der Fachnote

Die Fachnote (Studienbereichsnote) im Wahlpflichtfach ergibt sich aus dem nach Leistungspunkten gewichteten arithmetischen Mittel der endnotenrelevanten Module.

3 Modulbeschreibungen und Modultabellen

Hinweis: Gemäß § 15 Abs. 2 der PO sind unter "Studienleistungen" in der Regel folgende Formate vorgesehen: Elektronische Lernstandserhebungen, Essays, Exercises, Hausaufgaben, Kurzreferate, Protokolle, Rezensionen, Testklausuren, Thesenpapiere und ähnliche Formate.

3.1 Medienkulturwissenschaft

Das Absolvieren der drei Schwerpunktmodule ist obligatorisch. Die Modulprüfungen sind endnotenrelevant

SM 1	: Medienk	ultur					
Kenn	nummer	Workload	Leistungs- punkte	Studien-se- mester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
4227N	MMXSM1	360 h	12 LP	1. Semester	WiSe	1 Semester	
1	Lehrveranstaltungen a) VL Ästhetik der Medien im WiSe		Kontaktzeit	Selbststudium			
			m WiSe	30 h	30 h		
	b) S Med	dientheorie im WiS	е	30 h	30 h		
	c) Ü Med	dien- und Kulturana	alyse im WiSe	30 h	60 h		
	d) Modulprü	lprüfung: Hausarbe	eit		150 h		
2	Ziele de	s Moduls und zu	erwerbende Kon	npetenzen	-	•	
	Die Studierenden						
	 verfügen über ein vertieftes Verständnis von Abstraktions- und Reflexionsmöglichkeite Theorien und Methoden der Medientheorie und Medienanalyse. 						

- können eigenständig verschiedene Theorieansätze der Medienkulturwissenschaft sowohl miteinander als auch mit Theorieansätzen anderer Disziplinen in ein Verhältnis setzen und darüber hinaus in ihren Setzungen, Grundananahmen, Modellen und ihrer Produktivität erhellen und hinterfragen.
- haben einen Überblick über grundlegende Theorien und Methoden der Medienkulturwissenschaft.
- können das Instrumentarium der Medienanalyse in medienspezifischer, trans- und intermedialer Perspektive für medienkulturwissenschaftliche Lektüren und Diskussionen anwenden.
- können eigenständig Fragestellungen und Forschungsansätze erarbeiten und das für die spezifische Frage produktive Set an Methoden und Theorien auswählen und anwenden.
- können Recherche-, Analyse-, Diskussions-, kurz: Forschungsergebnisse in einer eigenständig verfassten Arbeit präsentieren.

sind vorbereitet, um im Master stärker eigenständig zu forschen.

3 Inhalte des Moduls

Zu Beginn des Masterstudiums bereitet dieses Modul die Studierenden auf die starke Betonung von spezifischen Fragestellungen der Forschung vor. Medientheorien, Ansätze und Methoden der Me-

	dien- und Kulturanalyse werden auf Fragestellungen zu medialen und kulturellen Konstellationen bezogen, die der Vertiefung der Diskussion des fachspezifischen Konnexes von Medien, Kultur und Gesellschaft dienen und die ein breites Spektrum von Forschungsfeldern wie beispielsweise Gedächtnismedien, Stars, Digitalkulturen oder interkulturelle Austauschprozesse berücksichtigen. Das Modul fungiert als Gelenk zwischen dem Bachelor- und dem Masterstudium, indem bewusst Grundlagen der Medienkulturwissenschaft aufgegriffen werden, um dadurch für alle Masterstudierenden dieselbe Ausgangsbasis ihres Studiums zu schaffen. Durch die speziellen Fragestellungen, anhand derer die Grundlagen des Faches in den Veranstaltungen aufgegriffen werden, widmet sich das Modul einem höheren Abstraktions- und Reflexionsniveau der Medientheorien und Methoden der Medien- und Kulturanalyse.
4	Lehr- und Lernformen
	Vorlesung, Seminar, Übung
5	Modulvoraussetzungen
	Keine
6	Form der Modulprüfung
	Schriftliche Prüfung im Seminar: Hausarbeit (15-18 Seiten)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten
	Erbringung von Studienleistungen, Bestehen der Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)
	Pflichtmodul des Studienfaches Medienkulturwissenschaft im Ein-Fach, Zwei-Fach und Verbund- Master
9	Stellenwert der Modulnote für die Fachnote
	12/30
10	Modulbeauftragte/r
	Professur für Medienwissenschaft mit Schwerpunkt Digitalkultur
11	Sonstige Informationen
	Prüfungssprache: deutsch oder englisch

SM 2:	SM 2: Medialität/Theatralität/Performativität								
Kennnummer 4227MMXSM2		Workload Leistungs- punkte		Studien-se- mester	Häufigkeit des Angebots	Dauer			
		SM2 360 h 12 LP	12 LP	1. Semester So	SoSe	1 Semester			
1	Lehrvera	anstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium				
	a) S (Inte	er-) Mediale Konste	llationen im SoSe	30 h	60 h				
	b) S The	atralität und Perfori	mativität im SoSe	30 h	60 h				
	c) Modul	prüfung: Hausarbei	t		180 h				
2	Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen								
	Die Studierenden								

sind sensibilisiert für trans- und intermediale Perspektiven, in Abgrenzung zu Fragestellungen, die medienspezifisch begrenzt sind kennen verschiedene Formen von Bühnen- und Spielräumen, Immersions- und Embodi-ment-Strategien. haben einen Überblick über verschiedene Formen und Praktiken der Theatralität und Performativität sowohl in Kontexten des Theaters im engeren Sinne als auch in kulturellen Praktiken wie Ritualen, Zeremonien, nonverbaler Kommunikation etc. verstehen Formen und Praktiken der Theatralität und Performativität in soziokulturelle Kontexte zu verorten und haben ein Bewusstsein für deren wechselseitige Abhängigkeit sowie für die Aushandlungs- und Transformationsprozesse, denen Kulturkreise unterworfen sind. können ein Thema in seiner Komplexität in einer eigenständig verfassen Arbeit darstellen und diskutieren. 3 Inhalte des Moduls Medialität. Theatralität und Performativität gehören zu den zentralen – wenn auch keineswegs unproblematischen - Schlüsselbegriffen theater- und medienwissenschaftlicher Debatten. Gerade die spannungsreiche diskursive Aufladung dieser Konzepte macht sie zu einem idealen Ausgangspunkt für die Vermittlung der großen Bandbreite kulturwissenschaftlicher Ansätze zum Ereignis-, Aufführungs- und Vollzugscharakter von Medienkulturen. 4 Lehr- und Lernformen Seminar 5 Modulvoraussetzungen Keine 6 Form der Modulprüfung Schriftliche Prüfung in einem der Seminare: Hausarbeit (18-20 Seiten) 7 Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Erbringung von Studienleistungen, Bestehen der Modulprüfung 8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Pflichtmodul des Studienfaches Medienkulturwissenschaft im Ein-Fach. Zwei-Fach und Verbund-Master 9 Stellenwert der Modulnote für die Fachnote 12/30 10 Modulbeauftragte/r Professur für Medienwissenschaft mit Schwerpunkt Digitalkultur 11 **Sonstige Informationen** Prüfungssprache: deutsch oder englisch

SM 3: Grundlagentexte der Medienkulturwissenschaft

Kennnummer		Workload	Leistungs- punkte	Studien-se- mester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
42271	MMVSM3	180 h	6 LP	12. Semester	WiSe/SoSe	1 Semester
1	Lehrvera	nstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	
	a) Kolloqu b) Modulp	uium orüfung: mündliche	Prüfung	30h	100 h 50 h	
2	 Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen Die Studierenden haben einen profunden Überblick über die Medien- und Theatergeschichte. kennen bedeutende Klassiker der Theater-, Film- und Fernsehgeschichte. kennen ein erweitertes Set an klassischen Theorietexten. haben profunde Erfahrungen und Übung im Umgang mit Methoden und Zugängen der Menanalyse und der Erarbeitung theoretischer Texte. haben ein eigenverantwortliches Zeitmanagement für fortdauernde Arbeitsaufgaben, die ger als ein Semester dauern können. verfügen alle über dasselbe theoretische, methodische und mediengeschichtliche Basis sen. können eigenverantwortlich angeeignetes theoretisches, methodisches und medie schichtliches Wissen oral präsentieren und diskutieren. 					gängen der Medi- aufgaben, die län- chtliche Basiswis-
3	Das Mode sich in eig denen me den Studi nen, das Masterstu	genständiger Arbei edialen Inszenieru erenden damit gen im Rahmen eines udierenden des Fa	t eine vorgegebene ngen an. Das Mod lügend Zeit, um sic Kolloquiums reflel	ng der fachlichen Ke Liste sowohl von ul begleitet durchg hein profundes und ktiert wird. Gleichzes Studiums über en.	Theorietexten als a ehend das Masters d breit aufgestelltes eitig garantiert das	uch von verschie- studium und lässt s Wissen anzueig- Modul, dass alle
4		d Lernformen ndige Studien, Koll	oquium			
5	Modulvoraussetzungen Keine					
6	Form der Modulprüfung Mündliche Prüfung (45 Minuten)					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten					

	Bestehen der Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Pflichtmodul im Verbund-Master
9	Stellenwert der Modulnote für die Fachnote 6/30
10	Modulbeauftragte/r Professur für Medienwissenschaft mit Schwerpunkt Digitalkultur
11	Sonstige Informationen Die Prüfung muss mit einer/m Professorln abgesprochen werden. Dies geschieht idealerweise im Rahmen des Kolloquiums. Informationen zu den Inhalten der Leseliste werden auf der Homepage des Instituts veröffentlicht. Prüfungssprache: deutsch oder englisch.

3.2 Ergänzungsmodule

Im Bereich der Ergänzungsmodule stehen fünf Alternativen zur Verfügung. Aus den möglichen Varianten sind zwei Module zu absolvieren. Die Module werden mit einer Prüfungsleistung abgeschlossen. Die Modulnote ist nicht endnotenrelevant. Alternativ kann der Ergänzungsbereich im Umfang von 12 LP genutzt werden, um am a.r.t.e.s.-Modul teilzunehmen. Die Aufnahme- und Teilnahmebedingungen sind bei der a.r.t.e.s.-Graduate School zu erfragen.

EM 1	EM 1a: Praktikum								
Kennnummer		Workload	Leistungs- punkte	Studien-se- mester	Häufigkeit des Angebots	Dauer			
4227N	MMXEM1	360 h	12 LP	beliebig	WiSe/SoSe	6-8 Wochen			
1	Lehrver	anstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium				
	a) Prakti	kum			350 h				
	b) Modu	lprüfung: Bericht			10 h				
2	Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen								
	Die Stud	udierenden							
	 haben einen Überblick über die lokale deren verschiedene Berufsanforderu 			und ihre verschiede	enen Berufsfelder,				
 haben vertiefte Erfahrungen mit der eigenständigen Organisation einer beispielsweise der Koordination und Integration des Praktikums in ihr S 									
	•	kennen verschiedene Präsentationsformate, die für das gewählte Berufsfeld relevant sind							
	•	haben vertiefte Erfahrungen mit Bewerbungsprozessen.							
	•	können ihre eigen	en Fähigkeiten und	Interessen besser	einschätzen.				

	können ihre fachlichen Kompetenzen im Arbeitsalltag in der Medienbranche produktiv machen.
	haben Erfahrungen im Aufbau von Netzwerken.
	 können ihre Erfahrungen und ihr Verständnis eines Tätigkeitsfeldes in einem Bericht präsentieren und reflektieren.
3	Inhalte des Moduls
	Das Ergänzungsmodul Praktikum bietet Studierenden die Möglichkeit ihre Fähigkeiten und Kenntnisse in der konkreten Praxisarbeit anzuwenden und je nach persönlichem Interesse auszubauen bzw. neue Felder zu erschließen. Dazu absolvieren die Studierenden ein mindestens sechswöchiges Praktikum in einem studiengangsrelevanten Bereich (z.B. Fernsehen, Film, Hörfunk, Theater, Kulturmanagement, Journalismus etc.). Das Praktikum kann während der vorlesungsfreien Zeit oder – sofern es der Stundenplan erlaubt – während des Semesters geleistet werden. Ein abschließender Bericht dient der Reflexion über die eigenen Stärken und Schwächen, den Arbeitsalltags sowie mögliche Berufsfelder.
4	Lehr- und Lernformen
	Praktikum
5	Modulvoraussetzungen
	Keine
6	Form der Modulprüfung
	Schriftliche Prüfung: Bericht (6 Seiten)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten
	Teilnahme am Praktikum, Bestehen der Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)
	Wahlpflichtmodul im Masterstudienfach Medienkulturwissenschaft.
9	Stellenwert der Modulnote für die Fachnote
	Die Modulnote geht nicht in die Fachnote ein.
10	Modulbeauftragte/r
	Professur für Medienwissenschaft mit Schwerpunkt Digitalkultur
11	Sonstige Informationen
	Prüfungssprache: deutsch oder englisch

EM 1	b: Auslan	dsstudium						
Kennnummer		Workload	Leistungs- punkte	Studien-se- mester	Häufigkeit des Angebots	Dauer		
4227N	MMXEM2	360 h	12 LP	2 3. Semester	WiSe/SoSe	1 Semester		
1	Lehrvera	ı anstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium			
	a) Anerko aus dem	ennung von Lehrve Ausland	ranstaltungen		360 h			
2	Ziele des	s Moduls und zu e	rwerbende Komp	etenzen				
	Die Stud	ierenden						
	•	kennen alternative	Wissens- und Wis	senschaftskulturen.	•			
		sind darin geübt, s und pädagogische		utionen einzuarbeit ssen.	en, und sich an ne	ue Anforderungen		
	•	sind geübt in interk	ultureller Kommun	ikation				
	•	kennen Strategien	zur Planung und D	Durchführung eines längeren Auslandsaufenthalts er eigenen Kultur und Wissenskultur einnehmen, die eine oorien erlaubt.				
		können eine kritisc Reflexion über der						
	•	haben gesteigerte Sprachkompetenzen im Lesen, Hören und Schreiben.						
		sind darin geübt u gen.	nd erfahren, akade	emische Leistungen in einer anderen Sprache zu erbrin-				
3	Inhalte o	les Moduls						
	ausländis men Red Dabei we dienanal ständige	schen Universitäte chnung zu tragen, k erden Lehrveransta yse und der Medie	n und zugleich der cönnen Auslandsle Itungen aus Bereic npraxis anerkannt. n abzusprechen, w	mmen für ein Studi en unterschiedliche istungen gebündelt chen der Medienthe Vor Antritt des Aus relche Lehrveransta	en Veranstaltungs- in diesem Modul a eorie, der Medienge slandsaufenthalts is	und Leistungsfor- inerkannt werden. eschichte, der Me- st mit der/dem zu-		
4	Lehr- un	d Lernformen						
	gemäß L	ehrveranstaltunger	n im Ausland					
5	Modulvo	oraussetzungen						
	Keine (E	Zeine (Erfüllung der Vorrausetzungen der Partner-Universität)						
6	Form de	r Modulprüfung						
	Gemäß F	Prüfung im Ausland						
7	Vorauss	etzungen für die \	/ergabe von Leist	ungspunkten				
	Anerkeni	Anerkennung des Auslandsstudiums						
8	Verwend	lung des Moduls	in anderen Studie	engängen)				
	Wahlpflid	Wahlpflichtmodul im Masterstudienfach Medienkulturwissenschaft						
9	Stellenw	ert der Modulnote	e für die Fachnote	ļ				

	Die Modulnote geht nicht in die Fachnote ein.
10	Modulbeauftragte/r
	Professur für Medien- und Theaterwissenschaft
11	Sonstige Informationen
	Bitte sprechen Sie vor Abreise mit der/dem Erasmusbeauftragten ab, welche Veranstaltungen Sie im Ausland besuchen möchten.

EM 1c: Medienkulturwissenschaft im Projekt						
Kennnummer 4227MMXEM3		Workload	Leistungs- punkte	Studien-se- mester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
12271	MINI (LIVIO	360 h	12 LP	2. Semester	SoSe	1 Semester
1	1 Lehrveranstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium		
	a) Ü Projektarbeit im SoSe			60 h	240 h	
	b) Modulp	orüfung: kombinier			60 h	

2 Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen

Die Studierenden...

- können fachspezifische Fähigkeiten (etwa der Medienanalyse, der Quellenkritik, der Diskussion von Medientheorie etc.) eigenständig einsetzen und für spezifische Projekte fruchtbar machen.
- sind vertraut mit der eigenständigen Planung und Durchführung von größeren Forschungsprojekten und können die notwendigen Methoden und Zugänge für einen erfolgreichen Abschluss des Projektes auswählen.
- haben Kenntnis von verschiedenen Formen des Projektmanagements sowie von verschiedenen Präsentationsformen für verschiedene Zuhörerschaften.
- beherrschen ein zielführendes Zeitmanagement sowie eine effiziente Koordination verschiedener Gruppen mit verschiedenen Aufgaben und können darüber hinaus erfolgreich im Team arbeiten
- haben eine vertiefte Erfahrung darin, sich als Wissenschaftler und Forscher seriös und erfolgreich zu präsentieren.
- sind vertraut mit bezogen auf die Bedingungen und Zielsetzungen des Projektes ver-schiedenen Berufsfeldern im Bereich Medien, Theater und Kulturmanagement.
- kennen verschiedene Schnittstellen von Forschung und Öffentlichkeit und deren spezifischen Bedingungen und Möglichkeiten des Austauschs.
- haben Erfahrungen mit dem Aufbau von Netzwerken.

3 Inhalte des Moduls

Mit dem Projektmodul wird im Studienverlauf des Masterprogramms eine Möglichkeit geschaffen, alternative Arbeitsformen zu erproben, die zeitlich und didaktisch den konventionellen universitären Rahmen erweitern. Bewusst ist das Modul nicht thematisch festgelegt, sondern definiert sich über die spezifische Arbeitsform. Dabei sollen Kompetenzen und Kenntnisse, die im bisherigen Studienverlauf erworben wurden, vertieft und im Hinblick auf das jeweilige Projekt neu perspektiviert werden.

	Das Projekt strebt ein greifbares und erreichbares Ergebnis an, das mit der jeweiligen Gruppe von Studierenden erarbeitet wird. Dabei kann es sich um eine Ausstellung oder eine digitale Präsentation handeln, die Organisation einer wissenschaftlichen Tagung oder das Erstellen einer Publikation. Die Studierenden üben hierbei im Besonderen die Anwendung des akademischen Wissens für vorher gesetzte Projekte.
4	Lehr- und Lernformen
	Übung
5	Modulvoraussetzungen
	Keine
6	Form der Modulprüfung
	kombinierte Prüfung: Referat mit schriftlicher Ausarbeitung
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten
	Erbringung von Studienleistungen, Bestehen der Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)
	Wahlpflichtmodul des Studienfaches Medienkulturwissenschaft im Zwei-Fach und Verbund-Master
9	Stellenwert der Modulnote für die Fachnote
	Die Modulnote geht nicht in die Fachnote ein.
10	Modulbeauftragte/r
	Professur für Medien- und Theaterwissenschaft
11	Sonstige Informationen
	Prüfungssprache: deutsch oder englisch

EM 1	EM 1d: Medienhistoriografie					
Kenr	nummer	Workload	Leistungs- punkte	Studien-se- mester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
4227	MMXEM4	360 h	12 LP	1. Semester	WiSe	1 Semester
1	Lehrvera	nstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	
	a) VL Medien- und Theatergeschichte schrei ben: Probleme und Perspektiven im WiSe			30 h	30 h	
	b) S Medic	endiskurse im W	diskurse im WiSe		60 h	
	c) Ü Quell	enkritik im WiSe		30 h	30 h	
	d) Modulp	rüfung: Hausarb	eit		150 h	
2	Ziele des	Moduls und zu	erwerbende Kompe	tenzen		1
	Die Studie	erenden				
		aben einen Übe listoriografie.	rblick über und sind v	vertraut mit versch	iedenen Methoden ι	und Narrativen der

- haben eine vertiefte Erfahrung mit der Analyse und Diskussion von Einzelfällen historischer Konstellationen der Medienkulturgeschichte, um diese auf einem höheren Reflexionsniveau in ihrer Komplexität zu erfassen.
 verstehen die Pluralität und Vielgestaltigkeit von Diskursen und Praktiken der Mediennutzung und wissen Wechselverhältnisse und Aushandlungsprozesse zu erkennen und in ihrer medien-
- können sich eigenständig Quellen erarbeiten, diese in verschiedenen historischen und theoretischen Rahmen kontextualisieren und reflektieren.
- kennen verschiedene Methoden der historischen Recherche und Quellenkritik und können ihre Ergebnisse eigenständig schriftlich präsentieren.

3 Inhalte des Moduls

Das Bewusstsein um historische und kulturelle Kontingenz bildet die theoretische und methodische Grundlage für eine kulturwissenschaftliche Perspektive, die Pluralität und Vielgestaltigkeit nicht in Entwicklungsschemata subsumiert, sondern als Wechselverhältnisse und Aushandlungsprozesse beschreibt. Dieses Modul will diese Perspektive besonders stärken. Bot das vergleichbare Bachelormodul vor allem einen Überblick, sollen im SM durch das Miteinander von Vorlesung, Seminar und Übung Einzelfälle vertieft und diskutiert werden. Ziel ist es dabei besonders, die Studierenden an ein eigenständiges historiografisches Arbeiten heranzuführen.

4 Lehr- und Lernformen

Vorlesung, Seminar, Übung

5 Modulvoraussetzungen

Keine

6 Form der Modulprüfung

Schriftliche Prüfung im Seminar: Hausarbeit (15-18 Seiten)

und kulturhistorischen Relevanz zu diskutieren.

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Erbringung von Studienleistungen, Bestehen der Modulprüfung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

Wahlpflichtmodul des Studienfaches Medienkulturwissenschaft im Zwei-Fach und Verbund-Master

9 Stellenwert der Modulnote für die Fachnote

Die Modulnote geht nicht in die Fachnote ein.

10 Modulbeauftragte/r

Professur für Medien- und Theaterwissenschaft

11 Sonstige Informationen

Prüfungssprache: deutsch oder englisch

EM 1	e: Forsch	ungsdiskurs der	aktuellen Medie	nkulturwissenso	haft			
Kenn	nummer	Workload	Leistungs- punkte	Studiensemes- ter	Häufigkeit des Angebots	Dauer		
4227N	MMXEM5	360 h	12 LP	3. Semester	WiSe	1 Semester		
1	Lehrvera	nstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium			
	a) VL For	schungsfelder der I im WiSe	Medienkulturwis-	30 h	30 h			
	b) S Forse	chungsdiskurse im	WiSe	30 h	60 h			
	c) Ü Meth	oden der Wissensc	chaft im WiSe	30 h	30 h			
	d) Modulp	orüfung: Hausarbeit			150 h			
2	Ziele des	Moduls und zu er	werbende Kompe	tenzen				
	Die Studie	erenden						
	• h	naben vertiefte Ken	ntnisse aktueller Fa	achdebatten und ge	egenwärtiger Frage	stellungen.		
	• ł	haben einen Überblick über die Diversität möglicher Dissertationsprojekte.						
		sind in der Lage sic bedienen.	h aus dem breiten <i>i</i>	Angebot verschiede	ener akademischer	Arbeitsformen zu		
		oeherrschen den T spiele.	ransfer theoretisch	ner Kenntnisse un	d Fertigkeiten auf	Anwendungsbei-		
	\	naben einen praxis Vernetzung im reg schaftlichen Bereich	ionalen wie überre					
		sind in der Lage, eig ormulieren.	jenständige Forsch	ungsfragen jenseits	s erschlossener Wis	ssensbestände zu		
		wissen, wie sie eige mate einbringen köi	•	ätze und Interesser	nsschwerpunkte in v	erschiedene For-		
3	Inhalte de	es Moduls						
	zu Köln w stehen u. Fakultät u	ul vermittelt einen Ü rie auch darüber hir a. die Ringvorlesur Ind das jährlich stat ur Auswahl.	naus in nationalen ung des Promoviere	und internationalen nden-Netzwerks "N	Forschungsverbür Medien Projekt" der	den. Als Formate Philosophischen		
4	Lehr- und	d Lernformen						
	Vorlesung	g, Seminar, Übung						
5	Modulvo	raussetzungen						
	Keine							
6	Form der	· Modulprüfung						
	Schriftlich	e Prüfung im Semi	nar: Hausarbeit (13	-15 Seiten)				
7	Vorausse	etzungen für die V	ergabe von Leistu	ngspunkten				

	Erbringung von Studienleistungen, Bestehen der Modulprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Wahlpflichtmodul des Studienfaches Medienkulturwissenschaft im Zwei-Fach und Verbund-Master
9	Stellenwert der Modulnote für die Fachnote Die Modulnote geht nicht in die Fachnote ein.
10	Modulbeauftragte/r Professur für Medienwissenschaft mit Schwerpunkt Digitalkultur
11	Sonstige Informationen Prüfungssprache: deutsch oder englisch

3.3 Wahlpflichtfächer

3.3.1 Medienmanagement und Medienökonomie

SM1 Medi	a Economics					
Kennnummer 1289MSMEC1		Workload 180h	Leistung- punkte 6	Studiense- mester 13.	Häufigkeit des Angebots jedes 2. Semester - Wintersemester	Dauer 1 Semester
1 Lehrveranstalt		•		Kontaktzeit 60h	Selbststudium 120h	LV-Sprache Englisch
2	Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen Die Studierenden analysieren aktuelle Fragestellungen und Herausforderungen bewerten und diskutieren Erkenntnisse und Forschungsergebnisse spezialisierter Theorien / M thoden bewerten aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen kritisch und entwickeln alternative Lösunger					
3 Inhalte des Module • Merkmale von Me • Kosten- und Einn • Digitale Transform • Politische Ökonom		Medienmärkt innahmestruk formation von	turen von Medien Medienmärkten	märkten		
4 Lehr- und Lern Vorlesung, Übur						
5	Modulvoraussetzungen keine					

6	Form der Modulabschlussprüfung Schriftliche Prüfung: KL (60), Prüfungssprache ist Englisch				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten				
	Bestehen der Modulabschlussprüfung				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)				
	Master of Science Information Systems:				
	Ergänzungsbereich Information Systems				
	Master of Science Business Administration - Finance:				
	Ergänzungsbereich Finance				
	Master of Arts Politikwissenschaft:				
	Ergänzungsbereich Politikwissenschaft				
	Master of Science Sociology: Social Research:				
	Ergänzungsbereich Sociology: Social Research				
	Master of Science Sociology: Social and Economic Psychology:				
	Ergänzungsbereich Sociology: Social and Economic Psychology				
	Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:				
	Ergänzungsbereich Accounting and Taxation				
	Master of Science Business Administration - Corporate Development:				
	Ergänzungsbereich Corporate Development				
	Master of Science Business Administration - Marketing:				
	Ergänzungsbereich Marketing				
	Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:				
	Ergänzungsbereich Supply Chain Management				
	Master of Science International Management:				
	Ergänzungsbereich International Management				
	Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:				
	Ergänzungbereich Wirtschaftspädagogik				
	Master of Arts Medienwissenschaft:				
	Ergänzungsbereich Medienmanagement und Medienökonomie				
9	Modulbeauftragte/r				
	UnivProf. Dr. Johannes Münster				
10	Sonstige Informationen				

EM1 Media and Technology Management - Enterprises, Markets, and Strategies						
Kennnummer 1284MEEMS1	Workload 180h	Leistungs- punkte 6	Studiense- mester 13,	Häufigkeit des Angebots jedes 2. Semester - Wintersemester	Dauer 1 Semester	

1	Lehrveranstaltungen Media and Technology Management: Enterprises, Markets, and Strategies	Kontaktzeit 30h	Selbststudium 150h	LV-Sprache Deutsch und Englisch				
2	Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen Die Studierenden verstehen weiterführende, spezialisierte Theorien / Methoden im Bereich Medien- und Technologiemanagement analysieren reale Fragestellungen und Herausforderungen im Bereich Medien- und Technologiemanagement bewerten und diskutieren Erkenntnisse und Forschungsergebnisse spezialisierter Theorien / Methoden.							
3	Inhalte des Moduls • Überblick über Geschäftsmodelle und Besonderheiten verschiedener Medien- und Telekommunikationsbranchen- und -märkte im digitalen Zeitalter • Ökonomische Besonderheiten digitaler Produkte und Dienstleistungen sowie resultierende Preissetzungsstrategien (Ökonomie digitaler Güter) • MTM-Infrastrukturen und deren Regulierung sowie Einfluss auf MTM-Geschäftsmodelle, Unternehmen und die soziale Wohlfahrt • Gestaltungsoptionen und Entscheidungsstrategien auf digitalen und hybriden Plattformen und Märkten • Anwendung von Konzepten des Technologie- und Innovationsmanagements, der Strategieentwicklung, der Transformationsbewertung und des Entrepreneurships auf ausgewählte Medien-, ISund Telekommunikationsunternehmen, -märkte, -plattformen und -innovationen							
4	Lehr- und Lernformen Vorlesung, Kolloquium							
5	Modulvoraussetzungen keine							
6	Form der Modulabschlussprüfung Schriftliche Prüfung: KL (60), Prüfungssprache is	st Deutsch und	Englisch					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Bestehen der Modulabschlussprüfung							
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Science Sociology: Social Research: Ergänzungsbereich Sociology: Social Research Master of Science Sociology: Social and Economic Psychology: Ergänzungsbereich Sociology: Social and Economic Psychology Master of Science Economics:							

	Ergänzungsbereich Management & Social Sciences Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungbereich Wirtschaftspädagogik Master of Arts Medienwissenschaft: Ergänzungsbereich Medienmanagement und Medienökonomie
9	Modulbeauftragte/r UnivProf. Dr.' Claudia Loebbecke, M.B.A.
10	Sonstige Informationen

SM2 Semir	12 Seminar Media Economics							
Kennnummer 1289MSSMC1		Workload 180h	Leistungs- punkte 6	Studiense- mester 13.	Häufigkeit des Angebots jedes 2. Semester - Wintersemester	Dauer 1 Semester		
1	Lehrveranstaltungen Seminar Media Economics			Kontaktzeit 30h	Selbststudium 150h	LV-Sprache Englisch		
2	Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen Die Studierenden analysieren reale Fragestellungen und Herausforderungen. bewerten und diskutieren Erkenntnisse und Forschungsergebnisse spezialisierter Theorien / Methoden. sammeln, systematisieren und synthetisieren eigenständig Literatur zu ausgewählten wissenschaftlichen Fragestellungen. diskutieren wissenschaftliche Themen fachgerecht und situationsadäquat mit (fachfremden) Personen. bewerten aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen kritisch und entwickeln alternative Lösungen.							
3	Inhalte des Moduls Themen aus Media Economics							
4	Lehr- und Lernformen Seminar							
5	Modulvoraussetzungen keine							
6		Form der Modulabschlussprüfung Kombinierte Prüfung: Referat und Hausarbeit, Prüfungssprache ist Englisch						

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Bestehen der Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Arts Politikwissenschaft: Ergänzungsbereich Politikwissenschaft Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungbereich Wirtschaftspädagogik Master of Arts Medienwissenschaft: Ergänzungsbereich Medienmanagement und Medienökonomie
9	Modulbeauftragte/r UnivProf. Dr. Johannes Münster
10	Sonstige Informationen

Kennnummer		Workload	Leistungs-	Studiense-	Häufigkeit des	Dauer	
1284MEMTM1		180h	punkte 6	mester 13.	Angebots jedes 2. Semester - Wintersemester	1 Semester	
1		Lehrveranstaltungen Selected Media and Technology Issues			Selbststudium 150h	LV-Sprache Deutsch und Englisch	
2	Ziele des Modu	ls und zu erw	verbende Kompe	etenzen			
	analysieren re giemanagement begründen ur diskutieren wi sonen. handeln verar	Die Studierenden analysieren reale Fragestellungen und Herausforderungen im Bereich Medien- und Technologiemanagement begründen und verteidigen (eigenständig erarbeitete) Positionen oder Problemlösungen diskutieren wissenschaftliche Themen fachgerecht und situationsadäquat mit (fachfremden) Franken handeln verantwortungsvoll unter Beachtung ökologischer, sozialer und ethischer Kriterien bewerten aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen kritisch und entwickeln alternative Lösungen.					
3		Inhalte des Moduls Wechselnde Themen werden im Vorfeld jeder Veranstaltung festgelegt.					
4	Lehr- und Lern Seminar, Kolloq	-					
5	Modulvorausse keine	etzungen					
6	Form der Modu Schriftliche Prüf	•	üfung Prüfungssprache	e ist Englisch un	d Deutsch		
7	Voraussetzung Bestehen der M		r gabe von Leist ı prüfung	ungspunkten			
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Science Sociology: Social Research: Ergänzungsbereich Sociology: Social Research Master of Science Sociology: Social and Economic Psychology: Ergänzungsbereich Sociology: Social and Economic Psychology Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Management & Social Sciences						

	Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungbereich Wirtschaftspädagogik Master of Arts Medienwissenschaft: Ergänzungsbereich Medienmanagement und Medienökonomie
9	Modulbeauftragte/r UnivProf. Dr.' Claudia Loebbecke, M.B.A.
10	Sonstige Informationen

EM3 Medi	M3 Media and Technology Management - Selected Issues II							
Kennnummer 1284MEMTM2		Workload 180h	Leistungs- punkte	Studiense- mester 13.	Häufigkeit des Angebots unregelmäßig	Dauer 1 Semester		
1		Lehrveranstaltungen Selected Media and Technology Issues			Selbststudium 150h	LV-Sprache Deutsch und Englisch		
2	Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen Die Studierenden analysieren reale Fragestellungen und Herausforderungen im Bereich Medien- und Technogiemanagement bewerten und diskutieren Erkenntnisse und Forschungsergebnisse spezialisierter Theorien thoden begründen und verteidigen (eigenständig erarbeitete) Positionen oder Problemlösungen bewerten aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen kritisch und entwickeln alternative Lösur verwenden selbstständig Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens und der guten wisse schaftlichen Praxis.							
3	Inhalte des Mod Wechselnde Th		im Vorfeld jeder \	√eranstaltung f	estgelegt.			
4		Lehr- und Lernformen Seminar, Kolloquium						
5	Modulvoraussetzungen keine							
6		Form der Modulabschlussprüfung Schriftliche Prüfung: Portfolio. Prüfungssprachen sind Deutsch und Englisch						

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Bestehen der Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Science Sociology: Social Research: Ergänzungsbereich Sociology: Social Research Master of Science Sociology: Social and Economic Psychology: Ergänzungsbereich Sociology: Social and Economic Psychology Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Management & Social Sciences Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik Master of Arts Medienwissenschaft: Ergänzungsbereich Medienmanagement und Medienökonomie
9	Modulbeauftragte/r UnivProf. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A.
10	Sonstige Informationen

Kennnummer 1284MEMRP1		Workload 180h	Leistungs- punkte 6	Studiense- mester 13.	Häufigkeit des Angebots unregelmäßig	Dauer 1 Semester
1	Media and Tech	Lehrveranstaltungen Media and Technology Management: Research and Publications			Selbststudium 150h	LV-Sprache Englisch
2	Ziele des Moduls und zu erwerbende Komp Die Studierenden verstehen weiterführende, spezialisierte The giemanagement analysieren reale Fragestellungen und Hera giemanagement bewerten und diskutieren Erkenntnisse und thoden sammeln, systematisieren und synthetisiere schaftlichen Fragestellungen.			orien / Methode sforderungen ir forschungserge	m Bereich Medien- bnisse spezialisiert	und Technolo- er Theorien / Me-

	konzipieren selbstständig ein Forschungsdesign zu einer Fragestellung begründen und verteidigen (eigenständig erarbeitete) Positionen oder Problemlösungen präsentieren wissenschaftliche Ergebnisse adressatengerecht verwenden selbstständig Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens und der guten wissenschaftlichen Praxis.
3	Inhalte des Moduls Der Fokus dieser Veranstaltung liegt auf wissenschaftlichem Arbeiten, dem Forschungsdesign und den Forschungsmethoden im Bereich Medien- und Technologiemanagement und Information System
4	Lehr- und Lernformen Seminar
5	Modulvoraussetzungen Empfehlung: Mindestens parallele Belegung eines MTM Master Moduls und Interesse, die Masterarbeit in MTM zu schreiben.
6	Form der Modulabschlussprüfung Schriftliche Prüfung: Portfolio, Prüfungssprache ist Englisch
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Bestehen der Modulabschlussprüfung.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Science Sociology: Social Research: Ergänzungsbereich Sociology: Social Research Master of Science Sociology: Social and Economic Psychology: Ergänzungsbereich Sociology: Social and Economic Psychology Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Management & Social Sciences Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungbereich Wirtschaftspädagogik Master of Arts Medienwissenschaft: Ergänzungsbereich Medienmanagement und Medienökonomie
9	Modulbeauftragte/r UnivProf. Dr. Claudia Loebbecke, M.B.A.
10	Sonstige Informationen Siehe www.mtm.uni-koeln.de

BM1 Infor	mation Systems							
Kennnummer 1277MBISY1		Workload 180h	Leistungs- punkte 6	Studiense- mester 13.	Häufigkeit des Angebots jedes 2. Semester - Wintersemester	Dauer 1 Semester		
1	Lehrveranstaltu Information Syst Sustainability	•	ronmental	Kontaktzeit 60h	Selbststudium 120h	LV-Sprache Englisch		
2	Die Studierende verstehen Ans von Informations analysieren re tigkeit begründen un handeln verar	Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen Die Studierenden verstehen Ansätze und Theorien im Bereich nachhaltige Entwicklung, Nutzung und Manageme von Informationssystemen analysieren reale Fragestellungen und Herausforderungen im Bereich organisatorische Nachhaltigkeit begründen und verteidigen (eigenständig erarbeitete) Positionen oder Problemlösungen handeln verantwortungsvoll unter Beachtung ökologischer, sozialer und ethischer Kriterien bewerten aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen kritisch und entwickeln alternative Lösungen						
3	 Formen und T Schlüsselindik Grüne IT Grüne IS Transformation Nachhaltigkeit Nachhaltige E Nachhaltige N 	Grüne IS Transformationspotenzial von Informationssystemen für organisatorische						
4	Lehr- und Lern Vorlesung, Übur	-						
5	Modulvorausse keine	etzungen						
6		Form der Modulabschlussprüfung Schriftliche Prüfung: Klausur (90), Prüfungssprache ist Englisch						
7	_	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Bestehen der Modulabschlussprüfung						
8	Master of Science	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation						

	Master of Science Business Administration - Corporate Development:					
	Ergänzungsbereich Corporate Development					
	Master of Science Business Administration - Finance:					
	Ergänzungsbereich Finance					
	Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:					
	Ergänzungsbereich Supply Chain Management					
	Master of Science Information Systems:					
	Basisbereich Information Systems					
	Master of Science International Management:					
	Ergänzungsbereich International Management					
	Master of Science Economics:					
	Ergänzungsbereich Management & Social Sciences					
	Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:					
	Ergänzungbereich Wirtschaftspädagogik					
	Master of Arts Medienwissenschaft:					
	Ergänzungsbereich Medienmanagement und Medienökonomie					
9	Modulbeauftragte/r					
	N. N.					
40	Constitute Information on					
10	Sonstige Informationen					
	Es kann Fallstudien und Übungen geben, die in Gruppen vorbereitet und von den Studierenden im Unterricht präsentiert werden. Die vorgestellten Lösungen werden analysiert und diskutiert. Die Stu-					
	dierenden werden über die Pflichtlektüre von Semester zu Semester informiert.					
	dictoriacit worden abet die i illonderklate von Gentestel zu Gentestel illionniet.					

Kennnummer 1277MBISY2		Workload 180h	Leistungs- punkte 6	Studiense- mester 13.	Häufigkeit des Angebots jedes 2. Semester - Wintersemester	Dauer 1 Semester	
1		Lehrveranstaltungen Analytics and Applications			Selbststudium 120h	LV-Sprache Englisch	
2	Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen Die Studierenden verstehen weiterführende, spezialisierte Theorien / Methoden im Bereich Data Science und Machine Learning lösen teaminterne Konflikte und Zieldivergenzen selbstständig begründen und verteidigen (eigenständig erarbeitete) Positionen oder Problemlösungen entwickeln für reale Probleme und Herausforderungen Arbeitsprozesse.						
3	Inhalte des Moduls • Unterschiedliche Verfahren aus dem Bereich Business Intelligence • Datenanalyse und Business Analytics						

	·					
	 Simulationen und Optimierungsverfahren Business Intelligence und Data Warehouse Konzepte Data-/ Text-/ Web-Mining Predictive modelling & Machine Learning Verfahren um Daten zu clustern Aus Daten Erkenntnisse gewinnen Machine Learning Modelle Evaluieren Integration von Machine Learning und Data Science Methoden in eine Wertschöpfungskette 					
4	Lehr- und Lernformen Vorlesung, Übung					
5	Modulvoraussetzungen keine					
6	Form der Modulabschlussprüfung Schriftliche Prüfung: Portfolio, Prüfungssprache ist Englisch					
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Bestehen der Modulabschlussprüfung					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Information Systems: Basisbereich Information Systems Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Management & Social Sciences Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungbereich Wirtschaftspädagogik Master of Arts Medienwissenschaft: Ergänzungsbereich Medienmanagement und Medienökonomie					
9	Modulbeauftragte/r UnivProf. Dr. Wolf Ketter					
10	Sonstige Informationen Diese Vorlesung wird nach dem Prinzip "Inverted Classroom" gehalten. Weitere Informationen bezüglich Literaturempfehlung wird im Syllabus bereitgestellt. Die Teilnahme an der ersten Vorlesung wird dringend empfohlen.					

				04	11 6. 1 1			
Kennnummer 1277MBDTF1		Workload 180h	Leistungs- punkte 6	Studiense- mester 13.	Häufigkeit des Angebots jedes 2. Semester - Wintersemester	Dauer 1 Semester		
1	Lehrveranstaltu Digital Transform	-	novation	Kontaktzeit 45h	Selbststudium 135h	LV-Sprache Englisch		
2	Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen Die Studierenden analysieren reale Fragestellungen und Herausforderungen der digitalen Transformation und der Innovation von Geschäftsmodellen begründen und verteidigen (eigenständig erarbeitete) Positionen oder Problemlösungen bewerten aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen kritisch und entwickeln alternative Lösungen.							
3	Inhalte des Moduls • Auswahl von Medien, Informations- und Kommunikationstechnologien, deren Anwendung und Grenzen • Wirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Eigenschaften digitaler Güter und Dienstleistungen • Unterschiedliche Anwendungsbereiche digitaler Medien, Informations- und Telekommunikationstechnologien, wie z.B. Cloud-Technologie • Computing, digitale Geschäftsmodelle, Big Data und Business Intelligence, (Enterprise) Social Media • Management der digitalen Transformation und ihrer Voraussetzungen aus organisatorischer Sicht • Konzepte zur Analyse und Innovation von Geschäftsmodellen							
4		Lehr- und Lernformen Vorlesung, Übung						
5	Modulvorausse keine	Modulvoraussetzungen keine						
6		Form der Modulabschlussprüfung Schriftliche Prüfung: Klausur (90), Prüfungssprache ist Englisch						
7		Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Bestehen der Modulabschlussprüfung						
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Science Business Administration - Finance:							

	Ergänzungsbereich Finance Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Information Systems: Basisbereich Information Systems Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Management & Social Sciences Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:
	Ergänzungbereich Wirtschaftspädagogik Master of Arts Medienwissenschaft: Ergänzungsbereich Medienmanagement und Medienökonomie
9	Modulbeauftragte/r UnivProf. Dr. Detlef Schoder
10	Sonstige Informationen Die Studierenden werden über die Pflichtlektüre von Semester zu Semester informiert.

SM3 Brand Management						
Kennnummer 1266MSBMG1		Workload 180h	Leistungs- punkte 6	Studiense- mester 13.	Häufigkeit des Angebots jedes 2. Semester - Sommersemester	Dauer 1 Semester
1					LV-Sprache Englisch	
2	Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen Die Studierenden verstehen weiterführende, spezialisierte Theorien, Konzepte und Methoden des Marketings am Beispiel des Markenmanagements bewerten und diskutieren Erkenntnisse und Forschungsergebnisse spezialisierter Theorien, Konzepte und Methoden des Marketings am Beispiel des Markenmanagements handeln verantwortungsvoll unter Beachtung ökologischer, sozialer und ethischer Kriterien.					Theorien, Kon-
3	Inhalte des Moduls Im Rahmen des Moduls werden zentrale Fragestellungen des Markenmanagements behandelt. Das Modul beinhaltet konzeptionelle und anwendungsbezogene Elemente, einschließlich studentische Präsentationen, Fallstudien, Diskussionen und Gastreferenten aus der Praxis. Ein selbstständiges Literaturstudium als Ergänzung zu Vorlesung und Übung wird vorausgesetzt. Von den Studierenden wird erwartet, neben dem Besuch der Vorlesungen und der Teilnahme an den Übungen, ihre Lern- und Arbeitsprozesse selbstständig und eigenverantwortlich zu gestalten.					

4	Lehr- und Lernformen
7	Vorlesung, Übung
5	Modulvoraussetzungen
	Empfehlung: Grundkenntnisse in Marketing und multivariaten Methoden (z.B. Regressionsanalyse, Varianzanalyse)
6	Form der Modulabschlussprüfung
	Schriftliche Prüfung: Klausur (60); Prüfungssprache ist Englisch
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Bestehen der Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)
	Master of Science Business Administration - Marketing:
	Schwerpunktbereich Marketing
	Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:
	Ergänzungsbereich Accounting and Taxation
	Master of Science Information Systems:
	Ergänzungsbereich Information Systems
	Master of Science Business Administration - Corporate Development:
	Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Science Business Administration - Finance:
	Ergänzungsbereich Finance Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:
	Ergänzungsbereich Supply Chain Management
	Master of Science International Management:
	Ergänzungsbereich International Management
	Master of Science Sociology: Social Research:
	Ergänzungsbereich Sociology: Social Research
	Master of Science Sociology: Social and Economic Psychology:
	Ergänzungsbereich Sociology: Social and Economic Psychology
	Master of Science Economics:
	Ergänzungsbereich Management & Social Sciences
	Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:
	Ergänzungbereich Wirtschaftspädagogik
	Master of Arts Medienwissenschaft:
	Ergänzungsbereich Medienmanagement und Medienökonomie
	Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:
	Ergänzungsbereich Business Administration
	Master of Science Mathematik:
	Wirtschaftswissenschaften
	Master of Science Wirtschaftsmathematik:
	Wirtschaftswissenschaften
	Master of Science Geographie:
	Wahlpflichtfach Management & Social Sciences

9	Modulbeauftragte/r UnivProf. Dr.' Franziska Völckner
10	Sonstige Informationen Dieses Modul kann Veranstaltungen enthalten, die nur in einer Hälfte des Semesters stattfinden, entweder bis Mitte des Semesters (1. Term) oder ab Mitte des Semesters (2. Term). Diese Information finden Sie jeweils aktuell in KLIPS bei der zugehörigen Lehrveranstaltung. Häufig werden für Midterm-Veranstaltungen auch die dazugehörigen Prüfungen in der Mitte des Semesters angeboten.

SM4 Customer Management						
	Kennnummer 1266MSCMG1		Leistungs- punkte 6	Studiense- mester 13.	Häufigkeit des Angebots jedes 2. Semester - Wintersemester	Dauer 1 Semester
1		Lehrveranstaltungen Customer Management			Selbststudium 135h	LV-Sprache Englisch
2	Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen Die Studierenden verstehen weiterführende, spezialisierte Theorien / Methoden im Bereich Kundenmanagement analysieren reale Fragestellungen und Herausforderungen im Bereich Kundenmanagement bewerten und diskutieren Erkenntnisse und Forschungsergebnisse spezialisierter Theorien / Methoden handeln verantwortungsvoll unter Beachtung ökologischer, sozialer und ethischer Kriterien.					nagement. Theorien / Me-
3	Inhalte des Moduls Im Rahmen des Moduls werden zentrale Fragestellungen des Kundenmanagements behandelt. Das Modul beinhaltet konzeptionelle und anwendungsbezogene Elemente, einschließlich studentische Präsentationen, Fallstudien, Diskussionen und Gastreferenten aus der Praxis. Ein selbstständiges Literaturstudium als Ergänzung zu Vorlesung und Übung wird vorausgesetzt. Von den Studierenden wird erwartet, neben dem Besuch der Vorlesungen und der Teilnahme an den Übungen, ihre Lern- und Arbeitsprozesse selbstständig und eigenverantwortlich zu gestalten.					
4	Lehr- und Lernformen Vorlesung, Übung					
5	Modulvoraussetzungen Empfehlung: Grundkenntnisse in Marketing					
6	Form der Modulabschlussprüfung Schriftliche Prüfung: Klausur (60), Prüfungssprache ist Englisch					

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Bestehen der Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Master of Science Business Administration - Marketing:
9	Modulbeauftragte/r UnivProf. Dr. Werner Reinartz
10	Sonstige Informationen Dieses Modul kann Veranstaltungen enthalten, die nur in einer Hälfte des Semesters stattfinden, entweder bis Mitte des Semesters (1. Term) oder ab Mitte des Semesters (2. Term). Diese Information finden Sie jeweils aktuell in KLIPS bei der zugehörigen Lehrveranstaltung. Häufig werden für Midterm-Veranstaltungen auch die dazugehörigen Prüfungen in der Mitte des Semesters angeboten.

		I	T			l	
Kennnummer 1266MSMPF1		Workload 180h	Leistungs- punkte 6	Studiense- mester 13.	Häufigkeit des Angebots jedes 2. Semester - Wintersemester	Dauer 1 Semester	
1	Lehrveranstalte Marketing Perfo	•	gement	Kontaktzeit 45h	Selbststudium 135h	LV-Sprache Englisch	
2	Die Studierende analysieren re Bewertung von I bewerten und zepte und Metho	Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen Die Studierenden analysieren reale Fragestellungen und Herausforderungen, die sich bei der Quantifizierung und Bewertung von Marketingaktivitäten unter finanziellen Gesichtspunkten ergeben. bewerten und diskutieren Erkenntnisse und Forschungsergebnisse spezialisierter Theorien, Konzepte und Methoden des Marketings am Beispiel des Marketing Performance Managements. handeln verantwortungsvoll unter Beachtung ökologischer, sozialer und ethischer Kriterien.					
3	Im Rahmen des ments behandel Vorträgen von G raturstudium zu der Teilnahme a	Inhalte des Moduls Im Rahmen des Moduls werden zentrale Fragestellungen des Marketing Performance Managements behandelt. Das Modul beinhaltet konzeptionelle und angewandte Elemente, einschließlich Vorträgen von Gastrednern und Diskussionen aus der Welt des Marketings. Ein selbständiges Literaturstudium zu Vorlesung und Übung wird vorausgesetzt. Neben dem Besuch der Vorlesungen und der Teilnahme an Übungen wird von den Studierenden erwartet ihre eigenen Lern- und Arbeitsprozesse selbstständig und eigenverantwortlich zu gestalten.					
4	Lehr- und Lern Vorlesung, Übur						
5		Modulvoraussetzungen Empfehlung: Grundkenntnisse in Marketing und multivariaten Methoden					
6		Form der Modulabschlussprüfung Schriftliche Prüfung: Klausur (60), Prüfungssprache ist Englisch					
7	_	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Bestehen der Modulabschlussprüfung					
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Master of Science Business Administration - Marketing:						

	Master of Science Business Administration - Finance:
	Ergänzungsbereich Finance
	Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:
	Ergänzungsbereich Supply Chain Management
	Master of Science International Management:
	Ergänzungsbereich International Management
	Master of Science Sociology: Social Research:
	Ergänzungsbereich Sociology: Social Research
	Master of Science Sociology: Social and Economic Psychology:
	Ergänzungsbereich Sociology: Social and Economic Psychology
	Master of Science Economics:
	Ergänzungsbereich Management & Social Sciences
	Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:
	Ergänzungbereich Wirtschaftspädagogik
	Master of Science Business Analytics & Econometrics:
	Ergänzungsbereich Business Analytics & Econometrics
	Master of Arts Medienwissenschaft:
	Ergänzungsbereich Medienmanagement und Medienökonomie
	Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:
	Ergänzungsbereich Business Administration
	Master of Science Mathematik:
	Wirtschaftswissenschaften
	Master of Science Wirtschaftsmathematik:
	Wirtschaftswissenschaften
	Master of Science Geographie:
	Wahlpflichtfach Management & Social Sciences
9	Modulbeauftragte/r
	UnivProf. Dr. Marc Fischer
10	Sonstige Informationen
	Dieses Modul kann Veranstaltungen enthalten, die nur in einer Hälfte des Semesters stattfinden,
	entweder bis Mitte des Semesters (1. Term) oder ab Mitte des Semesters (2. Term). Diese Informa-
	tion finden Sie jeweils aktuell in KLIPS bei der zugehörigen Lehrveranstaltung. Häufig werden für
	Midterm-Veranstaltungen auch die dazugehörigen Prüfungen in der Mitte des Semesters angebo-
	ten.

SM6 Digital Strategy and Marketing						
Kennnummer 1266MSDSM1		Workload 180h	Leistungs- punkte 6	Studiense- mester 13.	Häufigkeit des Angebots jedes 2. Semester - Sommersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Digital Strategy and Marketing			Kontaktzeit 45h	Selbststudium 135h	LV-Sprache Englisch

2 Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen Die Studierenden... ... verstehen ökonomische und strategische Rahmenwerke, die Unternehmen, Wirtschaftsmodelle und taktische Entscheidungen erklären. ... analysieren aktuelle Fragestellungen und Herausforderungen der aus digitalen Technologien resultierenden Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft. ... bewerten und diskutieren Erkenntnisse und Forschungsergebnisse spezialisierter Theorien / Methoden. ... begründen und verteidigen (eigenständig erarbeitete) Positionen oder Problemlösungen. ... handeln verantwortungsvoll unter Beachtung ökologischer, sozialer und ethischer Kriterien. ... bewerten aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen kritisch und entwickeln alternative Lösungen. 3 Inhalte des Moduls Das Aufkommen des Internets und mobiler Endgeräte sowie die Fähigkeit zur Automatisierung von Aufgaben und die Fülle von Daten verändern Gesellschaft und Unternehmen. Dieses Modul bietet den Studierenden ein breites Spektrum an Themen und Fragestellungen im Zusammenhang mit dieser "digitalen" Transformation. Das Modul besteht sowohl aus konzeptionellen als auch angewandten Methoden und Rahmenwerken zum Verständnis von Geschäftsmodellen und der Organisation von Industrien. Das Modul zielt darauf ab, sowohl die Angebotsseite (Infrastruktur, Betriebe, etc.) als auch die Nachfrageseite (Kund*innen, Marketing, etc.) abzudecken. Von den Studierenden wird erwartet, dass sie ihr eigenes Wissen teilen und aktuelle Ereignisse (z.B. neue Unternehmen, aktuelle Nachrichten, Börsengänge, etc.) nutzen, um die erlernten Konzepte anzuwenden. 4 Lehr- und Lernformen Vorlesung, Übung 5 Modulvoraussetzungen Empfehlung: Grundkenntnisse in Marketing und Wirtschaft 6 Form der Modulabschlussprüfung Schriftliche Prüfung: Klausur (60), Prüfungssprache ist Englisch 7 Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Bestehen der Modulabschlussprüfung 8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Master of Science Business Administration - Marketing: Schwerpunktbereich Marketing Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Corporate Development: Ergänzungsbereich Corporate Development Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:

	Ergänzungsbereich Supply Chain Management						
	Master of Science International Management:						
	Ergänzungsbereich International Management						
	Master of Science Sociology: Social Research:						
	Ergänzungsbereich Sociology: Social Research						
	Master of Science Sociology: Social and Economic Psychology:						
	Ergänzungsbereich Sociology: Social and Economic Psychology						
	Master of Science Economics:						
	Ergänzungsbereich Management & Social Sciences						
	Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:						
	Ergänzungbereich Wirtschaftspädagogik						
	Master of Arts Medienwissenschaft:						
	Ergänzungsbereich Medienmanagement und Medienökonomie						
	Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:						
	Ergänzungsbereich Business Administration						
	Master of Science Mathematik:						
	Wirtschaftswissenschaften						
	Master of Science Wirtschaftsmathematik:						
	Wirtschaftswissenschaften						
	Master of Science Geographie:						
	Wahlpflichtfach Management & Social Sciences						
9	Modulbeauftragte/r						
	UnivProf. Dr. Hernán Bruno						
10	Sonstige Informationen						
	Dieses Modul kann Veranstaltungen enthalten, die nur in einer Hälfte des Semesters stattfinden,						
	entweder bis Mitte des Semesters (1. Term) oder ab Mitte des Semesters (2. Term). Diese Informa-						
	tion finden Sie jeweils aktuell in KLIPS bei der zugehörigen Lehrveranstaltung. Häufig werden für						
	Midterm-Veranstaltungen auch die dazugehörigen Prüfungen in der Mitte des Semesters angebo-						
	ten.						

SM7 Busine	SM7 Business Ethics					
Kennnummer 1253MSBET1		Workload 180h	Leistungs- punkte 6	Studiense- mester 13.	Häufigkeit des Angebots jedes 2. Semester - Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Managing Business Ethics in Markets and Organisations			Kontaktzeit 60h	Selbststudium 120h	LV-Sprache Englisch
2	Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen Die Studierenden verstehen weiterführende, spezialisierte Theorien / Methoden.					

... analysieren reale Fragestellungen und Herausforderungen. ... bewerten und diskutieren Erkenntnisse und Forschungsergebnisse spezialisierter Theorien / Methoden. ... lösen teaminterne Konflikte und Zieldivergenzen selbstständig. ... begründen und verteidigen (eigenständig erarbeitete) Positionen oder Problemlösungen. ... beurteilen in Selbst- und Fremdreflexion Ihren eigenen Handlungsprozess und erfassen Entwicklungspotentiale. ... handeln verantwortungsvoll unter Beachtung ökologischer, sozialer und ethischer Kriterien. ... bewerten aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen kritisch und entwickeln alternative Lösungen. 3 Inhalte des Moduls In diesem Modul werden grundlegende Konzepte der Unternehmensethik vorgestellt und auf die Entscheidungsfindung von Managern und Mitarbeitern angewendet. Es stützt sich auf Standardtheorien der Ethik wie Teleologie, Deontologie, Tugendethik und Fairnesskonzepte. Vor dem Hintergrund dieser Grundlagen werden unternehmerische Entscheidungen in Organisationen und Märkten diskutiert und bewertet. Anhand von Fallstudien werden die theoretischen Konzepte veranschaulicht und angewendet. 4 Lehr- und Lernformen Vorlesung, Übung 5 Modulvoraussetzungen keine 6 Form der Modulabschlussprüfung Schriftliche Prüfung: Klausur (60), Prüfungssprache ist Englisch 7 Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Bestehen der Modulabschlussprüfung 8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Master of Science Business Administration - Corporate Development: Schwerpunktbereich Corporate Development Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Gesundheitsökonomie: Ergänzungsbereich Gesundheitsökonomie Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Sociology: Social Research:

	I ·					
	Ergänzungsbereich Sociology: Social Research					
	Master of Science Sociology: Social and Economic Psychology:					
	Ergänzungsbereich Sociology: Social and Economic Psychology					
	Master of Science Economics:					
	Ergänzungsbereich Management & Social Sciences					
	Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:					
	Ergänzungbereich Wirtschaftspädagogik					
	Master of Arts Medienwissenschaft:					
	Ergänzungsbereich Medienmanagement und Medienökonomie					
	Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:					
	Ergänzungsbereich Business Administration					
	Master of Science Mathematik:					
	Wirtschaftswissenschaften					
	Master of Science Wirtschaftsmathematik:					
	Wirtschaftswissenschaften					
	Master of Science Geographie:					
	Wahlpflichtfach Management & Social Sciences					
	Master of Science Economic Research:					
	Ergänzungsbereich Economic Research					
9	Modulbeauftragte/r					
	UnivProf. Dr. Bernd Irlenbusch					
10	Sonstige Informationen					
	Dieses Modul kann Lehrveranstaltungen enthalten, die entweder bis zur Mitte des Semesters (1.					
	Term) oder ab Mitte des Semesters (2. Term) stattfinden. Die erforderlichen Prüfungen werden in					
	der Regel nach dem jeweiligen Semester angeboten.					

Kennnummer 1253MSSHR1		Workload 180h	Leistungs- punkte 6	Studiense- mester 13.	Häufigkeit des Angebots jedes 2. Semester - Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen Strategic Human Resource Management			Kontaktzeit 60h	Selbststudium 120h	LV-Sprache Englisch
2	Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen Die Studierenden verstehen weiterführende, spezialisierte Theorien / Methoden im Bereich des Personalmanagements analysieren reale Fragestellungen und Herausforderungen des Personalmanagements kommunizieren kontinuierlich und zielgerichtet in heterogenen Teams lösen teaminterne Konflikte und Zieldivergenzen selbstständig begründen und verteidigen (eigenständig erarbeitete) Positionen oder Problemlösungen.					

	handeln verantwortungsvoll unter Beachtung ökologischer, sozialer und ethischer Kriterien entwickeln für reale Probleme und Herausforderungen Arbeitsprozesse.
3	Inhalte des Moduls Das Modul vermittelt wie Personalmanagement ökonomischen Wert schafft und zur Umsetzung von Unternehmensstrategien beiträgt.
4	Lehr- und Lernformen Vorlesung, Übung
5	Modulvoraussetzungen keine
6	Form der Modulabschlussprüfung Kombinierte Prüfung: Klausur (60), Referat, Prüfungssprache ist Englisch
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Bestehen der Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Master of Science Business Administration - Corporate Development:

	Master of Science Mathematik: Wirtschaftswissenschaften Master of Science Wirtschaftsmathematik: Wirtschaftswissenschaften Master of Science Geographie: Wahlpflichtfach Management & Social Sciences Master of Science Economic Research: Ergänzungsbereich Economic Research
9	Modulbeauftragte/r UnivProf. Dr. Dirk Sliwka
10	Sonstige Informationen

SM9 Strategic Management						
Kennnummer 1253MSSMG1		Workload 180h	Leistungs- punkte 6	Studiense- mester 13.	Häufigkeit des Angebots jedes 2. Semester - Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstalt Strategic Manaç	•	m)	Kontaktzeit 60h	Selbststudium 120h	LV-Sprache Englisch
2	Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen Die Studierenden analysieren reale Fragestellungen und Herausforderungen bewerten und diskutieren Erkenntnisse und Forschungsergebnisse spezialisierter Theorien / Nathoden erheben und analysieren Daten mit Hilfe quantitativer / qualitativer Methoden zu ausgewählter wissenschaftlichen Fragestellungen kommunizieren kontinuierlich und zielgerichtet in heterogenen Teams lösen teaminterne Konflikte und Zieldivergenzen selbstständig begründen und verteidigen (eigenständig erarbeitete) Positionen oder Problemlösungen präsentieren wissenschaftliche Ergebnisse adressatengerecht beurteilen in Selbst- und Fremdreflexion Ihren eigenen Handlungsprozess und erfassen Entwillungspotentiale handeln verantwortungsvoll unter Beachtung ökologischer, sozialer und ethischer Kriterien bewerten aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen kritisch und entwickeln alternative Lösunge entwickeln für reale Probleme und Herausforderungen Arbeitsprozesse.				sgewählten ngen. ssen Entwick- Kriterien.	
3	Inhalte des Moduls • Grundlagen zum strategischen Management • Grundlegende Konzepte zur Analyse von strategischer Positionierung von Firmen am Markt					

	Grundlegende Konzepte zur Analyse von Wettbewerb Anwendung von theoretischen Konzepten zur strategischen Positionierung am Markt und Wettbewerb in Fall Studien
4	Lehr- und Lernformen Vorlesung, Übung
5	Modulvoraussetzungen keine
6	Form der Modulabschlussprüfung Schriftliche Prüfung: Klausur (60), Prüfungssprache ist Englisch
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Bestehen der Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) Master of Science Business Administration - Corporate Development: Schwerpunktbereich Corporate Development Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation: Ergänzungsbereich Accounting and Taxation Master of Science Information Systems: Ergänzungsbereich Information Systems Master of Science Business Administration - Finance: Ergänzungsbereich Finance Master of Science Business Administration - Marketing: Ergänzungsbereich Marketing Master of Science Business Administration - Supply Chain Management: Ergänzungsbereich Supply Chain Management Master of Science Gesundheitsökonomie: Ergänzungsbereich Gesundheitsökonomie Master of Science International Management: Ergänzungsbereich International Management Master of Science Sociology: Social Research: Ergänzungsbereich Sociology: Social Research Master of Science Sociology: Social and Economic Psychology: Ergänzungsbereich Sociology: Social and Economic Psychology Master of Science Economics: Ergänzungsbereich Management & Social Sciences Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs: Ergänzungsbereich Wirtschaftspädagogik Master of Arts Medienwissenschaft: Ergänzungsbereich Business Administration Master of Science Mathematik: Wirtschaftswissenschaften
	Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre: Ergänzungsbereich Business Administration Master of Science Mathematik:

	Wirtschaftswissenschaften Master of Science Geographie: Wahlpflichtfach Management & Social Sciences Master of Science Economic Research: Ergänzungsbereich Economic Research
9	Modulbeauftragte/r UnivProf. Dr. Matthias Heinz
10	Sonstige Informationen

SM10 Strategic Development						
-	Kennnummer 1253MSSDP1		Leistungs- punkte 6	Studiense- mester 13.	Häufigkeit des Angebots jedes 2. Semester - Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	1 Lehrveranstaltungen Mergers and Acquisitions			Kontaktzeit 60h	Selbststudium 120h	LV-Sprache Englisch
2	Die Studierende verstehen we lung analysieren re bewerten und thoden begründen ur diskutieren wi sonen.	 analysieren reale Fragestellungen und Herausforderungen im Bereich Unternehmensentwicklung. bewerten und diskutieren Erkenntnisse und Forschungsergebnisse spezialisierter Theorien / Methoden. begründen und verteidigen (eigenständig erarbeitete) Positionen oder Problemlösungen. diskutieren wissenschaftliche Themen fachgerecht und situationsadäquat mit (fachfremden) Per- 				
3	Inhalte des Moduls Zentrale Fragestellungen des Corporate Developments					
4	Lehr- und Lernformen Vorlesung, Übung					
5	Modulvoraussetzungen keine					
6	Form der Modulabschlussprüfung Schriftliche Prüfung: Klausur (60), Prüfungssprache ist Englisch					

7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten Bestehen der Modulabschlussprüfung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)
	Master of Science Business Administration - Corporate Development:
	Schwerpunktbereich Corporate Development
	Master of Science Business Administration - Accounting and Taxation:
	Ergänzungsbereich Accounting and Taxation
	Master of Science Information Systems:
	Ergänzungsbereich Information Systems
	Master of Science Business Administration - Finance:
	Ergänzungsbereich Finance
	Master of Science Business Administration - Marketing:
	Ergänzungsbereich Marketing
	Master of Science Business Administration - Supply Chain Management:
	Ergänzungsbereich Supply Chain Management
	Master of Science International Management:
	Ergänzungsbereich International Management
	Master of Science Sociology: Social Research:
	Ergänzungsbereich Sociology: Social Research
	Master of Science Sociology: Social and Economic Psychology:
	Ergänzungsbereich Sociology: Social and Economic Psychology
	Master of Science Economics:
	Ergänzungsbereich Management & Social Sciences
	Master of Education Wirtschaftspädagogik/Lehramt an Berufskollegs:
	Ergänzungbereich Wirtschaftspädagogik
	Master of Arts Medienwissenschaft:
	Ergänzungsbereich Medienmanagement und Medienökonomie
	Master of Arts Regionalstudien China - Betriebswirtschaftslehre:
	Ergänzungsbereich Business Administration
	Master of Science Mathematik:
	Wirtschaftswissenschaften
	Master of Science Wirtschaftsmathematik:
	Wirtschaftswissenschaften
	Master of Science Geographie:
	Wahlpflichtfach Management & Social Sciences
9	Modulbeauftragte/r
	UnivProf. Dr. Mark Ebers
10	Sonstige Informationen

3.3.2 Medieninformatik

Der Besuch aller drei Schwerpunktmodule ist obligatorisch. Die Prüfungsleistungen sind endnotenrelevant.

Kennnummer		nmer Workload	Leistungs- punkte	Studien-se- mester	Häufigkeit des Angebots	Dauer						
4130	BMXBM1	270 h	9 LP	13. Semester	WiSe	1 Semester						
1	Lehrver	anstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium							
	a) Vorle	sung im WiSe		30 h	60 h							
	b) Übun	g im WiSe		30 h	60 h							
	b) Modu	lprüfung: schriftli	ch		90 h							
2	Ziele de	s Moduls und z	u erwerbende Kon	npetenzen		1						
	Die Studierenden haben einen Überblick über aktuelle technische, konzeptionelle, methodische theoretische Herausforderungen in der Sprachverarbeitung. Sie kennen die wesentlichen Modrungsansätze im Bereich maschineller Lernverfahren und können sie zielgerichtet einsetzen.					ntlichen Modellie						
3	Inhalte	Inhalte des Moduls										
	Die Verarbeitung von Textdaten stellt algorithmische Verfahren immer noch vor Herausfordert der Vorlesung werden die wesentlichen Methoden, die in der Sprachverarbeitung verwendet zusammen mit ihren Annahmen, Voraussetzungen und Verwendungsweisen besprochen. Da delt es sich um Verfahren des maschinellen Lernens, derzeit vor allem neuronale Netze, E dungsbäume sowie Support Vector Machines. Thema der Vorlesung ist außerdem der Umgroßen Datenmengen, die regelmäßig zum Training eingesetzt werden, sowie die Beschaft Aufbereitung von Referenzdaten. In der praktischen Übung werden die theoretisch behande thoden praktisch umgesetzt. Dazu führen die Studierenden eigene Experimente durch, wofür ständig programmieren. Bestandteil der Übung ist ebenfalls der Umgang mit gängigen Bibliothe der Sprachverarbeitung, derzeit vor allem tensorflow und scikit-learn in der Programmiersprathon.				ochen. Dabei har Netze, Entsche der Umgang m Beschaffung un behandelten Me ch, wofür sie selk n Bibliotheken au							
4	Lehr- ui	Lehr- und Lernformen										
	Vorlesung, Übung											
5	Moduly	Modulvoraussetzungen										
	Keine					Keine						
	Form de	Form der Modulprüfung										
6	1 01111 40	er Modulprüfun	9									
6		•	3 usur (90 Minuten)									
7	Schriftlio	che Prüfung: Klau		stungspunkten								

8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) MA Informationsverarbeitung, MA Informatik
9	Stellenwert der Modulnote für die Fachnote 9/36
10	Modulbeauftragte/r
	Professur fürSprachliche Informationsverarbeitung
11	Sonstige Informationen
	Keine

SM 2: Einführung in die Historisch-Kulturwissenschaftliche Informationsverarbeitung						
Kennn	ummer	Workload	Leistungs- punkte	Studien-se- mester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
4130BI	MXBM2	270	9 LP	23. Semester	SoSe	2 Semester
1	Lehrvera	anstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	
	a) Vorles	ung im SoSe		30 h	60 h	
	b) Übung	2 im SoSe		30 h	60 h	
	c) Modul	prüfung: Klausur			90 h	
2	Ziele des	s Moduls und zu e	rwerbende Komp	etenzen		
	Mit erfolgreichem Abschluss des Moduls sind die Studierenden in der Lage, die Grundkonzepte Standardisierung und Modellierung in den Digital Humanities auf ausgewählte Problemfelder anzu den.					•
3	Inhalte d	les Moduls				
	Die Vielfalt, die Komplexität und der Umfang der zu verarbeitenden Daten aus der Historisch-Kulturw senschaftlichen Informationsverarbeitung erfordern den Einsatz moderner Methoden des Softwaree gineering. Ressourcen müssen effizient eingesetzt werden. Softwareseitig werden produktive Lösu gen durch Entwurfsmuster und Komponententechnologien erzielt. Voraussetzung für effiziente Lösu gen sind vertiefte Kenntnisse der Modellierung, der Algorithmik und die Fähigkeit zur Komplexitätsan lyse.				n des Softwareen- produktive Lösun- r effiziente Lösun-	
	Modellierung als Grundlage Datenrepräsentation, Systementwicklung und Kulturerbedokumentation i zentral und wird mit praktischen Erfahrungen aus der Arbeit als Entwickler*in kontextualisiert. Zentr in der Vorlesung sind explizite Verbindungen zwischen digitaler Modelleriung und geistes- und kultu wissenschaftlichen Begrifflichkeiten auf unterschiedlichen Ebenen der Standardisierung von Ontolgien, Datens, Objektmodellierungen und Prozessdokumentation. Auch Modellierung in fachfremde Wissenschaften (z.B. Natur- und Technowissenschaften) und wissenschaftsphilosophischen Analyse werden als kontextueller Bestandteil der Modellierung in den Digital Humanities adressiert. Aufbauend auf Modellierung werden fortgeschrittene Verfahren zur Verarbeitung von unterschiedliche Datentypen auf unterschiedlichen Plattformen diskutiert. Auf einer weiteren Ebene stehen die Frage der Wissensrepräsentation und der Semantic Technologies und ihre Wechselbeziehungen zu neuere Systemen für Datenbearbeitung im Vordergrund. Die Visualisierung und visuelle Denken wird durc				xtualisiert. Zentral eistes- und kultur- erung von Ontolo- g in fachfremden hischen Analysen	
					stehen die Fragen ungen zu neueren	

	klassiche Bildverarbeitung kontextualisiert und mit der 3D-Programmierung, der Spielprogrammierung und mit virtual und augmented Reality-Systemen und mobile Computing verbunden.
	Ausgewählte Themengebiete der Vorlesung werden in der Übung durch praktische Projekte und Diskussionen bearbeitet.
4	Lehr- und Lernformen
	Vorlesung, praktische Übung
5	Modulvoraussetzungen
	Keine,
6	Form der Modulprüfung
	Schriftliche Prüfung: Klausur (90 Minuten)
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten
	Erbringung von Studienleistungen, Bestehen der Modulprüfung.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)
	MA Informationsverarbeitung, MA Informatik
9	Stellenwert der Modulnote für die Fachnote
	9/36
10	Modulbeauftragte/r
	Professur für Historisch-Kulturwissenschaftliche Informationsverarbeitung
11	Sonstige Informationen
	Keine

SM 3:	SM 3: Verarbeitung mehrdimensionaler Daten						
Kennnummer		Workload	Leistungs- punkte	Studien-se- mester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
4130B	4130BMXSM2 540 h		18 LP	13. Semester	WiSe	2 Semester	
1	Lehrveranstaltungen			Kontaktzeit	Selbststudium		
	a) Hauptseminar im WiSe			30 h	30 h		
	b) Übung	g im WiSe		30 h	60 h		
	c) Kolloquium im WiSe		30 h	30 h			
	d) Modulprüfung: kombiniert				330 h		
2	Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen						
	Die Studierenden erwerben die Fähigkeiten						

- eine selbständige Programmierlösung zu einer gestellten Aufgabe aus dem Bereich der Prozessierung mehrdimensionaler Daten anzufertigen.
- diese innerhalb von Kleingruppen zu diskutieren und anschlussfähig zu halten.
- das angefertigte Werk geltenden Richtlinien folgend zu dokumentieren.
- ihre Arbeit gegenüber einem Fachpublikum vorzustellen und zu verteidigen.

3 Inhalte des Moduls

Dieses Modul führt an einem ausgedehnten Beispiel in die Formalisierung von Fragestellungen im Umgang mit einem spezifischen Medium ein und übt die Umsetzung dieser Formalisierung in eine anwendungsreife Lösung ein. Das Gewicht liegt dabei auf dem Prozess der Formalisierung; für den Nachweis der Anwendungsreife können daher sowohl eigene Softwaremodule als auch Anwendungssysteme herangezogen werden.

Das Modul behandelt mit wechselnden Schwerpunkten sowohl allgemeine methodische Teilgebiete – etwa die unscharfe Logik / unscharfe Programmierung, die Theorie von Markup- oder mehrschichtigen Annotationssystemen, Konzepte der Gamification – als auch konkrete Technologien, wie noSQL Datenbanken, Game Engines und mobile devices.

Überschneidungen mit den Themen der Vorlesung in SM 1 sind möglich, jedoch werden sie in diesem Modul unter dem Gesichtspunkt ihrer Eignung für eine ausgewählte Gruppe medialer Probleme, dort unter dem des Einsatzes innerhalb eines Softwaresystems behandelt.

Das Kolloquium gibt einen Überblick über ein allgemeines Konzept, das sich zur Umsetzung fachspezifischer Fragestellungen eignet.

Im Hauptseminar werden die TeilnehmerInnen zunächst durch Kurzreferate in die Probleme eines der Anwendungsfelder medialer Technologien eingeführt, auf die die allgemeinen Konzepte angewendet werden können. In einem weiteren Kurzreferat wird die Anwendbarkeit eines derartigen Konzepts auf die herausgearbeiteten Fragestellungen behandelt. Schließlich wird an einem abgegrenzten Problem die praktische Umsetzung, in der Regel unter Heranziehung eines geeigneten Anwendungssystems, demonstriert.

Die Übung führt, je nach gewähltem Technologiebereich, in die praktische Handhabung notwendiger Verfahren oder Tools ein. Dies schließt die Implementation geeigneter Komponenten ein.

4 Lehr- und Lernformen

Seminar, Übung, Kolloquium

5 Modulvoraussetzungen

6 Form der Modulprüfung

Kombinierte Prüfung: Ausarbeitung einer Softwarelösung mit begleitender und abschließender Präsentation.

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Erbringung von Studienleistungen, Bestehen der Modulprüfung

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

keine

9	Stellenwert der Modulnote für die Fachnote
	18/36
10	Modulbeauftragte/r
	Professur für Historisch-Kulturwissenschaftliche Informationsverarbeitung
11	Sonstige Informationen
	Keine

3.3.3 Medienrecht

Grundlagen des Internets und behandelt ir sichtigung des Fernabsatzrechts), das Reschriften der §§ 7 bis 10 TMG, den Datens Recht der Kunst- und Kulturpflege beschäft waltungsrechts und vermittelt einen Überb das Recht der Bühnen. Das Recht der Int kömmliche EDV-Recht unter Einbeziehung Providing und Remote Computing (WTS, Conagement, Strukturen, geistiges Eigentum) unter Einbeziehung der aktuellen Rechtsprecht ist ein Teilbereich des Medien Abs. 1 S. 2 GG, mit den rechtlichen Rahme sches Medienrecht beschäftigt sich mit der Mediensektor, den medienrechtlich relevar und Beihilfenrecht sowie den wesentlichen	Studien-se- mester	Häufigkeit des Angebots	Dauer			
a) VL Internetrecht b) VL Recht der Kunst- und Kulturpflege c) VL Recht der Informationstechnologie d) VL Presserecht e) VL Aktuelle Probleme des Medienrechts f) VL Europäisches Medienrecht Ziele des Moduls und zu erwerbende Ko In diesem Modul werden die im Bachelorst und vertieft. Die Studierenden sind mit Abs dien unter rechtlichen Gesichtspunkten bet Inhalte des Moduls Die Vorlesung Internetrecht beschäftigt sic che Nutzung des Internets aufgeworfen we Grundlagen des Internets und behandelt ir sichtigung des Fernabsatzrechts), das Re schriften der §§ 7 bis 10 TMG, den Datens Recht der Kunst- und Kulturpflege beschäft waltungsrechts und vermittelt einen Überb das Recht der Bühnen. Das Recht der Int kömmliche EDV-Recht unter Einbeziehung Providing und Remote Computing (WTS, C nagement, Strukturen, geistiges Eigentum) unter Einbeziehung der aktuellen Rechtspr Presserecht ist ein Teilbereich des Medien Abs. 1 S. 2 GG, mit den rechtlichen Rahme sches Medienrecht beschäftigt sich mit der Mediensektor, den medienrechtlich relevar und Beihilfenrecht sowie den wesentlichen Darüber hinaus sind die Rechtsprechung of 10 EMRK sowie die Fernsehkonvention der	1 3. Semester	WiSe/SoSe	2 Semester			
b) VL Recht der Kunst- und Kulturpflege c) VL Recht der Informationstechnologie d) VL Presserecht e) VL Aktuelle Probleme des Medienrechts f) VL Europäisches Medienrecht Ziele des Moduls und zu erwerbende Kollin diesem Modul werden die im Bachelorst und vertieft. Die Studierenden sind mit Absidien unter rechtlichen Gesichtspunkten bet Inhalte des Moduls Die Vorlesung Internetrecht beschäftigt sichen Nutzung des Internets aufgeworfen wei Grundlagen des Internets und behandelt ir sichtigung des Fernabsatzrechts), das Reschriften der §§ 7 bis 10 TMG, den Datens Recht der Kunst- und Kulturpflege beschäft waltungsrechts und vermittelt einen Überb das Recht der Bühnen. Das Recht der Intikömmliche EDV-Recht unter Einbeziehung Providing und Remote Computing (WTS, Conagement, Strukturen, geistiges Eigentum) unter Einbeziehung der aktuellen Rechtsprenserecht ist ein Teilbereich des Medien Abs. 1 S. 2 GG, mit den rechtlichen Rahme sches Medienrecht beschäftigt sich mit der Mediensektor, den medienrechtlich relevar und Beihilfenrecht sowie den wesentlichen Darüber hinaus sind die Rechtsprechung der Lehr- und Lernformen	Kontaktzeit	Selbststudium				
c) VL Recht der Informationstechnologie d) VL Presserecht e) VL Aktuelle Probleme des Medienrechts f) VL Europäisches Medienrecht Ziele des Moduls und zu erwerbende Ko In diesem Modul werden die im Bachelorst und vertieft. Die Studierenden sind mit Abs dien unter rechtlichen Gesichtspunkten bet Inhalte des Moduls Die Vorlesung Internetrecht beschäftigt sic che Nutzung des Internets aufgeworfen we Grundlagen des Internets und behandelt ir sichtigung des Fernabsatzrechts), das Re schriften der §§ 7 bis 10 TMG, den Datens Recht der Kunst- und Kulturpflege beschäft waltungsrechts und vermittelt einen Überb das Recht der Bühnen. Das Recht der Int kömmliche EDV-Recht unter Einbeziehung Providing und Remote Computing (WTS, C nagement, Strukturen, geistiges Eigentum) unter Einbeziehung der aktuellen Rechtspr Presserecht ist ein Teilbereich des Medien Abs. 1 S. 2 GG, mit den rechtlichen Rahme sches Medienrecht beschäftigt sich mit der Mediensektor, den medienrechtlich relevar und Beihilfenrecht sowie den wesentlichen Darüber hinaus sind die Rechtsprechung o 10 EMRK sowie die Fernsehkonvention de	30 h	60 h				
d) VL Presserecht e) VL Aktuelle Probleme des Medienrechts f) VL Europäisches Medienrecht Ziele des Moduls und zu erwerbende Ko In diesem Modul werden die im Bachelorst und vertieft. Die Studierenden sind mit Abs dien unter rechtlichen Gesichtspunkten bet Inhalte des Moduls Die Vorlesung Internetrecht beschäftigt sic che Nutzung des Internets aufgeworfen we Grundlagen des Internets und behandelt ir sichtigung des Fernabsatzrechts), das Re schriften der §§ 7 bis 10 TMG, den Datens Recht der Kunst- und Kulturpflege beschäft waltungsrechts und vermittelt einen Überb das Recht der Bühnen. Das Recht der Int kömmliche EDV-Recht unter Einbeziehung Providing und Remote Computing (WTS, C nagement, Strukturen, geistiges Eigentum) unter Einbeziehung der aktuellen Rechtspr Presserecht ist ein Teilbereich des Medien Abs. 1 S. 2 GG, mit den rechtlichen Rahme sches Medienrecht beschäftigt sich mit der Mediensektor, den medienrechtlich relevar und Beihilfenrecht sowie den wesentlichen Darüber hinaus sind die Rechtsprechung o 10 EMRK sowie die Fernsehkonvention de	30 h	60 h				
e) VL Aktuelle Probleme des Medienrechts f) VL Europäisches Medienrecht Ziele des Moduls und zu erwerbende Kollin diesem Modul werden die im Bachelorst und vertieft. Die Studierenden sind mit Absidien unter rechtlichen Gesichtspunkten bei Inhalte des Moduls Die Vorlesung Internetrecht beschäftigt sichen Nutzung des Internets aufgeworfen weigenundlagen des Internets und behandelt ir sichtigung des Fernabsatzrechts), das Reschriften der §§ 7 bis 10 TMG, den Datens Recht der Kunst- und Kulturpflege beschäft waltungsrechts und vermittelt einen Überb das Recht der Bühnen. Das Recht der Intkömmliche EDV-Recht unter Einbeziehung Providing und Remote Computing (WTS, Chagement, Strukturen, geistiges Eigentum) unter Einbeziehung der aktuellen Rechtsprenserecht ist ein Teilbereich des Medien Abs. 1 S. 2 GG, mit den rechtlichen Rahme sches Medienrecht beschäftigt sich mit der Mediensektor, den medienrechtlich relevar und Beihilfenrecht sowie den wesentlichen Darüber hinaus sind die Rechtsprechung den UEMRK sowie die Fernsehkonvention der Lehr- und Lernformen	30 h	60 h				
Ziele des Moduls und zu erwerbende Kollin diesem Modul werden die im Bachelorst und vertieft. Die Studierenden sind mit Absidien unter rechtlichen Gesichtspunkten bei Inhalte des Moduls Die Vorlesung Internetrecht beschäftigt sichen Nutzung des Internets aufgeworfen wer Grundlagen des Internets und behandelt in sichtigung des Fernabsatzrechts), das Reschriften der §§ 7 bis 10 TMG, den Datens Recht der Kunst- und Kulturpflege beschäft waltungsrechts und vermittelt einen Überbidas Recht der Bühnen. Das Recht der Intikömmliche EDV-Recht unter Einbeziehung Providing und Remote Computing (WTS, Conagement, Strukturen, geistiges Eigentum) unter Einbeziehung der aktuellen Rechtspringerecht ist ein Teilbereich des Medien Abs. 1 S. 2 GG, mit den rechtlichen Rahme sches Medienrecht beschäftigt sich mit der Mediensektor, den medienrechtlich relevar und Beihilfenrecht sowie den wesentlichen Darüber hinaus sind die Rechtsprechung die Temsehkonvention der Lehr- und Lernformen	30 h	60 h				
Ziele des Moduls und zu erwerbende Kollin diesem Modul werden die im Bachelorst und vertieft. Die Studierenden sind mit Absidien unter rechtlichen Gesichtspunkten bet Inhalte des Moduls Die Vorlesung Internetrecht beschäftigt sich che Nutzung des Internets aufgeworfen weigendlagen des Internets und behandelt in sichtigung des Fernabsatzrechts), das Reschriften der §§ 7 bis 10 TMG, den Datens Recht der Kunst- und Kulturpflege beschäft waltungsrechts und vermittelt einen Überb das Recht der Bühnen. Das Recht der Intikömmliche EDV-Recht unter Einbeziehung Providing und Remote Computing (WTS, Conagement, Strukturen, geistiges Eigentum) unter Einbeziehung der aktuellen Rechtsprenserecht ist ein Teilbereich des Medien Abs. 1 S. 2 GG, mit den rechtlichen Rahme sches Medienrecht beschäftigt sich mit der Mediensektor, den medienrechtlich relevar und Beihilfenrecht sowie den wesentlichen Darüber hinaus sind die Rechtsprechung des Lehr- und Lernformen	30 h	60 h				
In diesem Modul werden die im Bachelorst und vertieft. Die Studierenden sind mit Abs dien unter rechtlichen Gesichtspunkten bet Inhalte des Moduls Die Vorlesung Internetrecht beschäftigt sich che Nutzung des Internets aufgeworfen werden Grundlagen des Internets und behandelt in sichtigung des Fernabsatzrechts), das Reschriften der §§ 7 bis 10 TMG, den Datens Recht der Kunst- und Kulturpflege beschäft waltungsrechts und vermittelt einen Überb das Recht der Bühnen. Das Recht der Interviellen und Remote Computing (WTS, Conagement, Strukturen, geistiges Eigentum) unter Einbeziehung der aktuellen Rechtsprenserecht ist ein Teilbereich des Medien Abs. 1 S. 2 GG, mit den rechtlichen Rahme sches Medienrecht beschäftigt sich mit der Mediensektor, den medienrechtlich relevar und Beihilfenrecht sowie den wesentlichen Darüber hinaus sind die Rechtsprechung des Lehr- und Lernformen	30 h	60 h				
und vertieft. Die Studierenden sind mit Abs dien unter rechtlichen Gesichtspunkten bei Inhalte des Moduls Die Vorlesung Internetrecht beschäftigt sich che Nutzung des Internets aufgeworfen wei Grundlagen des Internets und behandelt in sichtigung des Fernabsatzrechts), das Reschriften der §§ 7 bis 10 TMG, den Datens Recht der Kunst- und Kulturpflege beschäft waltungsrechts und vermittelt einen Überb das Recht der Bühnen. Das Recht der Inkömmliche EDV-Recht unter Einbeziehung Providing und Remote Computing (WTS, Conagement, Strukturen, geistiges Eigentum) unter Einbeziehung der aktuellen Rechtsprenserecht ist ein Teilbereich des Medien Abs. 1 S. 2 GG, mit den rechtlichen Rahme sches Medienrecht beschäftigt sich mit der Mediensektor, den medienrechtlich relevar und Beihilfenrecht sowie den wesentlichen Darüber hinaus sind die Rechtsprechung des Lehr- und Lernformen	mpetenzen	1				
Die Vorlesung Internetrecht beschäftigt sich che Nutzung des Internets aufgeworfen wer Grundlagen des Internets und behandelt in sichtigung des Fernabsatzrechts), das Reschriften der §§ 7 bis 10 TMG, den Datens Recht der Kunst- und Kulturpflege beschäft waltungsrechts und vermittelt einen Überb das Recht der Bühnen. Das Recht der Int kömmliche EDV-Recht unter Einbeziehung Providing und Remote Computing (WTS, Conagement, Strukturen, geistiges Eigentum) unter Einbeziehung der aktuellen Rechtsprecht ist ein Teilbereich des Medien Abs. 1 S. 2 GG, mit den rechtlichen Rahme sches Medienrecht beschäftigt sich mit der Mediensektor, den medienrechtlich relevar und Beihilfenrecht sowie den wesentlichen Darüber hinaus sind die Rechtsprechung der Lehr- und Lernformen	schluss des Moduls ir					
che Nutzung des Internets aufgeworfen we Grundlagen des Internets und behandelt ir sichtigung des Fernabsatzrechts), das Reschriften der §§ 7 bis 10 TMG, den Datens Recht der Kunst- und Kulturpflege beschäft waltungsrechts und vermittelt einen Überb das Recht der Bühnen. Das Recht der Int kömmliche EDV-Recht unter Einbeziehung Providing und Remote Computing (WTS, Conagement, Strukturen, geistiges Eigentum) unter Einbeziehung der aktuellen Rechtsprecht ist ein Teilbereich des Medien Abs. 1 S. 2 GG, mit den rechtlichen Rahme sches Medienrecht beschäftigt sich mit der Mediensektor, den medienrechtlich relevar und Beihilfenrecht sowie den wesentlichen Darüber hinaus sind die Rechtsprechung des Lehr- und Lernformen	Inhalte des Moduls					
	che Nutzung des Internets aufgeworfen werden. Ferner bietet sie eine Einführung in die technische Grundlagen des Internets und behandelt in diesem Zusammenhang das Vertragsrecht (unter Berück sichtigung des Fernabsatzrechts), das Recht der digitalen Signaturen, die besonderen Haftungsvolschriften der §§ 7 bis 10 TMG, den Datenschutz sowie das Domain- und Urheberrecht. Die Vorlesun Recht der Kunst- und Kulturpflege beschäftigt sich mit Aspekten des Kulturverfassungs- und Kulturve waltungsrechts und vermittelt einen Überblick über das Denkmalschutzrecht, Archivrecht sowie über das Recht der Bühnen. Das Recht der Informationstechnologie im engeren Sinne umfasst das he kömmliche EDV-Recht unter Einbeziehung hybrider Erscheinungsformen wie etwa Application Servic Providing und Remote Computing (WTS, Citrix). Ausgehend von den Grundlagen (Technik, Projektmanagement, Strukturen, geistiges Eigentum) werden in der Vorlesung die verschiedenen Vertragstype unter Einbeziehung der aktuellen Rechtsprechung und der Praxis der Vertragsgestaltung erörtert. Da Presserecht ist ein Teilbereich des Medienrechts, der sich, ausgehend von der Pressefreiheit in Art. Abs. 1 S. 2 GG, mit den rechtlichen Rahmenbedingungen der Presse befasst. Die Vorlesung Europäsches Medienrecht beschäftigt sich mit den Kompetenzen der Europäischen Gemeinschaften für de Mediensektor, den medienrechtlich relevanten Grundrechten und Grundfreiheiten, dem Wettbewerbs und Beihilfenrecht sowie den wesentlichen Regelungen des Sekundärrechts wie der Fernsehrichtlinie Darüber hinaus sind die Rechtsprechung des europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte zu Ar					
Vorlesung	n diesem Zusammenh cht der digitalen Sigrachutz sowie das Domtigt sich mit Aspekten blick über das Denkm formationstechnologie hybrider Erscheinung itrix). Ausgehend von werden in der Vorles echung und der Praxirechts, der sich, ausgehedingungen der Praxirechts der sich ausgehen Grundrechten un Regelungen des Sekdes europäischen Ge	sie eine Einführung hang das Vertragsraturen, die besondain- und Urheberre des Kulturverfassunalschutzrecht, Arche im engeren Sinn gsformen wie etwan den Grundlagen ("sung die verschiede is der Vertragsgest gehend von der Pregebend von der Pregend Grundfreiheiten, kundärrechts wie der erichtshofs für Menschang das Vertragsgesten Grundfreiheiten, kundärrechts wie der erichtshofs für Menschang das Vertragsgesten Grundfreiheiten, kundärrechts wie der erichtshofs für Menschang das Vertragsgesten Grundfreiheiten, kundärrechts wie der erichtshofs für Menschang das Vertragsgesten das	in die technische echt (unter Berückert (unter Berückern Haftungsvollecht. Die Vorlesurings- und Kulturvenivrecht sowie über umfasst das he Application Servic Fechnik, Projektmenen Vertragstyperaltung erörtert. Dassefreiheit in Art. Vorlesung Europätenschaften für der Wettbewerber Fernsehrichtlinischenrechte zu A			
	n diesem Zusammenh cht der digitalen Sigrachutz sowie das Domtigt sich mit Aspekten blick über das Denkm formationstechnologie hybrider Erscheinung itrix). Ausgehend von werden in der Vorles echung und der Praxirechts, der sich, ausgehedingungen der Praxirechts der sich ausgehen Grundrechten un Regelungen des Sekdes europäischen Ge	sie eine Einführung hang das Vertragsraturen, die besondain- und Urheberre des Kulturverfassunalschutzrecht, Arche im engeren Sinn gsformen wie etwan den Grundlagen ("sung die verschiede is der Vertragsgest gehend von der Pregebend von der Pregend Grundfreiheiten, kundärrechts wie der erichtshofs für Menschang das Vertragsgesten Grundfreiheiten, kundärrechts wie der erichtshofs für Menschang das Vertragsgesten Grundfreiheiten, kundärrechts wie der erichtshofs für Menschang das Vertragsgesten Grundfreiheiten, kundärrechts wie der erichtshofs für Menschang das Vertragsgesten das	in die technische echt (unter Berückert (unter Berückern Haftungsvollecht. Die Vorlesurings- und Kulturvenivrecht sowie über umfasst das he Application Servic Fechnik, Projektmenen Vertragstyperaltung erörtert. Dassefreiheit in Art. Vorlesung Europätenschaften für der Wettbewerber Fernsehrichtlinischenrechte zu A			
Modulvoraussetzungen	n diesem Zusammenh cht der digitalen Sigrachutz sowie das Domtigt sich mit Aspekten blick über das Denkm formationstechnologie hybrider Erscheinung itrix). Ausgehend von werden in der Vorles echung und der Praxirechts, der sich, ausgehedingungen der Praxirechts der sich ausgehen Grundrechten un Regelungen des Sekdes europäischen Ge	sie eine Einführung hang das Vertragsraturen, die besondain- und Urheberre des Kulturverfassunalschutzrecht, Arche im engeren Sinn gsformen wie etwan den Grundlagen ("sung die verschiede is der Vertragsgest gehend von der Pregebend von der Pregend Grundfreiheiten, kundärrechts wie der erichtshofs für Menschang das Vertragsgesten Grundfreiheiten, kundärrechts wie der erichtshofs für Menschang das Vertragsgesten Grundfreiheiten, kundärrechts wie der erichtshofs für Menschang das Vertragsgesten Grundfreiheiten, kundärrechts wie der erichtshofs für Menschang das Vertragsgesten das	in die technische echt (unter Berückert (unter Berückern Haftungsvollecht. Die Vorlesurings- und Kulturvenivrecht sowie über umfasst das he Application Servic Fechnik, Projektmenen Vertragstyperaltung erörtert. Dassefreiheit in Art. Vorlesung Europätenschaften für der Wettbewerber Fernsehrichtlinischenrechte zu A			
Keine	n diesem Zusammenh cht der digitalen Sigrachutz sowie das Domtigt sich mit Aspekten blick über das Denkm formationstechnologie hybrider Erscheinung itrix). Ausgehend von werden in der Vorles echung und der Praxirechts, der sich, ausgehedingungen der Praxirechts der sich ausgehen Grundrechten un Regelungen des Sekdes europäischen Ge	sie eine Einführung hang das Vertragsraturen, die besondain- und Urheberre des Kulturverfassunalschutzrecht, Arche im engeren Sinn gsformen wie etwan den Grundlagen ("sung die verschiede is der Vertragsgest gehend von der Pregebend von der Pregend Grundfreiheiten, kundärrechts wie der erichtshofs für Menschang das Vertragsgesten Grundfreiheiten, kundärrechts wie der erichtshofs für Menschang das Vertragsgesten Grundfreiheiten, kundärrechts wie der erichtshofs für Menschang das Vertragsgesten Grundfreiheiten, kundärrechts wie der erichtshofs für Menschang das Vertragsgesten das	in die technische echt (unter Berückeren Haftungsvorsecht. Die Vorlesunings- und Kulturvenivrecht sowie übe umfasst das he Application Servic Technik, Projektmenen Vertragstyperaltung erörtert. Die ssefreiheit in Art. Vorlesung Europätem Wettbewerber Fernsehrichtlinischenrechte zu A			

	Zwei Klausurarbeiten (je 90 – 180 min.) nach Wahl. Die Klausuren sind eingeschränkt wiederholbar. Die Modulnote berechnet sich je zur Hälfte aus den Noten der beiden Klausurarbeiten. Die Versuchsrestriktionen ergeben sich aus den fachspezifischen Anhängen.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten
	Zwei Klausuren zu zwei Vorlesungen nach Wahl. Die Dauer beträgt jeweils nicht weniger als 90 und nicht mehr als 180 Minuten. Die Klausuren sind eingeschränkt wiederholbar. Die Versuchsrestriktionen ergeben sich aus den fachspezifischen Anhängen. Die Modulnote berechnet sich je zur Hälfte aus den Noten der beiden Klausurarbeiten.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)
	Angebot für das Masterstudium Medienwissenschaft, Wahlpflichtfach Medienrecht
9	Stellenwert der Modulnote für die Fachnote
	9/36
10	Modulbeauftragte/r
	Univ Prof. Dr. iur. Karl-Eberhard Hain
11	Sonstige Informationen
	Keine

SM 2	SM 2 Gewerblicher Rechtsschutz/Urheberrecht und Wettbewerbsrecht					
Kennnummer		Workload	Leistungs- punkte	Studien-se- mester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
29801	MRSM02	270 h	9 LP	1 3. Semester	WiSe/SoSe	2 Semester
1	Lehrver	anstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium	
	a) VL Ge	ewerblicher Rechts	schutz	30 h	60 h	
	b) VL Ur	heberrecht		30 h	60 h	
	c) VL Ma	arkenrecht		30 h	60 h	
	d) VL Liz	zenzvertragsrecht		30 h	60 h	
	e) VL W	ettbewerbsrecht		30 h	60 h	
	f) VL Lau	uterkeitsrecht		30 h	60 h	
2	Ziele de	s Moduls und zu e	erwerbende Komp	oetenzen		
		m Modul erwerben o s sowie des Wettbe		Kenntnisse des Gev	werblichen Rechtss	schutzes, des Urhe-
3	Inhalte o	des Moduls und Q	ualifikationsziele			
	In der Vorlesung Gewerblicher Rechtsschutz wird zunächst ein allgemeiner Systemüberblick hergestellt. Anschließend werden die Schutzrechte auf technischem Gebiet behandelt (Patentrecht, Gebrauchsmusterrecht und Geschmacksmusterrecht). Die Vorlesung Urheberrecht befasst sich mit dem rechtlichen Schutz von persönlichen geistigen Leistungen auf kulturellem Gebiet sowie mit dem Spannungsfeld zwischen den wirtschaftlichen Interessen der Kulturindustrie, den persönlichkeitsbezogenen Interessen des Urhebers und dem Interesse der Gesellschaft, Werke ohne Beschränkung nutzen zu können. In der Vorlesung Markenrecht werden die Schutzvoraussetzungen, der Schutzumfang und die Schutzschranken des Markenrechts dargestellt. Die Vorlesung Lizenzvertragsrecht behandelt spezielle Fragestellungen des Lizenzvertrages. Der Lizenzvertrag gewährt eine vertragliche Einräumung von					

	Nutzungsrechten an schöpferischen Leistungen. Gegenstände eines Lizenzvertrages können alle schöpferischen Leistungen bzw. hieraus erwirkte Schutzrechtspositionen sein, mithin technische Erfindungen, Marken, Geschmacksmuster und Urheberrechte. Ein weiterer Schwerpunkt der Ausbildung liegt auf dem Gebiet des Wettbewerbs. Das Wettbewerbsrecht gibt einen Überblick über das deutsche und europäische Kartell- und Wettbewerbsrecht. Das Lauterkeitsrecht beschäftigt sich mit der Frage, wie ein Unternehmer für seine Produkte werben darf und wie ein Konkurrent sich gegen unlautere Werbemaßnahmen wehren kann.
4	Lehr- und Lernformen
	Vorlesung
5	Modulvoraussetzungen
	Keine
6	Form der Modulprüfung
	Zwei Klausuren zu zwei Vorlesungen nach Wahl. Die Dauer beträgt jeweils nicht weniger als 90 und nicht mehr als 180 Minuten. Die Klausuren sind eingeschränkt wiederholbar. Die Versuchsrestriktionen ergeben sich aus den fachspezifischen Anhängen. Die Modulnote berechnet sich je zur Hälfte aus den Noten der beiden Klausurarbeiten.
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten
	Bestehen der Modulprüfungen.
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)
	Wahlpflichtfach im Masterstudium Medienwissenschaft, Wahlpflichtfach Medienrecht
9	Stellenwert der Modulnote für die Fachnote
	9/36
10	Modulbeauftragte/r
	Univ Prof. Dr. iur. Anja Steinbeck
11	Sonstige Informationen
	Keine

SM 3	SM 3 Internationales und Europäisches Privatrecht						
Kennnummer W		Workload	Leistungs- punkte	Studien-se- mester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
2980MRXSM3 270 h		9 LP	1 3. Semester	WiSe/ SoSe	2 Semester		
1	Lehrveranstaltungen			Kontaktzeit	Selbststudium		
	a) VL Internationales Privatrecht			30 h	60 h		
	b) VL Kreditsicherungsrecht			30 h	60 h		
	c) VL Eu	ropäisches Privatre	echt	30 h	60 h		
	d) VL Internationales Wirtschaftsrecht II			30 h	60 h		
	e) VL Vertragsgestaltung			30 h	60 h		
	f) VL AG	B- und Verbrauche	rschutzrecht	30 h	60 h		

Ziele des Moduls und zu erwerbende Kompetenzen

Die Studierenden erwerben insbesondere die Fähigkeit, anhand von Fällen selbstständig allgemeine Geschäftsbedingungen auszuarbeiten, die den Interessen von Verkäufer oder Käufer gerecht werden und einer rechtlichen Kontrolle standhalten. Darüber hinaus erlangen die Studierenden ein Verständnis für Wirtschaftsabläufe und wirtschaftliche Interessen.

3 Inhalte des Moduls und Qualifikationsziele

Das Internationale Privatrecht bestimmt, welches Recht auf einen Sachverhalt angewandt wird, der Beziehungen zu mehreren Rechtsordnungen aufweist. Die Vorlesung Kreditsicherheitsrecht behandelt die verschiedenen Kreditsicherheiten (insbesondere Grundpfandrechte, Pfandrechte an beweglichen Sachen und an Rechten sowie die Bürgschaft). Das Europäische Privatrecht ist eine noch in der Entstehung befindliche Rechtsmaterie. Die Vorlesung geht auf verschiedene übernationale Vereinheitlichungsprojekte und deren Verhältnis zu den nationalen Rechtsordnungen ein. Die Vorlesung Internationales Wirtschaftsrecht II erläutert ausgewählte Probleme des Internationalen Wirtschaftsrechts aus der Sicht des Privatrechts. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf der Untersuchung der von internationalen Organisationen herausgegebenen Regelwerke zum internationalen Vertragsrecht, zum internationalen Bankrecht sowie zur internationalen Streitentscheidung. In dem Modul werden ferner die Arbeitsmethode der Vertragsgestaltung und ausgewählte Fragen aus dem Verbraucherschutzrecht dargestellt (Miet- und Leasingrecht, Finanzdienstleistungen im Vertragsrecht, Produktsicherheit und Fragen der unlauteren Werbung). Zudem werden die Problemkreise der Allgemeinen Geschäftsbedingungen und des Verbraucherschutzrechts anhand von Fällen thematisiert.

4 Lehr- und Lernformen

Vorlesung

5 Modulvoraussetzungen

Keine

6 Form der Modulprüfung

Zwei Klausuren zu zwei Vorlesungen nach Wahl. Die Dauer beträgt jeweils nicht weniger als 90 und nicht mehr als 180 Minuten. Die Klausuren sind eingeschränkt wiederholbar. Die Versuchsrestriktionen ergeben sich aus den fachspezifischen Anhängen. Die Modulnote berechnet sich je zur Hälfte aus den Noten der beiden Klausurarbeiten.

7 Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten

Bestehen der Modulprüfungen

8 Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)

Wahlpflichtmodul im Masterstudium Medienwissenschaft, Wahlpflichtfach Medienrecht; Pflichtfachmodul in Masterstudium Regionalstudien China, Wahlpflichtfach Rechtswissenschaft

9 Stellenwert der Modulnote für die Fachnote

9/36

10 Modulbeauftragte/r

Univ.- Prof. Dr. iur. Klaus-Peter Berger

11 Sonstige Informationen

Keine

SM 4 Europarecht

Kennnummer		Workload	Leistungs- punkte	Studien-se- mester	Häufigkeit des Angebots	Dauer	
2980MRSM04		270 h	9 LP	1 3. Semester	WiSe/ SoSe	2 Semester	
1	Lehrver	anstaltungen	l	Kontaktzeit	Selbststudium		
	a) VL Ve	a) VL Vertiefung Europarecht		30 h	60 h		
	b) VL Europäisches Wirtschaftsrecht I		30 h	60 h			
	c) VL Eu	ropäisches Arbeits	- und Sozialrecht	30 h	60 h		
2	Ziele de	s Moduls und zu e	erwerbende Komp	oetenzen			
	Die Stud Methode	ierenden erwerben	insbesondere die die Auswirkungen	Fähigkeit, europäis	sches Primär- und	ntnisse spezifiziert. Sekundärrecht, die Rechtsprechung der	
3	Inhalte o	des Moduls und Q	ualifikationsziele				
	sowie die esten Re sich im V Vorschrif Markt erg	e Entwicklung und o echtsprechung des Wesentlichen aus often zur Gewährlei	den Stand der euro EuGH. Das Europ dem Recht zur Gev stung eines Syster sich die Studieren	ppäischen Integration äische Wirtschafts währleistung der Mitten ms unverfälschten den mit ausgewähl	on. Der Schwerpun recht ist eine Quers arktfreiheiten im E Wettbewerbs auf den Fragen des Eu	Gemeinschaftsrecht kt liegt auf der neuschnittsmaterie, die G-Vertrag und den dem gemeinsamen ropäischen Arbeitsen.	
4	Lehr- un	nd Lernformen					
	Vorlesun	ıg					
5	Modulvo	oraussetzungen					
	Keine						
6	Form de	r Modulprüfung					
	nicht me ergeben	Zwei Klausuren zu zwei Vorlesungen nach Wahl. Die Dauer beträgt jeweils nicht weniger als 90 und nicht mehr als 180 Minuten. Die Klausuren sind eingeschränkt wiederholbar. Die Versuchsrestriktionen ergeben sich aus den fachspezifischen Anhängen. Die Modulnote berechnet sich je zur Hälfte aus den Noten der beiden Klausurarbeiten.					
7	Vorauss	etzungen für die	Vergabe von Leis	tungspunkten			
	Bestehei	n der Modulprüfunç	gen				
8	Verwend	dung des Moduls	(in anderen Studi	engängen)			
	Wahlpflid	Wahlpflichtfachmodul im Masterstudium Medienwissenschaft, Wahlpflichtfach Medienrecht					
9	Stellenw	vert der Modulnot	e für die Fachnote	9			
		n mit Klausurarbeit ulnote. 9/36	abgeschlossenen	beiden Vorlesunge	en erreichten Noten	bilden je zur Hälfte	
10	Modulbe	eauftragte/r					
	Univ Pr	of. Dr. iur. Karl-Ebe	erhard Hain				
11	Sonstig	e Informationen					
	Keine						

3.4 Masterarbeit

Kennnummer		Workload	Leistungs- punkte	Studien-se- mester	Häufigkeit des Angebots	Dauer		
4227	MMV1MA	900 h	30 LP	4. Sem.	WiSe/SoSe	1 Semester		
1	Lehrver	anstaltungen		Kontaktzeit	Selbststudium			
	Schriftlio	che Prüfung: Maste	erarbeit		900 h			
2	Ziele de	s Moduls und zu	erwerbende Kom	petenzen		<u> </u>		
	Prüfling Studium beiten un Die Stud klar umr tung. Sie	dazu in der Lage s mit den erforder nd zu reflektieren. dierenden erwerbe issenen, überscha e erweitern ihre m	ist, ein thematisch lichen Methoden i Sie kann in jedem en die Kompetenz aubaren Forschung ethodischen Komp	n begrenztes Proble n einem festgelegt Studienbereich an zur eigenständiger gsvorhabens im Ko betenzen und festig	n Konzeption und D ontext intensiver Ber en ihre fachwissens	standsbereich des schaftlich zu bear- urchführung eines atung und Beglei		
3		keiten zur anforderungsgerechten Darstellung komplexer Forschungsinhalte. Inhalte des Moduls						
	Die Masterarbeit soll den Abschluss des Masterstudiums bilden. Das Modul umfasst die Entwicklur und Durchführung der Masterarbeit in allen Schritten. Hierzu zählen u.a. die Themenfindung im A gleich zur aktuellen Forschung, die Skizzierung des Vorhabens unter klarer Reflexion der verwendete Methodik sowie, die systematische und strukturierte Durchführung im gegebenen Zeithorizont. Der B arbeitungszeitraum beträgt 26 Wochen, als Umfang sind 60 Seiten vorgesehen.					nenfindung im Ab n der verwendeter		
			n Durchführung der en Masterstudienga		ehmen Sie bitte den	Regelungen in de		
4	Lehr- ur	nd Lernformen						
	Mastera	rbeit						
5	Modulve	oraussetzungen						
	Abschlus	ss eines der Schw	erpunktmodule.					
6	Form de	er Modulprüfung						
	Mastera	rbeit						
7	Vorauss	setzungen für die	Vergabe von Lei	stungspunkten				
	Bestehe	n der Modulprüfur	g					
8	Verwen	dung des Moduls	(in anderen Stud	liengängen)				
	Wahlpfli	chtmodul						
9	Stellenv	vert der Modulno	te für die Gesamt	note				
	Die Note	e der Masterarbeit	bildet 1/3 der Gesa	amtnote.				
10	Modulb	eauftragte/r						

	Geschäftsführende/r DirektorIn des veranstaltenden Instituts
11	Sonstige Informationen
	Das gewählte Thema muss sich deutlich vom Thema der Bachelorarbeit unterscheiden.
	Die Masterarbeit kann im Pflichtfach oder im gewählten Wahlpflichtfach geschrieben werden.

4 Studienhilfen

4.1 Empfohlene Studienverlaufspläne

4.1.1 Exemplarischer Studienverlaufsplan Medienkulturwissenschaft

Semester	Module		ΣLP		
1. Sem.	SM1 Medienkultur		12		
	VL Ästhetik der Medien				
	Seminar: Medientheorie				
	Übung: Medien- und Kulturanalyse				
	Schriftliche Prüfung: Hausarbeit				
	12 LP				
2. Sem.	SM2 Medialität / Performativität / Theatralität	EM1a bis EM1e* im Umfang	24		
	Seminar (Inter-) Mediale Konstellationen	von			
	Seminar Theatralität und Performativität	12 LP			
	Prüfung: Hausarbeit				
	12 LP				
3. Sem.	SM3 Grundlagentexte der Medienkulturwissenschaft	EM1a bis EM1e* im Umfang	18		
	Selbständige Studien: Theorien der Medienkulturwissenschaft	von			
	Selbständige Studien: Inszenierung und Artefakte	12 LP			
	Kolloquium				
	Mündliche Prüfung				
	6 LP				
4. Sem.	[Masterarbeit]		[30]		
	30 LP				

^{*} Im Rahmen der Ergänzungsmodule werden folgende Variationen angeboten: EM 1a Praktikum, EM 1b Auslandsstudium, EM 1c Medienkulturwissenschaft im Projekt, EM 1d Medienhistoriografie, EM 1e Forschungsdiskurs der aktuellen Medienkulturwissenschaft. Aus diesem Angebot müssen zwei Module absolviert werden.

4.1.2 Exemplarischer Studienverlaufsplan Wahlpflichtfach Medienmanagement und Medienökonomie

Semester	Module		
1. Sem.	SM1 Media Economics	2 WP-Module Medienmanagement aus:	18
	Vorlesung Media Economics	SM2 - SM10, BM1 - BM3, EM2 - EM4	
	Übung Media Economics	2 Prüfungen	
	Schriftliche Prüfung: Klausur	2 x 6 LP	
	6 LP		
2. Sem.	1 WP-Modul Medienmanagement aus:		6
	SM2 - SM10, BM1 - BM3, EM2 - EM4		
	1 Prüfung		
	6 LP		

3. Sem.	EM1 Media and Technology Management: Enterprises, Marketing, and Strategies Vorlesung Media and Technology Management Kolloquium Media and Technology Management Schriftliche Prüfung: Klausur 6 LP	1 WP-Modul Medienmanagement aus: SM2 – SM10, BM1 – BM3, EM2 – EM4 1 Prüfung 6 LP	12
4. Sem.	[Masterarbeit] 30 LP		[30]

4.1.3 Exemplarischer Studienverlaufsplan Wahlpflichtfach Medieninformatik

Semester	Module	ΣLP
1. Sem.	SM1 Einführung in die Sprachliche Informationsverarbeitung	9
	Vorlesung	
	Übung	
	Schriftliche Prüfung: Klausur	
	9 LP	
2. Sem.	SM2 Einführung in die Historisch-Kulturwissenschaftliche Informationsverarbeitung	9
	Vorlesung	
	Übung	
	Schriftliche Prüfung: Klausur	
	9 LP	
3. Sem.	SM3 Verarbeitung mehrdimensionaler Daten	18
	Seminar	
	Übung	
	Kolloquium	
	Kombinierte Prüfung	
	18 LP	
4. Sem.	[Masterarbeit]	[30]
	30 LP	

4.1.4 Exemplarischer Studienverlaufsplan Wahlpflichtfach Medienrecht

Semester	Module		ΣLP	
1. Sem.	SM1 Spezielle Bereiche des Medienrechts		9	
	3 Vorlesungen aus:			
	Vorlesung Internetrecht			
	Vorlesung Recht der Kunst- und Kulturpflege			
	Vorlesung Recht der Informationstechnologie			
	Vorlesung Presserecht			
	Vorlesung Aktuelle Probleme des Medienrechts			
	Vorlesung Europäisches Medienrecht			
	Schriftliche Prüfung: 2 Klausuren			
	9 LP			
2. Sem.	SM2 Gewerblicher Rechtsschutz / Urheberrecht	und Wettbewerbsrecht	9	
	3 Vorlesungen aus:			
	Vorlesung Gewerblicher Rechtsschutz			
	Vorlesung Urheberrecht			
	Vorlesung Markenrecht			
	Vorlesung Lienzvertragsrecht			
	Vorlesung Wettbewerbsrecht			
	Vorlesung Lauterkeitsrecht			
	Schriftliche Prüfung: 2 Klausuren			
	9 LP			
3. Sem.	SM3 Internationales und Europäisches Privat-	SM4 Europarecht	18	
0. 00111.	recht	Vorlesung Vertiefung Europarecht	10	
	3 Vorlesungen aus:	Vorlesung Internationales Wirtschaftsrecht I		
	Vorlesung Internnationales Privatrecht	Vorlesung Europäisches Arbeits- und Sozialrecht		
	Vorlesung Kreditsicherungsrecht	Schriftliche Prüfung: 2 Klausuren		
	Vorlesung Europäisches Privatrecht	9 LP		
	Vorlesung Internationales Wirtschaftsrecht II			
	Vorlesung Vertragsgestaltung			
	Vorlesung AGB- und Verbaucherschutzrecht			
	Schriftliche Prüfung: 2 Klausuren			
	9 LP			
4. Sem.	[Masterarbeit]		[30]	
	30 LP			

4.2 Fach- und Prüfungsberatung

4.3 Weitere Informations- und Beratungsangebote

Die Ansprechinstitutionen für Studierende in Fragen der Organisation des Studiums (Finanzierung, Familienangelegenheiten, Behinderung, Studium mit Kind) sind das Kölner Studentenwerk, das Dual Career &Family Support, die Asta der Universität zu Köln sowie die Fachschaft der Medienkulturwissenschaft. Weitere nützliche Informationen finden sich unter:

- www.gb.uni-koeln.de/uni_mit_kind/
- www.studentenwerk-koeln.de/
- www.asta.uni-koeln.de/
- verwaltung.uni-koeln.de/abteilung13/content/cfs/index_ger.html