



Stand: 27.03.2024

Modulkatalog

Bachelorstudiengang (B.A.)
Digitales Storytelling (DS)

Inhalt

1. Semester	1
DS 1.1: Grundlagen Medienwissenschaft	1
DS 1.2: Grundlagen Journalistische Methoden	3
DS 1.3: Grundlagen Interaktives Gestalten	5
DS 1.4: Grundlagen Bewegtbildtechnik	7
DS 1.5: Grundlagen Interaktive Technologien	8
2. Semester	9
DS 2.1: Medienwirkung	9
DS 2.2: Audiovisuelles Storytelling	11
DS 2.3: Interaktives Storytelling	12
DS 2.4: Interaktive Technologien	13
DS 2.5: Bewegtbildtechnik	14
3. Semester	16
DS 3.1: Medienmärkte	16
DS 3.2: Interdisziplinäres Projekt 1: Crossmediales Storytelling	18
DS 3.3: Wahlpflichtfach 1	20
DS 3.4: Wahlpflichtfach 2	20
4. Semester	22
DS 4.1: Entrepreneurship	22
DS 4.2: Interdisziplinäres Projekt 2: Transmediales Storytelling	24
DS 4.3: Wahlpflichtfach 3	26
DS 4.4: Wahlpflichtfach 4	26
5. Semester	28
DS 5.1: Research and Development	28
DS 5.2: Interdisziplinäres Projekt 3: Freies Projekt	29
DS 5.3: Wahlpflichtfach 5	30
DS 5.4: Wahlpflichtfach 6	30
6. Semester	32
DS 6.1: Betreute Praxisphase	32
7. Semester	33
DS 7.1: Bachelor-Seminar	33
DS 7.2: Wahlpflichtfach 7: Open Lab (interaktiv oder audiovisuell)	34
DS 7.3: Bachelor-Thesis	35

Abkürzungsverzeichnis

Allgemeine Abkürzungen:

SWS	Semesterwochenstunden
CP	Leistungspunkte nach dem European Credit Transfer System (ECTS)
NN	Nicht nominiert

Lehrveranstaltungsformen:

V	Vorlesung
Ü	Übung
S	Seminar
L	Labor
P	Projekt

Prüfungsformen:

KL90	Klausur mit Dauer: 90 min.
HA	Hausarbeit
PR	Präsentation
PA	Projektarbeit
EW	Entwurf
SB	Studienbuch
MP	Mündliche Prüfung
BA	Bachelorarbeit
KO	Kolloquium

1. Semester

Nr.: DS 1.1:	Pflichtmodul: Grundlagen Medienwissenschaft	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 1	
		Workload: 180 h		Prüfungsform: KL90 HA MP SB	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 75 h	Selbststudium: 105 h		
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (<u>modulverantwortlich</u>)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Wissenschaftliches Arbeiten und Selbstmanagement		<u>Dr. Heike Hümmel M.A.</u>		V	1
Mediengeschichte		Dr. Heike Hümmel M.A.		V	2
Medienästhetik		Dr. Heike Hümmel M.A.		V	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS					
Inhalte					
<p>Wissenschaftliches Arbeiten und Selbstmanagement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wissenschaftliches Arbeiten [Zitation Harvard / Chicago; Aufbau Anforderungen Seminar- und Bachelorarbeiten] - Planungs- und Präsentationsmethoden - Zeit- und Selbstmanagement / Methoden und Übungen zur Selbsthilfe <p>Mediengeschichte</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wandel, Funktionalität und Bedeutung der Medien - Mediengeschichte als empirische Geschichte der Massenmedien und ihrer (künstlerischen) Inhalte und technikbezogenen Geschichte der Verbreitung technischer Apparaturen und ihrer Intentionen - Medienformen und ihre Relevanz im gesellschaftlichen Kontext - Übertragungs- und Speichertechnologien Netzwerke interaktive Medien und virtuelle Welten - Medienethik - Gesellschaftliche Verantwortung von Medienschaffenden <p>Medienästhetik</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in die Ästhetik Medienästhetik - Werkzeuge der Interpretation und Arten der Film- und Medienanalyse - Medienrezeption Rezeptionsästhetik - Weiterführende Betrachtungen anhand von medientheoretischen Texten und Aufsätzen 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p>Wissenschaftliches Arbeiten und Selbstmanagement</p> <p>Im Fokus dieser Lehrveranstaltung steht die Vermittlung und Anwendung der standardisierten, formellen Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens. Die Studierenden erhalten darüber hinaus einen Überblick über Methoden des Zeit- und Selbstmanagement, um dem Gefühl von Stress, Hektik und Überforderung im Studien- und späteren Arbeitsalltag durch die hier erlernten Fähigkeiten und Fertigkeiten zur besseren Selbstregulierung begegnen zu können.</p> <p>Mediengeschichte</p> <p>In der Mediengeschichte erhalten die Studierenden Einblicke in die wichtigsten Entwicklungen. Diese werden nachgezeichnet und mit zentralen Fragestellungen der Medienwissenschaft verknüpft, die nicht selten ihren Ursprung in der Kunst haben. So lernen sie, wie verschiedene Gesellschaften in kulturhistorischen Prozessen spezifische Medien entwickelt haben. Von großer Bedeutung sind dabei u.a. Fragen nach der Rolle der mediatisierten Öffentlichkeit bei der Steuerung des gesellschaftlichen Wandels, nach Art und Ausmaß der Beeinflussung der Gesellschaft durch bestimmte Entwicklungen der Medientechnik sowie nach dem Wandel der Mediennutzung im Allgemeinen. Die Rückschau auf historische Tatbestände verbessert darüber hinaus die Fähigkeit der Studierenden zur Bewertung gegenwärtiger medialer Bedingungen und schärft ihren Blick für längst überholt erscheinende Medien, die im kreativ-gestalterischen Rahmen wiederentdeckt werden können.</p> <p>Medienästhetik</p> <p>Übergeordnetes Ziel der Vorlesung Medienästhetik ist es, den Studierenden effiziente Methoden zur Beurteilung audiovisueller und interaktiver Arbeiten an die Hand zu geben, um diese als Werkzeug zu kritischer Reflexion und Auseinandersetzung mit Medieninhalten nutzen zu können. Eine Einführung in die Grundlagen der Ästhetik, aufbauend auf dem Verständnis der Semiotik, vermittelt hierzu Analysewerkzeuge, mit denen die Studierenden die Fähigkeit erwerben, qualitative Beurteilungskategorien zur kritischen Bewertung eigener Arbeiten abzuleiten.</p>					

Das Aneignen von Wissen, Ideenfindungsprozesse, kulturell-ästhetische Wurzeln, immersiver Besonderheiten der technisch-medialen Umsetzung – all dies sind Themen dieser Lehrveranstaltung, die die Studierenden an ausgewählten Beispielen erfahren. Medienästhetik – verstanden als Selbsterfahrung der natürlichen und technischen Vermitteltheit menschlicher Wahrnehmung und emotionaler Ansprache der Rezipient*innen.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Wissenschaftliches Arbeiten und Selbstmanagement

Balzer, Helmut | Schäfer, Christian | Schröder, Marion | Kern, Uwe (2017): Wissenschaftliches Arbeiten. Wissenschaft, Quellen, Artefakte, Organisation, Präsentation. Herdecke/Witten

Bischof, Klaus | Bischof, Anita (2023): Selbstmanagement. Freiburg i. Breisgau, 6. Auflage

Brauner, Detlev | Vollmer, Hans-Ulrich (2022): Erfolgreiches wissenschaftliches Arbeiten. Berlin, 3. Auflage

Esselborn-Krumbiegel, Helga (2021): Von der Idee zum Text. Eine Anleitung zum wissenschaftlichen Schreiben. Paderborn, 6. Auflage

Fischer-Epe, Maren | Epe, Klaus (2019): Selbstcoaching: Hintergrundwissen, Anregungen und Übungen zur persönlichen Entwicklung. Reinbek bei Hamburg, 6. Auflage

Rustler, Florian (2023): Denkwerkzeuge der Kreativität und Innovation: das kleine Handbuch der Innovationsmethoden. St. Gallen, 12. Auflage

Mediengeschichte

Birkner, Thomas (2023): Medialisierung und Mediatisierung. Baden Baden, 3. Auflage

Böhn, Andreas | Seidler, Andreas (2014): Mediengeschichte: eine Einführung. Tübingen, 2. Auflage

Bösch, Frank: Mediengeschichte (2019): vom asiatischen Buchdruck zum Computer. Frankfurt | New York, 2. Auflage

Fahlenbach, Kathrin (2019): Medien, Geschichte und Wahrnehmung: eine Einführung in die Mediengeschichte. Wiesbaden

Faulstich, Werner (2006): Mediengeschichte: Von den Anfängen bis 1700. Göttingen

Faulstich, Werner (2006): Mediengeschichte: Von 1700 bis ins 3. Jahrtausend. Göttingen

Hörisch, Jochen (2016): Eine Geschichte der Medien: vom Urknall zum Internet. Frankfurt/Main, 5. Auflage

Wenzel, Horst (2008): Mediengeschichte vor und nach Gutenberg. Darmstadt, 2. Auflage

Medienästhetik

Benjamin, Walter (2002): Medienästhetische Schriften. Frankfurt/Main

Benjamin, Walter (2007 [1999]): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner Reproduzierbarkeit. Frankfurt/Main

Düwell, Susanne (2023): Medienkritik und Wirkungsästhetik: Diskurse über Rezeptionseffekte [1750 bis heute]. Berlin

Engenhardt, Marc | Löwe, Sebastian (2022): Design und Künstliche Intelligenz. Theoretische und praktische Grundlagen der Gestaltung mit maschinell lernenden Systemen. Basel

Flusser, Vilém (2008): Medienkultur. Frankfurt/Main

Grabbe, Lars C. | Held, Tobias, Wagner, Christiane [Hg.] (2023): Kunst, Design und die »Technisierte Ästhetik«. Marburg

Grabbe, Lars C. | Rupert-Kruse, Patrick | Schmitz, Norbert M. [Hg.] (2015): Bild und Interface: zur sinnlichen Wahrnehmung digitaler Visualität. Darmstadt

Mitchell, William J.T. (2008): Das Leben der Bilder. Eine Theorie der visuellen Kultur. München

Rötzer, Florian (1991): Digitaler Schein. Ästhetik der elektronischen Medien. Frankfurt/Main

Schnell, Ralf: Medienästhetik (2000). Zu Geschichte und Theorie audiovisueller Wahrnehmungsformen. Stuttgart | Weimar

Wiener, Serjoscha (2014): Das geöffnete Intervall. Medientheorie und Ästhetik des Videospiele. Paderborn

Nr.: DS 1.2:	Pflichtmodul: Grundlagen Journalistische Methoden	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 1	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 180 h	Präsenz: 60 h	Selbststudium: 120 h	Prüfungsform: SB / PA / HA / PR
Veranstaltungen	Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)	
Grundlagen Journalistische Methoden		<u>Prof. Dr. Marc-Christian Ollrog,</u> Jens Martens M.A.		V + Ü	4

Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS

Inhalte

Grundlagen Journalistische Methoden

Einführung in die Journalistik:

- Grundlagen der Journalistik
- Theorien, Methoden und Erkenntnisse der Journalistik
- Berufsfeld des Journalismus
- Arbeitsroutinen: redaktionelle Strukturen und soziales Handeln
- Journalismus und sein Publikum
- Journalismus und Macht
- Aktuelle Debatten über die Qualität, Partizipation, Ethik und Zukunft des Journalismus

Journalistische Darstellungsformen:

- Journalistische Genrelehre
- Tatsachen- und meinungsorientierte Darstellungsformen
- Themengenerierung

Methodisches Recherchieren:

- Systematische Erschließung der Recherche nach verschiedenen Rechercheansätzen
- Umgang mit Quellen & Informationen
- Unabhängiges Fakten prüfen

Textwerkstatt:

- journalistisches Texten
- Texten zum Bild, Sprechertexte für AV-Beiträge

Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen

Grundlagen Journalistische Methoden

Einführung in die Journalistik:

Studierende können das Phänomen Journalismus sicher von anderen Feldern der Massenkommunikation abgrenzen und gleichermaßen die Gemeinsamkeiten wie die Unterschiede verdeutlichen. Sie lernen, Funktionszuweisungen an den Journalismus in sozialen Systemen - jeweils bezogen auf die Organisations- und Herrschaftsform - zu analysieren und reflektieren das journalistische Arbeiten in Organisationen (Redaktionsstrukturen) und in der Freiberuflichkeit. So üben Studierende das Selbstverständnis journalistischer Produktionsweisen zwischen ökonomischer Wirklichkeit und gesellschaftlichem Anspruch ein und lernen die Besonderheiten einer Arbeit in der journalistischen Praxis kennen.

Journalistische Darstellungsformen:

Studierende können die unterschiedlichen journalistischen Darstellungsformen erkennen und erklären. Sie erkennen Themen im Hinblick auf deren Eignung für unterschiedliche Genres. In den Übungsteilen produzieren die Studierenden eigene journalistische Texte wie Meldung, Bericht, Kommentar sowie Reportage, Feature, Kolumne oder Essay und entwickeln dafür teils eigene Themenideen. Besonderes Augenmerk wird auf den von Darstellungsform zu Darstellungsform wechselnden Grad der Subjektivität gelegt.

Methodisches Recherchieren:

Studierende erkennen die unterschiedlichen Kommunikationssituationen und können diese differenzieren. Verschiedene Recherchestrategien für unterschiedliche Situationen werden eingeübt und anhand von Musterrecherchen geplant. Die Studierenden beherrschen den Umgang mit unterschiedlichen Quellen und Informanten. Die Studierenden können einen unabhängigen Faktencheck durchführen und die Recherchequalität professioneller Texte beurteilen.

Textwerkstatt:

Studierende machen ihre ersten Erfahrungen mit journalistischen Texten, insbesondere auch das Texten zum Bild, also das Erstellen von Sprechertexten für audiovisuelle und interaktive Beiträge.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Grundlagen Journalistische Methoden**Einführung in die Journalistik:**

Altmeppen, Klaus-Dieter | Arnold, Klaus (2012): Journalistik. München

Friedl, Christian (2013): Hollywood im journalistischen Alltag. Storytelling für erfolgreiche Geschichten: ein Praxisbuch. Wiesbaden

Jandura, Olaf [Hg.] (2011). Methoden der Journalismusforschung. Wiesbaden

Lampert, Marie | Wespe, Rolf (2021): Storytelling für Journalisten: Wie baue ich eine gute Geschichte? 5. Auflage

Meier, Klaus (2018): Journalistik. Stuttgart, 4. Auflage

Osing, Tim (2022): Digitaler Journalismus in der Praxis: Grundlagen von Onlinerecherche, Storytelling und Datenjournalismus. Wiesbaden

Pürer, Heinz (2004): Praktischer Journalismus. Presse, Radio, Fernsehen, Online. Konstanz, 5. Auflage

Radü, Jens (2019): New Digital Storytelling: Anspruch, Nutzung und Qualität von Multimedia-Geschichten. Baden-Baden

Sturm, Simon (2013): Digitales Storytelling. Eine Einführung in neue Formen des Qualitätsjournalismus. Wiesbaden

Schach, Annika. (2017): Storytelling: Geschichten in Text, Bild und Film. Berlin

Weischenberg, Siegfried (2004/2013): Journalistik, 2 Bde, Wiesbaden, 3. Auflage

Journalistische Darstellungsformen:

Haller, Michael (2020). Die Reportage. Konstanz, 7. Auflage

Heijnk, Stefan (2017): Digital Storytelling: Und wie geht's weiter? Formenevolution im digitalen Erzählraum am Beispiel der Reportage. Storytelling: Geschichten in Text, Bild und Film, S. 157-173

Heywinkel, Mark (2023). Digitale Formate entwickeln. Konstanz

Hooffacker, Gabriele (2017). LaRoches Einführung in den praktischen Journalismus. Wiesbaden, 20. Auflage

Mast, Claudia (2012): ABC des Journalismus. Konstanz

Neuberger, Christoph (2013). Grundlagen des Journalismus. Wiesbaden

Schalkowski, Edmund (2011): Kommentar, Glosse, Kritik. Konstanz

Methodisches Recherchieren:

Burkhardt, Steffen [Hg.] (2014): Praktischer Journalismus. München

Haller, Michael (2008): Recherchieren. Konstanz, 7. Auflage

Ludwig, Johannes (2017). Investigatives Recherchieren. Konstanz, 3. Auflage

Nr.: DS 1.3:	Pflichtmodul: Grundlagen Interaktives Gestalten	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 1	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Workload: 180 h	Präsenz: 60 h	Selbststudium: 120 h	Prüfungsform: EW / PA / PR / SB
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (<u>modulverantwortlich</u>)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Grundlagen Interaktives Gestalten		<u>Prof. für interaktive Medientechnologien NN</u>		V + Ü	4

Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS

Inhalte

Grundlagen Interaktives Gestalten

Grundlagen Gestaltung:

- Form, Fläche, Format, Formkontraste
- Gestaltungsgesetze und visuelle Wahrnehmungsaspekte
- Schrift und Typografie
- Farbe, Farbsysteme, Farbkontraste
- Kompositionslehre

Grundlagen Interaktion:

- Affordances und Signifier
- Mentale Modelle
- User-Interface-Metaphern
- Interaktive Prototypen
- Interaktives Skizzieren mit JavaScript

Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen

Grundlagen Interaktives Gestalten

Grundlagen Gestaltung:

Durch grundlegende Erfahrungen können die Studierenden mit Komposition, Form, Rhythmus, Perspektive, Farbe und Kontrasten diese Parameter des Designs verstehen und anwenden. Anhand von Übungen und anschaulichen Beispielen kennen sie den Zusammenhang zwischen den grundlegenden gestalterischen Komponenten im visuellen Zusammenspiel und können so die Brücke zum Umgang mit den digitalen Medien schlagen. Fantasie und gestalterisches Denken werden aktiv eingesetzt und trainiert. Sie sind dadurch in der Lage, einfache gestalterische Arbeiten nach formal-ästhetischen Regeln zu entwickeln und nach Qualitätskriterien zu beurteilen.

Grundlagen Interaktion:

Die Studierenden entwickeln ein grundlegendes Verständnis für Prinzipien des Interaction Designs wie Feedback, Affordanz und Konsistenz. Sie diskutieren die Funktion von mentalen Modellen und Metaphern im Interaction Design. Mithilfe von Software für digitale und interaktive Prototypen (bspw. Figma) wenden sie die gelernten Prinzipien an und bewerten deren Wirkung. In niederschweligen Übungen lernen sie spielerisch, Programmiercode als gestalterisches Werkzeug einzusetzen. Am Ende des Moduls sind die Studierenden in der Lage, ein einfaches gestalterisches Konzept für eine prototypische Anwendung zu entwickeln und diese mit Code interaktiv zu skizzieren.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Arnheim, Rudolf (2003): Die Macht der Mitte: Eine Kompositionslehre für die bildenden Künste. Köln, 2. Auflage
 Düchting, Hajo (2008): Grundlagen der künstlerischen Gestaltung: Wahrnehmung, Farben- und Formenlehre, Techniken. Köln, 2. Auflage
 Gekeler, Hans (2010): Handbuch der Farbe: Systematik, Ästhetik. Köln, 2. Auflage
 Groß, Benedikt (2018): Generative Gestaltung: Creative Coding im Web Entwerfen, Programmieren und Visualisieren mit Javascript in p5.js. Mainz
 Gurney, James (2010): Color and Light: a guide for the realist painter. Kansas
 Heimann, Monika (2020): Wie Design wirkt: Prinzipien erfolgreicher Gestaltung – Werbe-Psychologie, visuelle Wahrnehmung, Kampagnen. Bonn, 4. Auflage
 Heller, Eva (2022): Wie Farben wirken: Farbpsychologie. Farbsymbolik, kreative Farbgestaltung. Reinbek bei Hamburg, 10. Auflage
 Itten, Johannes (2020): Kunst der Farbe. Subjektives Erleben und objektives Erkennen als Wege zur Kunst. Freiburg i. Breisgau, 8. Auflage

Küppers, Harald (2004): Das Grundgesetz der Farbenlehre. Köln, 10. Auflage

McCarthy, Lauren | Fry, Benjamin | Reas, Casey (2016): Make: Getting Started with p5.js: Making Interactive Graphics. San Francisco

Zuffo, Dario (2003): Die Grundlagen der visuellen Gestaltung. Sulgen, 4. Auflage

Nr.: DS 1.4:	Pflichtmodul: Grundlagen Bewegtbildtechnik	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 1	
		Workload: 180 h		Prüfungsform: EW / PA / PR / SB	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60 h	Selbststudium: 120 h		
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (<u>modulverantwortlich</u>)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Grundlagen Bewegtbildtechnik		Prof. für audiovisuelle Medientechnologien NN		V + Ü	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS					
<p>Inhalte</p> <p>Grundlagen Bewegtbildtechnik</p> <p>Grundlagen: Produktion von Bewegtbildinhalten</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mobile Broadcasttechnik - Licht und Sehen - Kameratechnik - Grundlagen der Audiotechnik im Bewegtbildbereich <p>Grundlagen: Postproduktion von Bewegtbildinhalten</p> <ul style="list-style-type: none"> - Videoschnitt - Fokussierung auf unterschiedliche Software - Grundlagen der Audiotechnik im Postproduktionsbereich von Bewegtbildtechnik 					
<p>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</p> <p>Die zu vermittelnden Kompetenzen sollen Grundlagen im technischen AV-Produktionsbereich umfassen. Die Studierenden sollen grundlegende konstruktive Prinzipien digitaler Videokameras kennen und diese Kenntnisse in praktischen Übungen vertiefen. Sie erlernen die Grundlagen der Produktion und Postproduktion von Bewegtbild- und Audioinhalten. Sie können professionelles AV-Equipment (Kameras, Ton, Stative, Audiorekorder etc.) bedienen und unter realen Dreh- und Aufnahmebedingungen einsetzen. Hierfür werden technische, physikalisch-optische und akustische Grundlagen gelehrt. Die Studierenden werden in gängige Postproduktions-Software eingearbeitet und sind am Ende des Seminars in der Lage, erste kurze journalistische Bewegtbild- und Audioformate (z.B. NIFs) selbstständig zu produzieren.</p>					
<p>Literatur und Arbeitsmaterialien</p> <p>Bühler, Peter Schlaich, Patrick Sinner, Dominik (2018): AV-Medien – Filmgestaltung, Audiotechnik, Videotechnik. Berlin</p> <p>Dickreiter, Michael Dittel, Volker Hoeg, Wolfgang Wöhr, Martin [Hg.]: Handbuch der Tonstudioteknik. Berlin, 9. Auflage</p> <p>Dickreiter, Michael (2003): Mikrophon – Aufnahmetechnik. Stuttgart, 3. Auflage</p> <p>Friesecke, Andreas (2014): Die Audio-Enzyklopädie. Ein Nachschlagewerk für Tontechniker. München, 2. Auflage</p> <p>Hering, Ekbert Endres, Julian Gutekunst, Jürgen [Hg] (2021): Elektronik für Ingenieure und Naturwissenschaftler. Berlin, 8. Auflage</p> <p>Heyna, Arne Briede, Marc (2003): Datenformate im Medienbereich. Leipzig</p> <p>Schmidt, Ulrich (2013): Professionelle Videotechnik. Berlin, 6. Auflage</p> <p>Stolz, Dieter (2019): Computergestützte Audio- und Videotechnik – Multimediatechnik in der Anwendung. Berlin, 3. Auflage</p> <p>Webers, Johannes (2007). Handbuch der Film- und Videotechnik. Poing, 8. Auflage</p> <p>Weinzierl, Stefan (2008): Handbuch der Audiotechnik. Berlin</p>					

Nr.: DS 1.5:	Pflichtmodul:	Sprache: deutsch		Credits: 6
	Grundlagen Interaktive Technologien	Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 1
		Workload: 180 h		Prüfungsform: EW / PA / PR / SB
		Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60 h	
Veranstaltungen	Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Grundlagen Interaktive Technologien	Prof. für interaktive Medientechnologien NN		V + Ü	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS				
Inhalte <ul style="list-style-type: none"> - Werkzeuge für die Webentwicklung - Einführung in die Auszeichnungssprache HTML - Einführung in die Stylingsprache CSS - Einführung in die Programmiersprache JavaScript - Manipulation des Document Object Models (DOM) - Bild-, Video-, Audio- und 3D-Formate im Web - Responsivität - Nachhaltigkeit in der Webentwicklung 				
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen <p>Dieses Modul bietet eine Einführung in die Medienprogrammierung. Die Studierenden erlernen die Grundkenntnisse der dominierenden Programmiersprachen für das Web: HTML, CSS und Javascript. Sie wenden die Grundkenntnisse der Programmierung für das Web in praktischen Übungen an und können die Grundprinzipien auf neue Anforderungen übertragen. Die Studierenden können vorhandene Webseiten technisch analysieren und eigene Lösungen für einfache, responsive Webseiten entwickeln.</p>				
Literatur und Arbeitsmaterialien <p>Balzer, Heide (2017): Basiswissen Web-Programmierung: XHTML, CSS, JavaScript. Berlin, 2. Auflage Castro, Elizabeth Hyslop, Bruce (2014): Praxiskurs HTML5 & CSS3: Professionelle Webseiten von Anfang an. Heidelberg, 3. Auflage Greenwood, Tom (2021): Sustainable Web Design, New York Marcotte, Ethan (2014): Responsive Web Design, New York, 2. Auflage</p>				

2. Semester

Nr.: DS 2.1:	Pflichtmodul:	Sprache: deutsch		Credits: 6
	Medienwirkung	Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 2
		Workload: 180 h		Prüfungsform: KL90 HA MP SB
Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 56 h	Selbststudium: 124 h		
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen
Medienanalyse und Medienpsychologie		Prof. Dr. Denise Sommer		V
Empirische Forschungsmethoden		Prof. Dr. Denise Sommer		V
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS				
Inhalte				
<p>Medienanalyse und Medienpsychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mediennutzung und Wirkungsweisen der Medien auf Kognition, Emotion und Verhalten einzelner Individuen - Theorien und Methoden der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung - Auseinandersetzung mit den Chancen und Risiken des digitalen Wandels und seinen Wechselwirkungen auf das einzelne Individuum und die Gesellschaft - Wahrnehmungstheorie und -psychologie - Narration und emotionales Rezeptionserleben - Rezeptionsästhetik - Markt- und Werbepsychologie - Ausgewählte Beispiel- und Anwendungsfelder (z.B. Gewaltforschung, Sucht, Medienkompetenz und -bildung usw.) <p>Empirische Forschungsmethoden</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung von Forschungsfragen - Auswahlverfahren, Hypothesenbildung und Operationalisierung - Sozialwissenschaftliche Methoden wie Befragungen, Beobachtungen und Inhaltsanalyse (quantitativ & qualitativ), experimentelle Designs - Datenorganisation und Datenverwaltung - Qualitätskriterien der Forschung und Qualitätsstandards - Darstellung und Beurteilung der Forschungsergebnisse 				
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen				
<p>Medienanalyse und Medienpsychologie</p> <p>Angesichts des ‚kommunikativen Rauschens‘ im digitalen Zeitalter umgeben uns nicht nur eine Vielzahl von unterschiedlichen Medien, sondern diese fordern durch ihre verschiedenen Wirkungsweisen uns alle auch auf unterschiedliche Weise. Die Studierenden lernen Antworten auf Fragen zu finden, wie prägend die ständige Medienpräsenz für unser gesellschaftliches Miteinander ist, welche Chancen und Risiken sich durch sie für unsere Gesellschaft ergeben und wie sehr sie unser Sozialverhalten verändert. Im Dialog mit den Studierenden werden zudem die Auswirkungen unserer eigenen Ubiquität hinterfragt.</p> <p>Im Fokus der Vorlesung steht allerdings die Perzeption: Die Studierenden lernen die Wirkungsweisen des Wahrnehmungsvorgangs an sich kennen, insbesondere werden sie aber zum Nachdenken über die subjektive Ansprache ihrer eigenen Sinne angeregt. Sie kennen wichtige psychologische Grundbegriffe und Ansätze und ihre Bedeutung für die Erforschung der Wirkungen öffentlicher Kommunikation. Sie kennen wesentliche Wirkungstheorien und können sie in eigenen Worten beschreiben und anhand von Beispielen erläutern. Dies reflektierend, werden sie in die Lage versetzt, die vermittelten Kenntnisse der individuellen Wahrnehmung und Rezeption bei ihren eigenen gestalterischen Projektideen stärker zu berücksichtigen.</p> <p>Empirische Forschungsmethoden</p> <p>Die Studierenden lernen die grundlegenden Methoden und Instrumente der Sozialforschung kennen. Neben allgemeinen empirischen Arbeitstechniken werden Kenntnisse zur Forschungsplanung, zu Untersuchungsgegenständen und Erhebungsinstrumenten vermittelt. Zudem kennen die Studierenden die Prinzipien, die bei der Auswertung und Dokumentation der Befunde zu beachten sind. In der Anwendung ausgewählter Datenerhebungsmethoden auf spezifische Fragestellungen der Medienforschung reflektieren sie den wissenschaftlichen Arbeitsprozess und die Einordnung empirischer Befunde in theoretische Zusammenhänge. Sie sind in der Lage, empirische Studien zu bewerten und die Ergebnisse dieser Studien auf ihre Arbeit anzuwenden.</p>				

Literatur und Arbeitsmaterialien

Medienanalyse und Medienpsychologie

Arnold, Florian (2016): Philosophie für Designer. Stuttgart

Bonfadelli, Heinz | Friemel, Thomas (2014): Medienwirkungsforschung. Konstanz, 5. Auflage

Feige, Daniel Martin (2018): Design: Eine philosophische Analyse. Berlin

Fischer, Carolin | Wehinger, Brunhilde [Hg.] (2018): Der Leser als Subjekt der ästhetischen Reflexion – von Kant zur interaktiven Fiktion. Tübingen

Früh, Werner | Frey, Felix (2014): Narration und Storytelling, Theorie und empirische Befunde. Köln

Gegenfurtner, Karl. R. [Hg.] (2015): Wahrnehmungspsychologie: Der Grundkurs. Berlin, 9. Auflage

Gonser, Nicole [Hg.] (2018): Der öffentliche (Mehr)Wert von Medien: Public Value aus Publikumssicht. Wiesbaden

Heimann, Monika (2020): Wie Design wirkt: Prinzipien erfolgreicher Gestaltung – Werbe-Psychologie, visuelle Wahrnehmung, Kampagnen. Bonn, 4. Auflage

Hofmann, Martin Ludwig (2019): Neuro Design: Was Design und Marketing von Neurowissenschaft und Psychologie lernen können. München

Jäckel, Michael (2019): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. Wiesbaden, 2. Auflage

Schönhammer, Rainer (2013): Einführung in die Wahrnehmungspsychologie: Sinne, Körper, Bewegung. Wien, 2. Auflage

Schenk, Michael (2012): Medienwirkungsforschung. Tübingen, 3. Auflage

Stoellger, Philipp | Kumlehn, Martina [Hg.] (2018): Deutungsmacht des Bildes: wie Bilder glauben machen. Würzburg

Trepte, Sabine | Reinecke, Leonard | Schwäwel, Johanna (2021): Medienpsychologie. Stuttgart, 3. Auflage

Empirische Forschungsmethoden

Döring, Nicola (2023): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Berlin, 6. Auflage

Häder, Michael (2015): Empirische Sozialforschung – Eine Einführung. Wiesbaden, 3. Auflage

Kleemann, Frank | Krähnke, Uwe | Matuschek, Ingo (2013): Interpretative Sozialforschung – Eine Einführung in die Praxis des Interpretierens. Wiesbaden, 2. Auflage

Mayer, Horst Otto (2013): Interview und schriftliche Befragung: Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung. München, 6. Auflage

Mayring, Philipp (2011): Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken. Weinheim und Basel, 11. Auflage

Schnell, Rainer | Hill, Paul B. | Esser, Elke (2023): Methoden der empirischen Sozialforschung. München, 12. Auflage

Nr.: DS 2.2:	Pflichtmodul:	Sprache: deutsch		Credits: 6
	Audiovisuelles Storytelling	Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 2
		Workload: 180 h		Prüfungsform: EW / PA / PR
		Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 56 h	
Veranstaltungen	Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Audiovisuelles Storytelling	Prof. für audiovisuelle Medientechnologien NN		V + Ü	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS				
Inhalte				
<ul style="list-style-type: none"> - Die Studierenden entwickeln, konzipieren und realisieren eigene journalistische AV-Projekte (Magazinbeiträge, Kurz-Reportagen und Kurz-Dokumentationen). - Technische Spezifika der journalistischen Medien-Produktion - Praktisches Management der journalistischen Produktionsprozesse - Realitätsnahe, journalistische Contentproduktion für AV-Medienkanäle - Themenfindung, Recherche und Produktion von Beiträgen - Qualitätssicherung, -kontrolle und Steuerung der Content-Produktion - Redaktionsmanagement 				
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen				
<p>Im Fokus steht das audiovisuelle Geschichtenerzählen als Vorstufe zu trans- und crossmedialem oder auch seriellem Storytelling. Die Studierenden produzieren eigene AV-Formate unter realistischen Bedingungen, durchlaufen klassische Stationen des Redaktionsmanagements (wie z.B. Redaktionssitzungen, Themenkonferenzen, Rohschnitt- und Textabnahmen, CVD, Chefredaktion, Fact-checking) und entwickeln dabei Themenideen, planen die Recherche und produzieren ihre Beiträge. Darüber hinaus prüfen und evaluieren sie die Qualität der Beiträge der Kommiliton*innen und machen Vorschläge für die Überarbeitung. An der Ostfalia Hochschule produzieren die Studierenden unter realistischen Bedingungen trimedial Beiträge für das studentische Medium Campus38.de</p>				
Literatur und Arbeitsmaterialien				
<p>Dowling, David Oakey (2022): Interactive documentary and the reinvention of digital journalism, 2015–2020. <i>Convergence</i>, 28(3), S. 905-924</p> <p>Eick, Dennis (2014): Digitales Erzählen: Die Dramaturgie der Neuen Medien (Praxis Film, Bd. 81). Konstanz</p> <p>Ettl-Huber, Silvia (2019): Storytelling in Journalismus, Organisations- und Marketingkommunikation. Wiesbaden</p> <p>Friedl, Christian (2017): Hollywood im journalistischen Alltag. Storytelling für erfolgreiche Geschichten. Wiesbaden, 2. Auflage</p> <p>Fuchs, Werner T. (2023): Warum das Gehirn Geschichten liebt. Storytelling analog und digital. Freiburg München Stuttgart, 5. Auflage</p> <p>Grytzmann, Oliver (2018): Storytelling mit der 3-Akt-Struktur. Wiesbaden</p> <p>Schach, Annika (2017): Storytelling – Geschichten in Bild und Film. Wiesbaden</p>				

Nr.: DS 2.3:	Pflichtmodul: Interaktives Storytelling	Sprache: deutsch		Credits: 6
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 2
		Workload: 180 h		Prüfungsform: EW / PA / PR
Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 56 h	Selbststudium: 124 h		
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen
Interaktives Storytelling		Prof. für digitales Storytelling NN		V + Ü
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS				
Inhalte				
<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in interaktives Storytelling: Grundlagen, Prinzipien und Beispiele erfolgreicher interaktiver Geschichten - Themenrecherche und -aufbereitung: Auswahl und Strukturierung von Inhalten für die interaktive Geschichte - Digitales Editorial Design: Auswahl von Schriftarten und Bildern für eine ansprechende visuelle Erzählung - Autorensysteme: Überblick über mögliche Werkzeuge zur Erstellung interaktiver Inhalte - Webentwicklung mit HTML und CSS: Anwendung der Kenntnisse für die Erstellung einer einfachen Onepager-Webseite - Feedback und Optimierung: Peer-Review-Sessions zur Verbesserung der erstellten interaktiven Geschichten 				
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen				
<p>Das Modul bietet Studierenden die Möglichkeit, ihre Fähigkeiten im Bereich des grafischen editoriales Arbeitens im Web zu vertiefen. Der Fokus liegt auf der Entwicklung und Umsetzung einer interaktiven Geschichte, die auf einer einfachen Onepager-Webseite präsentiert wird. Die Studierenden lernen das Entwickeln und Aufbereiten von Inhalten für ein grafisches redaktionelles Projekt und mit kreativem, visuellem Storytelling und den technischen Aspekten der Webentwicklung zu kombinieren.</p>				
Literatur und Arbeitsmaterialien				
<p>Dahlström, Anna (2021): Storytelling im UX-Design. Heidelberg</p> <p>Eick, Dennis (2014): Digitales Erzählen. Die Dramaturgie der neuen Medien. Konstanz</p> <p>Krug, Dominik: interaktive Drehbücher für digitale Welten: wie Videogames traditionelle Erzählweisen erneuern. Hamburg 2010</p> <p>Säwert, Markus Riempp, Roland (2019): Digital Storytelling im Web. Wiesbaden</p> <p>Zwick, Carola, Junge, Barbara: The Digital Turn: Design in the Era of Interactive Technologies. Zürich 2012</p>				

Nr.: DS 2.4:	Pflichtmodul: Interaktive Technologien	Sprache: deutsch		Credits: 6 + 6	
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 2	
		Workload: 180 h + 180 h		Prüfungsform: EW / PA / PR	
		Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 56 h + 56 h	Selbststudium: 124 h + 124 h	
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Interaktive Technologien		Prof. für interaktive Medientechnologien NN		L	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS					
Inhalte					
Interaktive Technologien					
User Experience Design					
<ul style="list-style-type: none"> - Einführung User Experience Design: Definitionen, Prinzipien und Bedeutung für die Entwicklung digitaler Produkte - Usability-Prinzipien: Grundlagen von Gebrauchstauglichkeit und Benutzerfreundlichkeit und deren Anwendung auf Webseiten - User Research Methoden: Durchführung von Interviews, Umfragen, Usability-Tests und Analyse von Nutzerverhalten - UX-Methoden: Erstellung von Nutzerprofilen und Abbildung und Einschätzung der Interaktionen mit einem Produkt über die Zeit - User Interface Design: Informationsarchitektur, Gestaltung von Benutzeroberflächen und erweiterte Kenntnisse im Prototyping - Usability Testing 					
Webentwicklung					
<ul style="list-style-type: none"> - Einbinden von Bibliotheken, bspw. Scroll.js für Scroll-Animationen - Verwenden von Frameworks, bspw. Vue - Performance von Webapplikationen - Sicherheit von Webapplikationen - Einsatz von Content Management Systemen (bspw. WordPress oder Kirby CMS) 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Usability und User Experience Design					
<p>In diesem Modul werden die Studierenden in die Prinzipien und Methoden des User Experience (UX) Designs für digitale Storytelling-Plattformen eingeführt. Die Studierenden sind in der Lage, die User Experience (Nutzererfahrung) für digitale Geschichten zu konzipieren und zu skizzieren. Dafür können Sie digitale interaktive Prototypen erstellen und beherrschen auch fortgeschrittene Techniken. Sie kennen die grundlegende Anforderungen von Usability (Gebrauchstauglichkeit) und Accessibility (Barrierefreiheit/Barrierearmut) sowie angewandte Methoden zur Nutzerforschung und können diese anwenden, um Bedürfnisse, Erwartungen und das Verhalten ihrer Zielgruppen zu verstehen. Die Studierenden führen Usability-Tests durch, um die Benutzerfreundlichkeit digitaler Medien zu analysieren und zu bewerten.</p>					
Webentwicklung					
<p>Aufbauend auf die Veranstaltung Grundlagen Webentwicklung (DS 1.5) werden weitergehende Konzepte der Frontend-Programmierung v.a. mit JavaScript diskutiert und angewandt. Die Studierenden sind in der Lage, ihr programmierisches Potential durch die Einbindung von Bibliotheken und Verwendung von Frameworks zu vergrößern. Sie lernen ausserdem den Umgang mit Content Management Systemen.</p>					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
User Experience Design					
<p>Baxter, Kathy Courage, Catherine (2015): Understanding Your Users: A Practical Guide to User Requirements Methods, Tools, and Techniques. Morgan Kaufmann, 2. Auflage</p> <p>Garrett, Jesse James (2012): Die Elemente der User Experience. Anwenderzentriertes (Web-)Design. München, 2. Auflage</p> <p>Jacobsen, Jens Meyer, Lorena (2022): Praxisbuch Usability und UX: Was jeder wissen sollte, der Websites und Apps entwickelt - bewährte Methoden praxisnah erklärt. Bonn, 3. Auflage</p> <p>Lewis, James R. Sauro, Jeff (2016): Morgan Kaufmann, 2012): Quantifying the User Experience. Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Approaches. Cambridge, 2. Auflage</p>					
Webentwicklung					
<p>Ackermann, Phillip (2018): JavaScript. Das umfassende Handbuch. Bonn</p> <p>Wolf, Jürgen (2023): HTML5 und CSS3. Das umfassende Handbuch zum Lernen und Nachschlagen. Bonn, 3. Auflage</p>					

Nr.: DS 2.5:	Pflichtmodul: Bewegtbildtechnik	Sprache: deutsch		Credits: 6 + 6		
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 2		
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine		Workload: 180 h + 180 h		Prüfungsform: EW / PA / PR	
			Präsenz: 56 h + 56 h	Selbststudium: 124 h + 124 h		
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)	
Bewegtbildtechnik		Prof. für audiovisuelle Medientechnologien NN		L	4	
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS						
Inhalte						
<p>Bewegtbildtechnik II</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vertiefung von Videotechnik - Kennenlernen unterschiedlicher Kamerasysteme - Videodateien und Formate - Qualitätssicherung, -kontrolle und Steuerung der Contentproduktion - Themenfindung, Recherche und Produktion von Bewegtbildinhalten <p>Audioproduktion</p> <ul style="list-style-type: none"> - Audiodateien und Formate - Audiotechnik - Fieldrecording - Themenfindung, Recherche und Produktion von Podcasts im Audiostudio - Qualitätssicherung, -kontrolle und Steuerung der Contentproduktion - Physikalische Grundlagen von Schall und Akustik - Akustisch-Elektronische Signalverarbeitung - Digitale Audiotechnik - Aufbau und Funktionsweise des Gehörs 						
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen						
<p>Bewegtbildtechnik II</p> <p>Dieses Modul baut auf der Veranstaltung Grundlagen Bewegtbildtechnik (DS 1.4) auf. Dabei sollen bereits erlernte Inhalte vertieft werden. Ein Schwerpunkt wird auf Übungen an der Kamera gelegt, um den Umgang und das Handling zu routinieren. Denkbar wäre ebenfalls die Lehre von On-Location-Produktionen, die bereits vorbereitend für die später folgende Studioproduktion genutzt werden könnten. In Lehrredaktionen der Ostfalia Hochschule können Studierende unter realistischen Bedingungen trimedial Beiträge für das studentische Medium Campus38.de und Campus38-Magazin produzieren. Sie entwickeln Themenideen, planen die Recherche und produzieren ihre Beiträge. Darüber hinaus prüfen und evaluieren sie die Qualität der Beiträge der Kommiliton*innen und machen Vorschläge für die Überarbeitung.</p> <p>Audioproduktion</p> <p>Dieses Modul baut auf der Grundlagen Bewegtbildtechnik (DS 1.4) auf. Dabei sollen bereits erlernte Inhalte vertieft werden. Ein Schwerpunkt könnte auf Übungen mit Audiogeräten gelegt werden, um den Umgang und das Handling zu routinieren. Denkbar wäre ebenfalls die Produktion von Audiobeiträgen unter realistischen Bedingungen für das studentische Medium Campus38.de. Die Studierenden entwickeln in Lehrredaktionen eigene Themenideen, planen die Recherche und produzieren ihre Beiträge im Audiostudio. Darüber hinaus prüfen und evaluieren sie die Qualität der Beiträge der Kommiliton*innen und machen Vorschläge für die Überarbeitung.</p>						
Literatur und Arbeitsmaterialien						
<p>Bewegtbildtechnik II und Audioproduktion</p> <p>Bonhoeffer, Georg (2010): Produktionsleitung für Film und Fernsehen. Konstanz</p> <p>Buchholz, Axel Schult, Gerhard (2013): Fernseh-Journalismus. Berlin</p> <p>Bühler, Peter Schlaich, Patrick Sinner, Dominik (2018): AV-Medien – Filmgestaltung, Audiotechnik, Videotechnik. Berlin</p> <p>Dickreiter, Michael (2003): Mikrofon – Aufnahmetechnik. Stuttgart, 3. Auflage</p> <p>Friesecke, Andreas (2014): Die Audio-Enzyklopädie. Ein Nachschlagewerk für Tontechniker. München, 2. Auflage</p> <p>Hachmeister, Lutz (u.a.) (2003): Die Fernsehproduzenten. Konstanz</p> <p>Heyna, Arne Briede, Marc (2003). Datenformate im Medienbereich. Leipzig</p> <p>Hoffmann-Walbeck, Thomas (2013): Standards in der Medienproduktion. Berlin</p> <p>Hooffacker, Gabriele (2017): LaRoches Einführung in den praktischen Journalismus. Wiesbaden</p> <p>Kleinsteuber, Hans J. (2012): Radio: eine Einführung. Wiesbaden</p>						

- Krause, Till | Uhrig, Klaus (2023): Journalismus zum Bingen: Potenziale und Funktionen serieller Podcasts für das digitale Storytelling (Pages 445-460; In: Katzenberger | Keil | Wild [Hg.]: Podcasts: Perspektiven und Potentiale eines digitalen Mediums. Wiesbaden
- Nee, R. C. | Santana, A. D. (2022): Podcasting the pandemic: exploring storytelling formats and shifting journalistic norms in news podcasts related to the coronavirus. *Journalism Practice*, 16(8), p. 1559-1577
- Rossié, Michael (2017): Sprechertraining: Texte präsentieren in Radio, Fernsehen und vor Publikum. Wiesbaden, 8. Auflage
- Schmidt, Ulrich (2013): Professionelle Videotechnik. Berlin, 6. Auflage
- Stolz, Dieter (2019): Computergestützte Audio- und Videotechnik – Multimediatechnik in der Anwendung. Berlin, 3. Auflage
- Vicente, P. N., | Pérez-Seijo, S. (2022): Spatial audio and immersive journalism: production, narrative design, and sense of presence. *Profesional de la información*, 31(5)
- von La Roche, Walther (2017): Radio-Journalismus. Wiesbaden, 11. Auflage
- Wake, A., & Bahfen, N. (2016): Redefining radio: Implications for journalism education in an era of digital audio storytelling. *Radio journal: international studies in broadcast & audio media*, 14(2), p. 231-242
- Webers, Johannes (2007). *Handbuch der Film- und Videotechnik*. Poing, 8. Auflage
- Webers, Johannes (2007): *Handbuch der Tonstudioteknik*. Poing
- Weinzierl, Stefan (2008): *Handbuch der Audiotechnik*. Berlin
- Wincott, A., | Martin, J. | Richards, I. (2021): Telling stories in soundspace: Placement, embodiment and authority in immersive audio journalism. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 19(2), p. 253-270

3. Semester

Nr.: DS 3.1:	Pflichtmodul: Medienmärkte	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 3	
		Workload: 180 h		Prüfungsform: KL90 HA MP SB	
Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60 h	Selbststudium: 90 h			
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Marketing		Prof. Dr. Boris Blechschmidt		V	2
Mediensysteme und Medienökonomie		Prof. Dr. Boris Blechschmidt		V	2
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS					
Inhalte					
Marketing Einführung in die Zusammenhänge zwischen strategischem und operativem Marketing unter besonderer Berücksichtigung digitaler Medien.					
Einführung ins strategische Marketing:					
<ul style="list-style-type: none"> - Strategische Marketingkonzeption - Zielgruppenanalyse, Markt- und Wettbewerbsanalyse und zugehörige Instrumente - Marktsegmentierungen - Grundlegende Marketingstrategien 					
Einführung ins operatives Marketing:					
<ul style="list-style-type: none"> - Überblick operatives Marketing in der Medienbranche - Dimensionen des Marketing-Mix (Produktpolitik, Preispolitik, Behavioral Pricing, Kommunikationspolitik und -planung, Vertriebspolitik) - Besonderheiten des digitalen Marketings, v.a. Social Media Marketing 					
Mediensysteme und Medienökonomie					
<ul style="list-style-type: none"> - Einführung in Mediensystem und Medienmärkte - Konzentrationsprozesse, Konzentrationsmaße mit Bezug auf Medienmärkte - Marktunvollkommenheiten (monopolistische und oligopolistische Marktformen, externe Effekte, Fehlen öffentlicher Güter, sozial- und verteilungspolitische Fehlentwicklungen) - allokativen und distributiven Eingriffe des Staates zur Marktregulierung - Darstellung und Diskussion klassischer Medien – Print, Radio, TV, Film sowie der unterschiedlichen Kanäle zur Distribution - Darstellung und Diskussion der Medienökonomie vor dem Hintergrund der Digitalisierung und künstlicher Intelligenz - Verschränkung klassischer und digitaler Medien 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
Marketing Den Studierenden werden die Grundlagen des strategischen Marketings hinsichtlich führender Marketingmanagement-Konzepte und -Methoden vermittelt. Zentrale strategische Analyseinstrumente werden gelehrt und angewendet, so dass die Studierenden in der Lage sind, strategische Management-Implicationen abzuleiten. Sie kennen die grundlegenden Marketingstrategien und beherrschen deren Anwendung. Sie kennen die verschiedenen Instrumente des Marketing-Mix und sind in der Lage, strategische Ziele in operatives Handeln zu übersetzen und einen optimalen Marketing-Mix zu gestalten. Sie können sowohl mit als auch für Medien medienübergreifende Projekte durchführen und kennen die Besonderheiten des digitalen Marketings.					
Mediensysteme und Medienökonomie Studierende kennen die Grundlagen der Medienökonomie und eignen sich vertiefte Kenntnisse zu den Marktrealitäten bezogen auf einzelne Mediengattungen an und berücksichtigen dabei insbesondere die Konvergenzdynamik. Sie lernen die spezifischen Rahmenbedingungen des ökonomischen Wettbewerbs kennen und analysieren diese. Sie kennen die verschiedenen Verbreitungs Kanäle und deren jeweilige Wertschöpfung, v.a. vor dem Hintergrund der Digitalisierung und des Einsatzes neuerer Werkzeuge wie KI. Studierende besitzen nach erfolgreichem Besuch einen Überblick über die wichtigsten Anbieter und Akteure innerhalb der Medienökonomie.					
Literatur und Arbeitsmaterialien					
Marketing Homburg, Christian (2020): Marketingmanagement – Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung. Wiesbaden, 7. Auflage Kreutzer, Ralf T. (2021): Praxisorientiertes Online-Marketing. Konzepte - Instrumente - Checklisten, Wiesbaden, 4. Auflage Meffert, Heribert Burmann, Christoph Kirchgeorg, Manfred Eisenbeiß, Maik (2019): Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente – Praxisbeispiele. Wiesbaden, 13. Auflage Meffert, Heribert Bruhn, Manfred Hadwich, Karsten (2018): Dienstleistungsmarketing – Grundlagen - Konzepte – Methoden. Wiesbaden, 9. Auflage					
Mediensysteme und Medienökonomie Hennig-Thurau, Torsten Houston, Mark B. (2019): Entertainment Science: Data Analytics and Practical Theory for Movies, Games, Books, and Music. Cham Pellegriani, Tassilo [Hg.] (2018): Handbuch Medienökonomie. Wiesbaden Sjurts, Insa (2015): Strategien in der Medienbranche: Grundlagen und Fallbeispiele, Wiesbaden, 3. Auflage Voeth, Markus Herbst, Uta (2013): Marketing-Management: Grundlagen, Konzeption und Umsetzung. Stuttgart					

Wirtz, Bernd (2023): Medien- und Internetmanagement. Wiesbaden, 11. Auflage

Nr.: DS 3.2:	Pflichtmodul:	Sprache: deutsch		Credits: 12
	Interdisziplinäres Projekt 1: Crossmediales Storytelling	Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 3
		Workload: 360 h		Prüfungsform: EW / PA / PR
Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 120 h	Selbststudium: 240 h		
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)	Lehr- und Lernformen	Umfang / (SWS)
Crossmediales Storytelling		Prof. für digitales Storytelling NN	V	2
Lehrredaktion und Artdirektion		Prof. für digitales Storytelling NN, Prof. für cross- und transmediale Formate NN	P	6
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS				
Inhalte				
<p>Crossmediales Storytelling</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in das Management crossmedial arbeitender Redaktionen - Themen crossmedial planen, produzieren und zielgruppengerecht ausspielen - Entwicklung von kanalgerechten Strategien und Darstellungsformen <p>Lehrredaktion und Artdirektion</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realitätsnahe, journalistische Contentproduktion in crossmedialen Umfeldern - Trimediale Themenfindung (Text, Bild, Audio, audiovisuell) - Recherche und Produktion von trimedialen journalistischen Beiträgen - Qualitätssicherung, -kontrolle und Steuerung der Content-Produktion - Crossmediales Redaktionsmanagement - Entwickeln visueller Konzepte - Bildredaktion/visuelles Storytelling - Entwicklung interaktiver Gestaltungsformen - Graphische Gestaltung der digitalen Story - Interdisziplinär: interaktiv/audiovisuell 				
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen				
<p>Crossmediales Storytelling</p> <p>Die Studierenden können die Besonderheiten der digitalen Content-Produktion in crossmedialen Umfeldern aufzeigen. Sie kennen die spezifischen Darstellungsformen, können Einsatz- und Gestaltungsmöglichkeiten von Text, Bildern, Audios, Videos und anderen Webformaten bewerten und in eigenen Konzepten umsetzen. Sie sind damit in der Lage, eigene crossmediale Projekte mit all ihren Gestaltungsmöglichkeiten bestmöglich zur Geltung zu bringen.</p> <p>Lehrredaktion und Artdirektion</p> <p>In der crossmedialen Lehrredaktion konzipieren, recherchieren und produzieren die Studierenden unter realistischen Bedingungen trimedial gestaffelte journalistische Beiträge für das studentische Medium Campus38.de. Die Studierenden entwickeln Themenideen, planen die Recherche und produzieren ihre Beiträge. Darüber hinaus prüfen und evaluieren sie die Qualität der Beiträge der Kommilitonen und machen Vorschläge für die Überarbeitung. In der crossmedialen Artdirektion entwickeln die Studierenden gemäß des entwickelten Inhalts ein stimmiges visuelles Konzept und interaktive Gestaltungsformen. Die Interdisziplinarität dieses Projekts steht von Anfang an im Vordergrund. Interaktivität und Audiovisuelles werden hier von Anfang an zusammen gedacht, Redaktion und Artdirektion arbeiten vom ersten Tag gemeinsam an der Realisierung einer im besten Falle immersiven crossmedialen Story.</p>				
Literatur und Arbeitsmaterialien				
<p>Crossmediales Storytelling</p> <p>Fengler, Susanne Kretzschmar, Sonja (2009): Innovationen für den Journalismus. Wiesbaden</p> <p>Gerhards, Claudia (2013): Nonfiction-Formate für TV, Online und Transmedia. Konstanz</p> <p>Heinrich, Romy (2014): Survival Kit für Journalisten. Konstanz</p> <p>Jakubetz, Christian (2011): Crossmedia. Berlin, 2. Auflage</p> <p>Philips, Andrea (2012): A Creator's Guide to Transmedia Storytelling. New York</p> <p>Weichert, Stefan A. Kramp, Leif (2014): Die Zeitungsmacher: Aufbruch in die digitale Moderne. Wiesbaden</p> <p>Waßink, Verena Kretzschmar, Sonja (2018): Storytelling quer durch alle Medien: Multimedia-Stories aus Nutzerperspektive. In: Cross-medialität im Journalismus und in der Unternehmenskommunikation, S. 247-267</p> <p>Lehrredaktion und Artdirektion</p> <p>Alexander, Bryan (2017): The new digital storytelling. Santa Barbara</p> <p>Bradshaw, Paul (2023): The Online Journalism Handbook. Skills to Survive and Thrive in the Digital Age. Milton, 3. Auflage</p> <p>Chlopczyk, Jacques (2017): Beyond Storytelling. Berlin/Heidelberg</p> <p>Dernbach, Beatrice Godulla, Alexander. (2019). Komplexität im Journalismus. Wiesbaden</p> <p>Ettl-Huber, Silvia (2019): Storytelling im Journalismus. Organisations- und Marketingkommunikation. Wiesbaden</p> <p>Fordon, Anja (2018). Die Storytelling-Methode. Wiesbaden</p>				

Godulla, Alexander | Wolf, Cornelia (2017): Digitale Langformen im Journalismus und Corporate Publishing. Wiesbaden

Haarkötter, Herbert (2019): Journalismus.online. Köln

Heijnk, Stefan (2021): Texten fürs Web. Heidelberg

Herbst, Dieter-Georg | Musiolik, Thomas Heinrich (2022): Digital Storytelling – Spannende Geschichten für interne Kommunikation, Werbung und PR. Köln

Lampert, Marie | Wespe, Rolf (2021): Storytelling für Journalisten. Köln

Miller, Carolyn Handler. (2019): Digital Storytelling. Routledge

Nuernbergk, Christian | Neuberger, Christoph (2018): Journalismus im Internet. Wiesbaden, 2. Auflage

Osing, Tim (2022): Digitaler Journalismus in der Praxis. Wiesbaden

Otto, Kim | Köhler, Andreas (2018): Crossmedialität im Journalismus und in der Unternehmenskommunikation. Wiesbaden

Schach, Annika (2017): Storytelling. Wiesbaden

Nr.: DS 3.3: DS 3.4:	Pflichtmodul:	Sprache: deutsch		Credits: 6 + 6	
	Wahlpflichtfach 1 und Wahlpflichtfach 2	Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 3	
		Zwei Fächer aus DS.W1, DS.W2, DS.W3		Prüfungsform: EW PA PR	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 60 h + 60 h	Selbststudium: 120 h + 120 h		
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
DS.W1: Storytelling mit Mixed Reality		Prof. für interaktive Medientechnologien NN		L	4
DS.W2: Informationsvisualisierung und Data Storytelling		Prof. für interaktive Medientechnologien NN		L	4
DS.W3: Animation und On-Air-Gestaltung		Prof. für audiovisuelle Medientechnologien NN		L	4
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS					
Inhalte					
<p>DS.W1: Storytelling mit Mixed Reality</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung in Mixed Reality (MR): Definitionen, Arten von MR und Anwendungsgebiete im Storytelling - Grundlagen von Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR): Technologien, Hardware und Software für AR- und VR-Erlebnisse - Storytelling in Augmented Reality: Integration von digitalen Inhalten in die reale Welt, Schaffung immersiver Erlebnisse - Storytelling in Virtual Reality: Gestaltung narrativer VR-Umgebungen und Erzeugung von Präsenzgefühl - Interaktive Erzählungen in Mixed Reality: Einbindung von Interaktivität und Nutzer*innen-Beteiligung in MR-Geschichten - Grundlagen Echtzeit-Computergrafik: Einstieg in Game-Engines (bspw. Unreal Engine oder Unity) <p>DS.W2: Informationsvisualisierung und Data Storytelling</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einführung: Bedeutung, Ziele und Anwendungen des Erzählens unter Verwendung von Daten - Datenvisualisierungstechniken: Datenvisualisierung, Auswahl geeigneter Diagramme und Grafiken - Datenanalyse für Storytelling: Grundlagen der Datenanalyse, Identifikation von Erzählsträngen und Kernbotschaften - Narrative Struktur von Daten: Erarbeitung von Techniken zur Integration von Daten in eine klare und überzeugende Erzählung - Praktische Anwendung: Entwicklung eigener Datenstory-Projekte - von der Datenaufbereitung bis zur finalen Präsentation <p>DS.W3: Animation und On-Air-Gestaltung</p> <p>Animation und Erklärfilm</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lehre von Animationstechniken in 2D - Lehre der geschichtlichen Entwicklung und der Grundkonzepte der Animation in Theorie und Praxis - Grundlagen und Animationsprinzipien in der analogen und digitalen Animation - Praktische Anwendung verschiedener Techniken und Methoden, um Inhalte eigenständig in Motion Design und animierte Bilder und Figuren umsetzen zu können. - Softwarebasierte Animation <p>On-Air-Gestaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung von Sendungsdesigns (z.B. Bauchbinden) - Lehre von benötigten Animationstechniken - Lehre von Gestaltungs- und Designmerkmalen 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
<p>DS.W1: Storytelling mit Mixed Media</p> <p>Die Studierenden kennen die Unterschiede zwischen Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) und verstehen das Prinzip des Realitäts-Virtualitäts-Kontinuums. Sie lernen, wie sie digitale Inhalte und reale Welt verbinden können und dadurch einfache narrative und immersive Erlebnisse schaffen können. Die Studierenden lernen, wie sie Interaktivität und Nutzerbeteiligung in Mixed-Reality-Geschichten integrieren können.</p> <p>DS.W2: Informationsvisualisierung und Data Storytelling</p> <p>Studierende können die Verbindungen zwischen Datenanalyse und kreativem Storytelling herstellen. Die Studierenden erwerben Kenntnisse über verschiedene Techniken, um Informationen klar und effektiv zu visualisieren. Die Studierenden können Daten analysieren, um relevante Erzählungen zu identifizieren. Sie kennen grundlegende Formen visueller Darstellungen von Datenmengen und können darauf aufbauend und unter Berücksichtigung der Kontexte relevante Inhalte ableiten und darstellen. Die Teilnehmer*innen lernen, wie sie Daten in eine kohärente Erzählstruktur integrieren können, um eine aussagekräftige Geschichte zu schaffen. Sie wenden ihre Kenntnisse auf reale Datensätze an und entwickeln kreative Geschichten, die auf den gewonnenen Erkenntnissen basieren.</p>					

DS.W3: Animation und On-Air-Gestaltung**Animation und Erklärfilm**

Die Lehre von Animationstechniken dient als Ergänzung, damit die Studierenden die geschichtliche Entwicklung und die Grundkonzepte der Animation in Theorie und Praxis verstehen und letztlich dazu befähigt werden, die verschiedenen Animationstechniken differenziert einzuordnen. Sie sollten einfache Grundlagen und Animationsprinzipien in der analogen und digitalen Animation anwenden können. Verschiedene Techniken und Methoden könnten erlernt und praktisch geübt werden, um Inhalte eigenständig in Motion Design und animierte Bilder und Figuren umsetzen zu können.

On-Air-Gestaltung

Die Studierenden erlernen Kenntnisse zur Gestaltung von Grafiken für Bewegtbildproduktionen. Sie können inhaltliche Themen in visuelle Konzepte umarbeiten und wissen, welche Möglichkeiten bei der Realisierung von beispielsweise Sendungsdesigns genutzt werden können. Dabei werden nicht nur technische und Designaspekte gelernt, sondern auch die Animation, um diese in bewegten Bildern zu erstellen. Die Fähigkeit Design im AV-Bereich zu erstellen, befähigt die Studierenden ihre eigenen Filme und im späteren Verlauf des Studium auch ich Studioproduktionen in einen grafischen Rahmen zu gießen.

Literatur und Arbeitsmaterialien

DS.W1: Storytelling mit Mixed Reality

Bryan, Alexander (2017): The new digital storytelling: creating narratives with new media. Santa Barbara
 Handler Miller, Carolyn (2019): Digital Storytelling 4e: A creator's guide to interactive entertainment. Boca Raton, 4. Auflage
 Heiser, Albert (2022): Wirkstoff Werbetext. Storytelling on- und offline. Für Konzeptioner, Werbetexter, Grafiker, Autoren, Redakteure und Auftraggeber. Wiesbaden
 Kleine Wieskamp, Pia (2024): Storytelling: Digital - Multimedial - Social - Artificial: Methoden und Praxis für Strategie, PR, Marketing, Change und Social Media. München, 2. Auflage
 Lambert, Joe | Hessler, Brooke (2018): Digital storytelling: capturing lives, creating community. New York/London, 5th edition

DS.W2: Informationsvisualisierung und Data Storytelling

Bösch, M. | Gensch, S. | Rath-Wiggins, L. (2018). Immersive Journalism: How Virtual Reality Impacts Investigative Storytelling. Digital investigative journalism: Data, visual analytics and innovative methodologies in international reporting. Cham, p.103-111
 McCandless, David (2012). Information is Beautiful,
 Stapelkamp, Torsten (2012): Informationsvisualisierung: Web - Print - Signaletik. Erfolgreiches Informationsdesign: Leitsysteme, Wissensvermittlung und Informationsarchitektur, Wiesbaden
 Tufte, Edward R. (2001): The Visual Display of Quantitative Information. Cheshire

DS.W3: Animation und OnAir-Gestaltung

Abdullah, Rayan | Hübner, Roger (2023): Corporate Design: (CD) - Kosten und Nutzen - Akquisition, Sensibilisierung, Prozess, Vertragsgestaltung. Mainz
 Goldberg, Eric (2008): Character Animation Crash Course. München
 Kamp, Werner (2022): AV-Mediengestaltung. Grundwissen. Haan, 8. Auflage
 Kapp, Hans-Jörg (2021): Motion Picture Design - Filmtechnik, Bildgestaltung und emotionale Wirkung. München
 Krasner, Jon (2013): Motion Graphic Design. Applied History and Aesthetics. Hoboken, 3. Auflage
 Rall, Hannes (2015): Animationsfilm: Konzept und Produktion. Konstanz
 Schmitt, Christina (2020): Wahrnehmen, fühlen, verstehen: Metaphorisieren und audiovisuelle Bilder. Berlin
 Thomas, Frank | Johnston, Ollie (1995): The Illusion of life: Disney Animation. New York
 White, Tony (2008): Digitale Animation: vom Bleistift zum Pixel. Heidelberg
 Williams, Richard (2008): The Animator's Survival Kit. New York

4. Semester

Nr.: DS 4.1:	Pflichtmodul: Entrepreneurship	Sprache: deutsch		Credits: 6	
		Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 4	
		Workload: 180 h		Prüfungsform: KL90 HA MP SB	
Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 56 h	Selbststudium: 124 h			
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Projektmanagement		Prof. für cross- und transmediale Formate NN		V	2
Medienrecht		Dipl. Jurist Reinmar Schmidt		V	2

Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS

Inhalte

Projektmanagement

- Projekt- und Produktionsplanung
- Kostenermittlung und Kalkulation
- Organisation und Arbeitsteilung bei Medienproduktionen
- Ablaufpläne und Gliederungs-Strukturen von Medienprojekten
- Agile Projektorganisation (SCRUM, Kanban)
- Produktionelle Besonderheiten der jeweiligen Medienswerpunkte
- Verwertungs-Zusammenhänge | Rechtklärung | Gema
- Organisationstools und Softwareapplikationen für das Projektmanagement

Medienrecht

- Rechtliche Zusammenhänge bei Konzeption, Realisierung und Vertrieb von Medienprodukten
- Schutz der eigenen Leistung sowie die zur Wahrung der Rechte anderer
- Überblick über die wichtigsten rechtlichen Aspekte u.a. im Zusammenhang mit dem Word-Wide-Web und Social-Media-Anwendungen
- Urheberrecht | Designschutzgesetz
- Markenrecht in unterschiedlichen Ausprägungen
- Wettbewerbsrecht
- Onlinerecht und Verbraucherschutzrecht
- Gesetzesänderungen und Haftungsprobleme
- Vertragsentwürfe und relevante Gerichtsurteile

Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen

Projektmanagement

Studierende erlernen Methoden, Konzepte und Werkzeuge des modernen Projektmanagements und werden befähigt, sie für verschiedene Zielsetzungen zu nutzen. Aufgrund analytischer Fähigkeiten können sie Medienproduktionen nicht nur zielgruppengerecht entwickeln, sondern auch - vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Qualitäts- und Produktionsgeschwindigkeiten - Medienprodukte wie -produktionen kalkulatorisch verorten.

Des Weiteren erlernen sie in Konzeptionsgesprächen differenzierte Kommunikationsfähigkeiten und Verhandlungsgeschick und erweitern ihre Konflikt- und Kritikfähigkeit, um die Produktionseffektivität zu steigern.

Medienrecht

Die Studierenden lernen im Lehrfach Medienrecht die unterschiedlichen Schutzrechte der Medienbranche kennen; schwerpunktmäßig diejenigen, mit denen sie ihre eigenen Designleistungen schützen lassen können, sowie solche, die es zwingend zu beachten gilt.

Ziel ist es, dass sie bereits bei der Planung und Produktion schutzrechtliche Maßnahmen berücksichtigen und parallel zum Fertigungs- prozess einleiten.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Projektmanagement

Clevé, Bastian (2005): Von der Idee zum Film. Produktionsmanagement für Film und Fernsehen. Konstanz, 5. Auflage

Geißendörfer, Hans W. | Leschinsky, Alexander [Hg.] (2002): Handbuch Fernsehproduktion: Vom Script über die Produktion bis zur Vermarktung. Neuwied/Kriftel

Krömker, Heidi | Klimsa Paul [Hg.] (2005): Handbuch Medienproduktion: Produktion von Film, Fernsehen, Hörfunk, Print, Internet, Mobilfunk und Musik. Wiesbaden

Pichler, Roman | Zumbrägel, Stefan (2023): Strategisches Produktmanagement. Produktstrategien und Roadmaps für digitale Produkte und agile Teams. Heidelberg, 2. Auflage

Preußig, Jörg (2020): Agiles Projektmanagement. Agilität und Scrum im klassischen Projektumfeld. Freiburg i. Breisgau, 2. Auflage

Stoyan, Robert (2007): Management von Webprojekten. Führung, Projektplan, Vertrag. Dordrecht

Wirtz, Bernd W. (2023): Medien- und Internetmanagement. Wiesbaden, 11. Auflage

Medienrecht

Bahr, Henning J. u.a. (2023): Handbuch des Veranstaltungsrechts. Berlin

Barton, Dirk-Michael (2010): Multimediarecht. Stuttgart

Fechner, Frank (2023): Medienrecht: Lehrbuch des gesamten Medienrechts unter besonderer Berücksichtigung von Presse, Rundfunk und Multimedia. Heidelberg, 18. Auflage

Dörr, Dieter | Schwartmann, Rolf | Mühlenbeck, Robin L. [Hg.] (2023): Medienrecht. Presse, Rundfunk, digitale Medien. Heidelberg, 7. Auflage

Homann, Hans Jürgen (2013): Praxishandbuch Filmrecht: ein Leitfaden für Film-, Fernseh- und Medienschaffende. Berlin, 3. Auflage

Homann, Hans-Jürgen (2007): Praxishandbuch Musikrecht: ein Leitfaden für Musik- und Medienschaffende. Berlin

Koch, Uwe | Otto, Dirk | Rüdlin, Mark (2012): Recht für Grafiker und Webdesigner: Verträge, Schutz der kreativen Leistung, Selbstständigkeit, Versicherungen, Steuern. Bonn, 10. Auflage

Loef, Robert (2009): Zum Spannungsfeld zwischen Medienfreiheit und Persönlichkeitsschutz: Unterhaltungsöffentlichkeit und privates Medienrecht. Baden-Baden

Nr.: DS 4.2:	Pflichtmodul:	Sprache: deutsch		Credits: 12	
	Interdisziplinäres Projekt 2: Transmediales Storytelling	Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 4	
		Workload: 360 h		Prüfungsform: EW / PA / PR	
Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 112 h	Selbststudium: 248 h			
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Transmediales Storytelling		Prof. für cross- und transmediale Formate NN		V	2
Lehrredaktion und Artdirektion		Prof. für digitales Storytelling NN, Prof. für cross- und transmediale Formate NN		P	6

Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS

Inhalte

Transmediales Storytelling

- Einführung in das Management transmedial arbeitender Redaktionen/Agenturen
- Themen transmedial planen, produzieren und zielgruppengerecht ausspielen
- Entwicklung transmedialer Strategien und entsprechender Darstellungsformen
- Transmediale Geschichten über mehrere Medienplattformen entwickeln
- Einbindung der User*innen/des Publikums

Lehrredaktion und Artdirektion

- Realitätsnahe, journalistische oder unternehmenskommunikative Content-Produktion in transmedialen Umfeldern
- Trimediale Themenfindung (Text, Bild, Audio, audiovisuell)
- Recherche und Produktion von trimedialen journalistischen oder unternehmenskommunikativen Beiträgen
- Qualitätssicherung, -kontrolle und Steuerung der Content-Produktion
- Transmediales Redaktionsmanagement
- Entwickeln visueller Konzepte
- Entwicklung interaktiver Gestaltungsformen
- Graphische Gestaltung der digitalen Story
- Interdisziplinär: interaktiv/audiovisuell

Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen

Transmediales Storytelling

Die Studierenden können die Besonderheiten der digitalen Contentproduktion in transmedialen Umfeldern aufzeigen. Sie kennen die spezifischen Darstellungsformen, können Einsatz- und Gestaltungsmöglichkeiten von Text, Bildern, Audios, Videos und anderen Webformaten bewerten und in eigenen Konzepten umsetzen. Sie sind damit in der Lage, eigene transmediale Projekte mit all ihren Gestaltungsmöglichkeiten bestmöglich zur Geltung zu bringen.

Lehrredaktion und Artdirektion

In der transmedialen Lehrredaktion / Artdirektion konzipieren, recherchieren und produzieren die Studierenden unter realistischen Bedingungen trimedial gestaffelte journalistische Beiträge für das studentische Medium Campus38.de. Die Studierenden entwickeln Themenideen, planen die Recherche und produzieren ihre Beiträge. Darüber hinaus prüfen und evaluieren sie die Qualität der Beiträge der Kommiliton*innen und machen Vorschläge für die Überarbeitung. Die Studierenden entwickeln gemäß des Inhalts ein stimmiges visuelles Konzept und interaktive Gestaltungsformen. Die Interdisziplinarität dieses Projekts steht von Anfang an im Vordergrund. Interaktivität und Audiovisuelles werden hier von Anfang an zusammen gedacht, Redaktion und Artdirektion arbeiten vom ersten Tag gemeinsam an der Realisierung einer im besten Falle immersiven transmedialen Story - mit dem Ziel, den Blick der Studierenden für neue Erzählweisen und -haltungen in einem sich ständig entwickelnden Medienumfeld zu öffnen und den eigenen kreativen Prozess zu fördern.

Literatur und Arbeitsmaterialien

Transmediales Storytelling

McAdams, M. (2016): Transmedia storytelling. In: Conference Paper: World Journalism Education Congress (pp. 1-7)
 Institut für immersive Medien [Hg.] (2017): Transmedia Storytelling. Jahrbuch immersiver Medien 9. Marburg,
<https://doi.org/10.25969/mediarep/18131>

Lehrredaktion und Artdirektion

Alexander, Bryan (2017): The new digital storytelling. Santa Barbara
 Chlopczyk, Jacques (2017): Beyond Storytelling. Berlin/Heidelberg
 Dernbach, Beatrice | Godulla, Alexander (2019): Komplexität im Journalismus. Wiesbaden
 Ettl-Huber, Siliva (2019): Storytelling im Journalismus. Organisations- und Marketingkommunikation. Wiesbaden
 Fordon, Anja (2018). Die Storytelling-Methode. Wiesbaden
 Gambarato, Renira Rampazzo | Geneane Carvalho Alzamora [Hg.] (2018): Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age. Hershey
 Godulla, Alexander | Cornelia Wolf (2018): Future of Food. Transmedia Strategies of National Geographic. In: Gambarato, Renira | Geneane Carvalho Alzamora [Hg.]: Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age. Hershey
 Godulla, Alexander | Wolf, Cornelia (2017): Digitale Langformen im Journalismus und Corporate Publishing. Scrollytelling – Webdokumentationen – Multimediastorys. Wiesbaden

Godulla, Alexander | Wolf, Cornelia (2017): Digitale Langformen im Journalismus und Corporate Publishing. Wiesbaden

Haarkötter, Herbert (2019): Journalismus.online. Köln

Heijnk, Stefan (2021): Texten fürs Web. Heidelberg

Heimann, Monika (2020): Wie Design wirkt: Prinzipien erfolgreicher Gestaltung – Werbe-Psychologie, visuelle Wahrnehmung, Kampagnen. Bonn, 4. Auflage

Herbst, Dieter-Georg | Musiolik, Thomas Heinrich (2022): Digital Storytelling – Spannende Geschichten für interne Kommunikation, Werbung und PR. Köln

Jenkins, Henry (2008): Convergence culture: Where old and new media collide (Updated and with a new afterword). New York

Lampert, Marie | Wespe, Rolf (2021): Storytelling für Journalisten. Köln

Miller, Carolyn Handler. (2019): Digital Storytelling. Routledge

Nuernbergk, Christian | Neuberger, Christoph (2018): Journalismus im Internet. Wiesbaden, 2. Auflage

Osing, Tim (2022): Digitaler Journalismus in der Praxis. Wiesbaden

Otto, Kim | Köhler, Andreas (2018): Crossmedialität im Journalismus und in der Unternehmenskommunikation. Wiesbaden

Schach, Annika (2017): Storytelling. Wiesbaden

Säwert, Markus | Riempp, Roland (2019): Digital Storytelling im Web. Wiesbaden

Nr.: DS 4.3: DS 4.4:	Pflichtmodul:	Sprache: deutsch		Credits: 6 + 6	
	Wahlpflichtfach 3 und Wahlpflichtfach 4	Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 4	
		Zwei Fächer aus DS.W4, DS.W5, DS.W6		Prüfungsform: EW PA PR	
	Voraussetzungen für die Teilnahme:	Präsenz: 56 h + 56 h	Selbststudium: 124 h + 124 h		
keine					
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
DS.W4: Studioproduktion		Prof. für audiovisuelle Medientechnologien NN		L	4
DS.W5: Storytelling in Sozialen Medien		Prof. für Digitales Storytelling NN		L	4
DS.W6: Gamification und Serious Games		Prof. für interaktive Medientechnologien NN		L	4

Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS

Inhalte

DS.W4: Studioproduktion

- Einweisung in die Studioproduktionstechnik und Erläuterung der Studioinfrastruktur
- Erlernen von Produktionsabläufen
- Produktion von Talkshows (Live on Tape)
- Liveschnitt
- Technische und grafische Konzeption von Sendungen

DS.W5: Storytelling in Sozialen Medien

- Geschichte der Sozialen Medien
- Analyse sozialer Medien und sozialer Dynamiken
- Datenschutz und Privatsphäre
- Psychologische, Soziologische und kulturelle Aspekte Sozialer Medien
- Cybermobbing, Sucht und ethische Fragestellungen
- Faktencheck und Fake News
- Trends und Entwicklungen

DS.W6: Gamification und Serious Games

- Geschichte von Computer-/Videospiele
- Spielekonzeption: Spielmechaniken und -Prinzipien
- Storytelling in Games
- Bearbeitung gesellschaftlicher Themen in Serious Games
- Entwicklung von Game-Prototypen (beispielsweise mit Scratch oder G-Develop)
- Einführung in 2D- und 3D-Game-Engines
- Scripten für Game-Engines (C#)
-

Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen

DS.W4: Studioproduktion

Die Studierenden sollen die Grundfunktionalitäten in einem Video-Studiosetting erlernen. Das beinhaltet das Verständnis der Infrastruktur, die Bedienung der Technik und das Prozedere während einer Produktion. Dabei könnten die Inhalte auf journalistische Formate ausgelegt werden, beispielsweise auf eine Talksendung. Die Studierenden können professionelles AV-Equipment (Kameras, Ton, Stative, Audio-rekorder etc.) bedienen und unter den realen Bedingungen einer Studioproduktion einsetzen. Sie sind in der Lage, Sendungen innerhalb eines Studios (Talkshows, Live on Tape) unter technischen und grafischen Gesichtspunkten zu konzipieren und selbstständig zu produzieren.

DS.W5: Storytelling in Sozialen Medien

Die Studierenden lernen, soziale Medien in historischen Kontext zu setzen, konzeptionelle Grundlagen zu analysieren und neue Konzepte für das digitale Erzählen in Sozialen Medien zu entwickeln. Sie beschreiben Funktionsweisen sozialer Netzwerke und wenden Analysemethoden auf konkrete Fragestellungen an. Sie verstehen den Zusammenhang zwischen sozialen Medien und sozialen Systemen sowie Nutzen und Gefahren von Sozialen Medien. Die Studierenden erläutern psychologische, soziologische und kulturelle Aspekte und analysieren Potenziale, Gefahren und Chancen. Zudem kennen sie rechtliche Grundlagen und können Aktivitäten in der betrieblichen Praxis einschätzen. Auf Grundlage der theoretischen Betrachtungen entwickeln die Studierenden ein Konzept für Projekt im Bereich Social Media, z.B. eine Kampagne für ein Unternehmen oder eine Organisation.

DS.W6: Gamification und Serious Games

Die Studierenden erlernen grundlegende Konzepte der Spieleentwicklung und -gestaltung sowie die Anwendung von Game Engines. Sie verstehen die Prinzipien des Storytellings in Games und können diese in der Praxis umsetzen. Sie können einfache Spiele-Prototypen umsetzen in verschiedenen Entwicklungsumgebungen umsetzen. Durch die Entwicklung von Serious Games werden sie befähigt, gesellschaftliche Themen auf spielerische Weise zu bearbeiten und kritisch zu reflektieren.

Literatur und Arbeitsmaterialien

DS.W4: Studioproduktion

Bühler, Peter | Schlaich, Patrick | Sinner, Dominik (2018): AV-Medien – Filmgestaltung, Audiotechnik, Videotechnik. Berlin
Hachmeister, Lutz (2003): Die Fernsehproduzenten. Konstanz
Stolz, Dieter (2019): Computergestützte Audio- und Videotechnik – Multimediatechnik in der Anwendung. Berlin, 3. Auflage
Strobbe, C. (2013): Standards in der Medienproduktion. Berlin
Weinzierl, Stefan (2008): Handbuch der Audiotechnik. Berlin

DS.W5: Storytelling in Sozialen Medien

Breidenbach, Samuel | Klimczak, Peter | Petersen, Christer(2020): Soziale Medien: Interdisziplinäre Zugänge zur Onlinekommunikation. Berlin
Dolata, Ulrich (2018): Internetkonzerne: Konzentration, Konkurrenz und Macht. In Kollektivität und Macht im Internet. Wiesbaden, S.101-130
Ebersbach, Anja | Glaser, Markus | Heigl, Richard (2011): Social Web. Frankfurt/Main, 2. Auflage
Eggers, Christian W. (2020): Quick Guide Social-Media-Recht der öffentlichen Verwaltung: Rechtliche Grundlagen und Gestaltungsoptionen in der Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden
Forgas, Joseph P. (1999): Soziale Interaktion und Kommunikation. Weinheim
Golland, Alexande (2019): Datenverarbeitung in sozialen Netzwerken. Frankfurt/Main
Hussy, Walter | Schreier, Margret | Echterhoff, Gerald (2013): Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor. Berlin, 2. Auflage
Quattrociocchi, Walter (2018): „Fake News“ in sozialen Netzwerken. In: Fake oder Fakt? Berlin/Heidelberg, S. 143-164
Schwartmann, Rolf | Ohr, Sara (2015): Recht der Sozialen Medien. Heidelberg
Stumpp, Stefan | Michelis, Daniel | Schildhauer, Thomas (Hg.) (2021): Social Media Handbuch. Baden Baden
Trappmann, Mark | Hummell, Hans J. | Sodeur, Wolfgang (2011): Strukturanalyse sozialer Netzwerke. Wiesbaden
Werth, Lioba | Seibt, Beate | Mayer, Jennifer (2020): Sozialpsychologie. Der Mensch in sozialen Beziehungen. Wiesbaden

DS.W6: Gamification und Serious Games

Becker, Wolfgang | Metz, Maren (2022): Digitale Lernwelten – Serious Games und Gamification: Didaktik, Anwendungen und Erfahrungen in der Beruflichen Bildung. Wiesbaden
Chou, Yu-kai (2015): Actionable Gamification: Beyond Points, Badges and Leaderboards Paperback, CreateSpace Independent Publishing
Dowling, David Oakey (2020): The gamification of digital journalism: innovation in journalistic storytelling. Routledge
Fischer, Silke | Reichmuth, Andrea: Gamification – Spielend lernen. Bern
Sailer, Michael (2016): Die Wirkung von Gamification auf Motivation und Leistung: Empirische Studien im Kontext manueller Arbeitsprozesse. Wiesbaden
Stieglitz, Stefan | Lattemann, Christoph | Robra-Bissantz, Susanne | Zarnekow, Rüdiger | Brockmann, Tobias (Hg.) (2017): Using Game Elements in Serious Contexts. Berlin
Strahinger, Susanne | Leyh, Christian (2017): Gamification und Serious Games – Grundlagen, Vorgehen und Anwendungen. Wiesbaden
Weiß, Gabriele (Hg.) (2024): Ludifizierung und Gamification – Digitale Entgrenzungen und Transformationen des Spiels. Weinheim
Zichermann, Gabe (2011): Gamification by Design, O'Reilly Media

5. Semester

Nr.: DS 5.1:	Pflichtmodul: Research and Development	Sprache: deutsch		Credits: 6
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 5
		Workload: 180 h		Prüfungsform: PR HA SB
	Präsenz: 60 h	Selbststudium: 120 h		
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen
Zukunftsthemen der Digitalität		Prof. für cross- und transmediale Formate NN		V
Wissenschaftliche Begleitforschung		Prof. für cross- und transmediale Formate NN		L
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS				
Inhalte				
Zukunftsthemen der Digitalität Im Rahmen einer Ringvorlesung/Vortragsreihe/Podiumsdiskussion werden Expert*innen eingeladen, die am Beispiel ihrer Forschungsergebnisse umfassende Einblicke in ihren einzigartigen Forschungsansatz gewähren.				
Wissenschaftliche Begleitforschung Die Studierenden beantworten, in Äquivalenz zum Freien Projekt dieses Semesters, eine selbst gewählte Fragestellung, die die praktische Arbeit wissenschaftlich vertieft. Im Rahmen der Lehrveranstaltung werden diese Fragestellungen in Einzelgesprächen und/oder im Plenum auf Relevanz und Aussagekraft diskutiert bzw. vertieft. Synergien zu der Lehrveranstaltung Zukunftsthemen der Digitalität sind ausdrücklich erwünscht.				
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen				
Zukunftsthemen der Digitalität Ziel ist es, die Studierenden mit zukunftsrelevanten Fragestellungen zu konfrontieren, sie durch die Diskussion mit den Expert*innen auf neueste - gesellschaftsrelevante wie studienspezifische - Themen zu verweisen und sie durch die unterschiedlichen Perspektiven zur wissenschaftlichen Auseinandersetzung und Stellungnahme anzuregen.				
Wissenschaftliche Begleitforschung Die Studierenden werden mit der Komplexität wissenschaftlicher Fragestellungen konfrontiert und zugleich befähigt, derartigen Sachverhalten argumentativ zu begegnen. Als wissenschaftliche Begleitforschung vor dem Übergang ins 6., d.h. ins Praxissemester, werden die Studierenden befähigt, Themenfindung und kritische Reflexion in Vorbereitung auf die abschließende Bachelorarbeit vorzunehmen.				
Literatur und Arbeitsmaterialien				
Zukunftsthemen der Digitalität Relevante Arbeitsmaterialien werden abhängig vom zentralen Thema bereitgestellt.				
Wissenschaftliche Begleitforschung Relevante Arbeitsmaterialien ergeben sich aus dem gewählten praktischen Thema.				

Nr.: DS 5.2:	Pflichtmodul:	Sprache: deutsch		Credits: 12
	Interdisziplinäres Projekt 3: Freies Projekt	Häufigkeit: jährlich im SS		Semesterlage: 5
		Workload: 360 h		Prüfungsform: EW / PA / PR
Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 120h	Selbststudium: 240 h		
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)	Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Storytelling für Präsentation und Pitch		Prof. für digitales Storytelling NN	S	2
Freies Projekt		Prof. für cross- und transmediale Formate NN	P	6
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS				
Inhalte				
<p>Storytelling für Präsentation und Pitch</p> <ul style="list-style-type: none"> - Theoretische und praktische Methoden für Präsentation und Pitch - Präsenz- und Moderationstraining 				
<p>Freies Projekt</p> <p>Die Inhalte des Moduls folgen den Anforderungen des jeweiligen Projektes. Zielsetzung kann dabei sein, den Studierenden die Möglichkeit zu geben, sich interdisziplinär in ein neues Arbeitsfeld oder andere Branchenroutinen hineinzudenken. Dabei erweist es sich als Vorteil, dass es in nahezu allen Branchen und Bereichen massen- oder sozialmediale Kommunikationsanforderungen gibt. Die Studierenden können ihre erlernten Kompetenzen aus dem Bereich Digitales Storytelling interaktiv, audiovisuell und interdisziplinär zur Geltung bringen. Zielsetzung dieses freien Projektes ist es, aufbauend auf den cross- bzw. transmedialen Projekten, den Studierenden die Möglichkeit zu bieten, eine innovative Form zu finden, ihre Geschichten interaktiv, audiovisuell, cross und transmedial, im besten Falle immersiv zu erzählen.</p> <p>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</p>				
<p>Storytelling für Präsentation und Pitch</p> <p>Die Studierenden lernen durch theoretische und praktische Methoden des modernen Storytellings ihre eigene Person, ihr Projekt oder ihre Geschäftsidee zu präsentieren (pitchen). Gerade im Hinblick auf die im 6. Semester anstehende Praxisphase und die damit verbundenen Bewerbungsgespräche, sollen die Studierenden durch dieses Angebot vorbereitet werden.</p> <p>Die Studierenden erlernen und erproben verschiedene Methoden der Präsentation: Fakten erzählen oder Geschichten? Welche Ansprache erwartet die Zielgruppe? Arbeitet man mit Text oder mit (bewegten) Bildern? Was ist das Ziel? Mit welchen Mitteln werden welche Wirkungen erzielt? Das Modul wird ergänzt durch individuelles Präsenz- und Moderationstraining.</p>				
<p>Freies Projekt</p> <p>Studierende können gezielt mit Aufgabenstellungen im Hochschul- oder Fakultätskontext konfrontiert werden, die unterschiedliche Standorte, Studiengebiete und Fächer miteinander verbinden. Auch in anderen Studiengängen der Fakultät (MM, MD, TM, SPM) werden interdisziplinäre Projektmodule angeboten, so dass sich zahlreiche Möglichkeiten der Zusammenarbeit ergeben. Das Projekt könnte die Studierenden zum Austausch mit ihnen fremden Fachgebieten befähigen und sie an deren spezifische Anforderungen heranzuführen. Sie entwickeln Verständnis für technische, wirtschaftliche, pädagogische oder auch rechtliche Fragestellungen.</p> <p>Als Digitale Storyteller werden sich Studierende nach ihrem Abschluss zielsicher in neue Gebiete einarbeiten müssen, zum Beispiel in einer Agentur. Sie werden dort Kommunikationsstrategien für Branchen und Kund*innen entwickeln, deren inhaltliche Herausforderungen sie sich schnell erschließen müssen. Hierauf bereitet das „freie Projekt“ vor: Es ermöglicht den Studierenden, Selbstsicherheit in Fragestellungen zu entwickeln, in denen sie sich zu Projektbeginn nicht zwingend zuhause fühlten, um auch hierfür konkrete cross- und transmediale Kommunikationslösungen zu entwickeln.</p>				
Literatur und Arbeitsmaterialien				
<p>Storytelling für Präsentation und Pitch</p> <p>Funken, Irmengard Altenschmidt, Karsten (2021): Perfekt im Pitch. Kunden begeistern, Investoren überzeugen. Freiburg</p> <p>Kurz, Sibylle (2015): Pitch it!: Die Kunst, Filmprojekte erfolgreich zu verkaufen. Praxis Film Band 45. Konstanz</p>				
<p>Freies Projekt</p> <p>Relevante Arbeitsmaterialien werden in Abhängigkeit vom Projekt bereitgestellt.</p>				

Nr.: DS 5.3: DS 5.4:	Pflichtmodul:	Sprache:		Credits:	
	Wahlpflichtfach 5 und Wahlpflichtfach 6	deutsch		6 + 6	
		Häufigkeit:		Semesterlage:	
	Zwei Fächer aus DS.W7, DS.W8, DS.W9	jährlich im WS		5	
Voraussetzungen für die Teilnahme:	Workload:		Prüfungsform:		
keine	180 h + 180 h		EW PA PR		
	Präsenz:	Selbststudium:			
	60 h + 60 h	120 h + 120 h			
Veranstaltungen	Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)	
DS.W7: Liveproduktion	Prof. für audiovisuelle Medientechnologien NN		L	4	
DS.W8: Nonfiktionale Langformate	Prof. für audiovisuelle Medientechnologien NN		L	4	
DS.W9: Immersives Storytelling und Physical Computing	Prof. für interaktive Medientechnologien NN		L	4	
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS					
Inhalte					
DS.W7: Liveproduktion					
<ul style="list-style-type: none"> - Fortsetzung der Studioproduktion mit Schwerpunkt Live-Produktion (möglich wären Live-Talkshows, optional können Liveschalten gelehrt werden) - Sendepläne erstellen, Einhaltung von Timings - Kombination mit On-Location Produktion 					
DS.W8: Nonfiktionale Langformate					
<ul style="list-style-type: none"> - Grundlagen des dokumentarischen Erzählens (praktisch/theoretisch) - Vertiefung Interviewführung im dokumentarischen Stil - Theoretische Auseinandersetzung mit der Bildgestaltung anhand dokumentarischer Filmbeispiele - Analyse und Diskussion von Filmen mit ersten selbstgedrehten Miniaturen zur eigenen dokumentarischen Praxis - Suche nach geeigneten Stoffen, Recherche und Vorbesichtigungen - Umgang mit Kamera und Mikrofon - Entwicklung/Visualisierung eines Kamerakonzeptes - Verhalten gegenüber Protagonist*innen - Recherche, Konzeption und Realisierung eigener nonfiktionaler Langformate (Reportage, Dokumentation, Dokumentarfilm) 					
DS.W9: Immersives Storytelling und Physical Computing					
<ul style="list-style-type: none"> - Historie immersiver Medieninstallationen - Verwendung interaktiver Installationen für das Storytelling, beispielsweise im musealen oder didaktischen Kontext - Einführung in node-basierte Programmiersprachen (z.B. Touchdesigner, vvvv) - Wirkung von Raumklang - Verwendung von Augmented und Virtual Reality in und für immersive Umgebungen - Einführung in Physical Computing: Definitionen, Anwendungsbereiche und Bedeutung für das Digitale Storytelling - Mikrocontroller und Mikroprozessoren: Grundlagen, Programmierung und praktische Anwendung von Arduino und Raspberry Pi - Entwicklung interaktiver Systeme: Konzeption, Prototyping und Umsetzung von Projekten, die digitale Technologien in physischen Kontexten integrieren - Anwendung von 3D-Druck: Grundlagen des 3D-Drucks, Design von einfachen 3D-Objekten und deren Umsetzung in realen Projekten 					
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen					
DS.W7: Liveproduktion					
Zuvor erlernte Inhalte hinsichtlich der Studioproduktion sollen vertieft werden. Ein Schwerpunkt könnte auf der Live-Produktion liegen. Möglich wäre zum Beispiel die Produktion von Live-Talkshows. Optional können Live-Schalten gelehrt werden. Die Studierenden sollen in der Lage sein, Sendepläne zu erstellen. Außerdem lernen sie die Einhaltung von Timings.					
DS.W8: Nonfiktionale Langformate					
In diesem Seminar werden die Grundlagen des dokumentarischen Erzählens sowohl praktisch als auch theoretisch gelehrt. Vor allem der Umgang mit Protagonisten und Interviewführung sollten hier weiter vertieft und um eine dokumentarische Stilistik erweitert werden. Die Studierenden setzen sich theoretisch mit der Bildgestaltung anhand von dokumentarischen Filmbeispielen auseinander und können so die grundsätzlichen Gestaltungsmöglichkeiten und Prinzipien erörtern. Das Seminar vereint Analyse und Diskussion von Filmen mit ersten selbstgedrehten Miniaturen zur eigenen dokumentarischen Praxis. Erprobt wird die Suche nach geeigneten Stoffen, Recherche und Vorbesichtigungen, Umgang mit Kamera und Mikrofon, Teambildung, Verhalten gegenüber Protagonist*innen. Die Studierenden könnten in diesem Rahmen und unter realistischen Bedingungen in klassischen Film-Teams ihre dokumentarischen Lang-Formate produzieren. Auch durchlaufen sie die klassischen Stationen des Redaktionsmanagements: Redaktionssitzungen, Themenkonferenzen, Pitches, Rohschnitt					

und Text-Abnahmen. In diesem Wahlpflichtfach sollen nonfiktionalen Langformate konzipiert und realisiert werden. Im Fokus stehen nun Themen wie Dramaturgie, Storytelling, Visualität und Immersivität. Dieses Modul soll dazu beitragen, eine eigene, persönliche, filmische Handschrift zu entwickeln.

DS.W9: Immersives Storytelling und Physical Computing

Die Studierenden erlernen die Konzeption und Umsetzung immersiver Installationen, indem sie Geschichten in diesen Umgebungen gestalten. Sie werden mit node-basierten Programmiersprachen vertraut gemacht und können diese für die Entwicklung interaktiver Installationen nutzen. Die Studierenden entwickeln ein Verständnis für die Integration von digitalen Technologien in physische Umgebungen. Durch den Einsatz von Mikrocontrollern sowie – ggf. projektabhängig – Augmented und Virtual Reality werden sie befähigt, immersive Erlebnisse zu schaffen und die Grenzen zwischen digitaler und physischer Realität zu verschmelzen. Sie lernen den Einsatz von Mikrocontrollern (z.B. Arduino) und Mikroprozessoren (z.B. Raspberry Pi) für die Steuerung von Hardware. Sie entwickeln die Fähigkeiten zur Konzeption, Gestaltung und Umsetzung von einfachen, interaktiven, computergesteuerten Systemen. Die Studierenden sind in der Lage, basale 3-dimensionale Objekte zu gestalten, erstellen und mit Hilfe des 3D-Drucks in digitale Projekte einzubinden.

Literatur und Arbeitsmaterialien

DS.W7: Liveproduktion

Buchholz, Axel (2016): Newsroom, Studioproduktion und Außenübertragung. In: Buchholz, Axel | Schult, Gerhard (2016): Fernseh-Journalismus. Wiesbaden, 9. Auflage

Bühler, Peter | Schlaich, Patrick | Sinner, Dominik (2018): AV-Medien – Filmgestaltung, Audiotechnik, Videotechnik. Berlin

Hachmeister, Lutz u.a. (2003): Die Fernsehproduzenten. Konstanz

Schmidt, Ulrich (2013): Professionelle Videotechnik. Berlin, 6. Auflage

Stolz, Dieter (2019): Computergestützte Audio- und Videotechnik – Multimediatechnik in der Anwendung. Berlin, 3. Auflage

Strobbe, C. (2013): Standards in der Medienproduktion. Berlin

Weinzierl, Stefan (2008): Handbuch der Audiotechnik. Berlin

DS.W8: Nonfiktionalen Langformate

Dowling, David Oakey (2020): The gamification of digital journalism: innovation in journalistic storytelling. Routledge

Dowling, David Oakey (2022): Interactive documentary and the reinvention of digital journalism, 2015–2020. Convergence, 28(3), p.905-924

Eick, Dennis (2014): Digitales Erzählen: Die Dramaturgie der Neuen Medien (Praxis Film, Bd. 81). Konstanz

Ettl-Huber, Silvia (2019): Storytelling in Journalismus, Organisations- und Marketingkommunikation. Wiesbaden

Friedl, Christian (2017): Hollywood im journalistischen Alltag. Storytelling für erfolgreiche Geschichten. Wiesbaden, 2. Auflage

Fuchs, Werner T. (2023): Warum das Gehirn Geschichten liebt. Storytelling analog und digital. Freiburg | München | Stuttgart, 5. Auflage

Grytzmann, Oliver (2018): Storytelling mit der 3-Akt-Struktur. Wiesbaden

Planer, R., | Godulla, A. (2021). Longform journalism in the USA and Germany: Patterns in award-winning digital storytelling productions.

Journalism practice, 15(4), p.566-582

Schach, Annika (2017): Storytelling – Geschichten in Bild und Film. Wiesbaden

DS.W9: Immersives Storytelling und Physical Computing

Anderhofstadt, Ralf | Disselkamp, Marcus (2022): Disruptiver 3D-Druck: Neue Geschäftsmodelle und Wertschöpfungsketten. München

Barth, Jan | Grasy, Roman Stefan | Lukas, Mark | Schilling, Markus Lorenz | Leinberger, Jochen (2013): Prototyping Interfaces: Interaktives Skizzieren mit vvvv. Mainz

Brandes, Udo (2023): Mikrocontroller ESP32 – Das umfassende Handbuch. Bonn, 2. Auflage

Brühlmann, Thomas (2024): Arduino: Praxiseinstieg. Behandelt Arduino UNO R4 und R3. Köln

Bryan, Alexander (2017): The new digital storytelling: creating narratives with new media. Santa Barbara

Chen, Wang (2020): Interactive Installation Art & Design, Artpower International

Handler Miller, Carolyn (2019): Digital Storytelling 4e: A creator's guide to interactive entertainment. Boca Raton, 4. Auflage

Kofler, Michael | Kühnast, Charly | Christoph Scherbeck (2021): Raspberry Pi – Das umfassende Handbuch. Bonn, 7. Auflage

Kühnel, Claus (2023): Arduino – Das umfassende Handbuch. Bonn, 2. Auflage

Lachmayer, Roland | Lippert, Rene Bastian | Fahbusch, Thomas (2016): 3D-Druck beleuchtet – Additive Manufacturing auf dem Weg in die Anwendung. Berlin

Lambert, Joe | Hessler, Brooke (2018): Digital storytelling: capturing lives, creating community. New York/London, 5th edition

Pusch, Alexander | Haverkamp, Nils (2022): 3D-Druck für Schule und Hochschule. Berlin, Heidelberg

Rattat, Christian (2015): 3D-Druck für Anspruchsvolle. Heidelberg

Simanowski, Roberto (2014): Textmaschinen – Kinetische Poesie – Interaktive Installation: Zum Verstehen von Kunst in digitalen Medien. Bielefeld: Transcript

6. Semester

Nr.: DS 6.1:	Pflichtmodul: Betreute Praxisphase	Sprache: deutsch		Credits: 30
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 6
		Workload:		Prüfungsform:
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz:	Selbststudium:	
Veranstaltungen	Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Betreute Praxisphase	B			
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS				
Inhalte				
<p>Betreute Praxisphase Die mindestens 24-wöchige Praxisphase dient zur Anwendung, Festigung und Vertiefung bereits erworbener Fähigkeiten und hilft den Studierenden bei der Findung eines thematischen Schwerpunktes für ihre Bachelor-Thesis.</p>				
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen				
<p>Betreute Praxisphase Durch die Mitarbeit in Unternehmen und Institutionen werden Synergien frei: Die im Studium erworbenen praxisbezogenen Erfahrungen können die Studierenden einerseits dort anwenden und vertiefen, andererseits können sie neu erprobte Lösungsansätze in das fortlaufende Studium einbringen. Die Studierenden lernen vor dem Hintergrund des Austausches mit den Kommiliton*innen und Lehrenden ihr Praktikum im Unternehmen kritisch zu reflektieren und nicht zuletzt durch die gewonnenen persönlichen Kontakte bzw. durch den Ausbau des eigenen fachbezogenen Netzwerkes persönliche Weichen für die eigene Zukunft zu stellen.</p>				

7. Semester

Nr.: DS 7.1:	Pflichtmodul: Bachelor-Seminar	Sprache: deutsch		Credits: 9
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 7
		Workload: 270 h		Prüfungsform: SB / PR
Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 45 h	Selbststudium: 225 h		
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (modulverantwortlich)		Lehr- und Lernformen
Bachelor-Seminar		Dr. Heike Hümme M.A.		S
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS				
Inhalte				
<p>Die Lehrveranstaltung dient der Vertiefung wissenschaftlicher Arbeitsroutinen und der Auseinandersetzung mit den qualitativen Anforderungen einer Bachelor-Abschlussarbeit im Vergleich zu früheren Seminararbeiten im Studienverlauf. Mit Blick auf den Studienabschluss werden sie inhaltlich bei der fachgerechten Themenwahl unterstützt, der Erarbeitung einer relevanten Forschungsfrage, die sich zur Hypothesenbildung eignet, sowie bei der angemessenen Gliederung des Stoffes. Recherchetechniken zur Zusammenstellung von Quellen werden vertieft, die Arbeit mit Datenbanken erweitert, der Umgang mit großen Textmengen geübt sowie Übungen zur Textanalyse angeboten. Auch werden die grafische Aufbereitung und Darstellung von empirisch gewonnenen Primärdaten analysiert, Fähigkeiten zur Erstellung derselben vertieft und vor dem Hintergrund des Urheberrechts- und Designschutzgesetzes Bildrechte thematisiert und angewendet.</p>				
Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen				
<p>Das Bachelor-Seminar dient dazu, die Kenntnisse der Studierenden im Umgang mit wissenschaftlichen Arbeitsroutinen zu vertiefen, vor allem aber die individuell gewählte Fragestellung und Hypothese hinsichtlich ihrer wissenschaftlichen Tiefe zu reflektieren, zu verteidigen. Dies geschieht durch Präsentationen im Plenum und zu moderierende Diskussionen, durch die die Studierenden schon zu Beginn des Prozesses der intensiven Ausarbeitung mit dem anvisierten Bachelor-Thema konstruktive Kritik erfahren. Diese wiederum dient einerseits die Kommiliton*innen in ihrem Forschungsanliegen zu unterstützen, andererseits um den eigenen wissenschaftlichen Horizont durch die Vielfalt an Themen zu erweitern.</p>				
Literatur und Arbeitsmaterialien				
<p>Balzert, Helmut Schröder, Marion Schäfer, Christian (2022): Wissenschaftliches Arbeiten - Ethik, Inhalt & Form wissenschaftlicher Arbeiten, Handwerkszeug, Quellen, Projektmanagement, Präsentation. Dortmund, 3. Auflage</p> <p>Franck, Norbert (2022): Handbuch Wissenschaftliches Schreiben: Eine Anleitung von A bis Z. Paderborn, 2. Auflage</p> <p>Kornmeier, Martin (2018): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht - für Bachelor, Master und Dissertation. Bern, 8. Auflage</p> <p>Kührtz, Stefan (2021): Wissenschaftlich formulieren. Tipps und Textbausteine für Studium und Schule. Paderborn, 6. Auflage</p> <p>Swoboda, Martina (2022): Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht - ein Leitfadens für Architektur- und Designstudiengänge. Berlin</p> <p>Theisen, Manuel René Theisen, Martin (2021): Wissenschaftliches Arbeiten: erfolgreich bei Bachelor- und Masterarbeit. München, 18. Auflage</p>				

Nr.: DS 7.2:	Pflichtmodul: Wahlpflichtfach 7: Open Lab	Sprache: deutsch		Credits: 6	
	Ein Fach aus Interaktiv oder Audiovisuell	Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 7	
		Workload: 180 h		Prüfungsform: PR	
Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz: 45 h	Selbststudium: 135 h			
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam (<u>modulverantwortlich</u>)		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Open Lab: Interaktiv		<u>Prof. für interaktive Medientechnologien NN</u>		L	3
Open Lab: Audiovisuell		Prof. für audiovisuelle Medientechnologien NN		L	3
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS					
<p>Inhalte</p> <p>Dieses Modul ist begleitend zur Bachelorarbeit angelegt.</p> <p>Open Lab: Interaktiv</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erproben neuartiger interaktiver Methoden - Erproben innovativer interaktiver Technologien - Projektentwicklung mit Verfahren und Ansätzen wie 3D-Webtechnologie, - Spatial Journalism, Spacial Audio, Media Capture, Natural language processing (NLP), Media Provenance <p>Open Lab: Audiovisuell</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erproben neuartiger audiovisueller Methoden - Erproben innovativer audiovisueller Technologien - Produzieren mit KI, VR, AR, 360° - Produktion von inCamera VFX - Vertical Produktion 					
<p>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</p> <p>Open Lab: Interaktiv</p> <p>Dieses Modul ist begleitend zur Bachelorarbeit angelegt. Die Studierenden erhalten Einblicke in fortschrittliche Technologien im Bereich des Digitalen Storytellings. Sie sammeln Erfahrungen und gewinnen Kenntnisse, die sie für die Auswahl und Umsetzung ihrer Bachelorarbeit nutzen können. Dies können erweiterte Kenntnisse in der Web-Programmierung wie auch die Verarbeitung natürlicher Sprache für ihre digitalen Erzählungen. Das Modul bietet den Studierenden so die Möglichkeit, ihre Kenntnisse und Fähigkeiten in neuartigen und fortgeschrittenen Technologien zu vertiefen und sich dadurch auf ihre bevorstehende Bachelor-Arbeit vorzubereiten.</p> <p>Open Lab: Audiovisuell</p> <p>Dieses Modul ist begleitend zur Bachelorarbeit angelegt. Die Studierenden sollen neue audiovisueller Methoden und Technologien erproben, entwickeln und anwenden. Hier sollen vor allem spezifische und zukunftsorientierte AV-Technologien theoretisch erfasst und praktisch erprobt werden. Es dient als Versuchslabor, um die Studierenden gemäß ihrer Themen für die Abschlusarbeit bestmöglich vorzubereiten. Mögliche Inhalte: Produzieren mit KI, VR, AR, 360°-Reportagen sowie Vertical Produktion. Eine weitere Möglichkeit wäre inCameras VFX in die Lehre zu integrieren.</p>					
<p>Literatur und Arbeitsmaterialien</p> <p>Open Lab: Interaktiv</p> <p>Gemäß aktueller Forschung Vom jeweiligen Projekt abhängig</p> <p>Open Lab: Audiovisuell</p> <p>Gemäß aktueller Forschung Vom jeweiligen Projekt abhängig</p>					

Nr.: DS 7.3:	Pflichtmodul: Bachelor-Thesis	Sprache: deutsch		Credits: 12 + 3	
		Häufigkeit: jährlich im WS		Semesterlage: 7	
		Workload:		Prüfungsform: BA + KO	
	Voraussetzungen für die Teilnahme: keine	Präsenz:	Selbststudium:		
Veranstaltungen		Dozent/Dozententeam <u>(modulverantwortlich)</u>		Lehr- und Lernformen	Umfang (SWS)
Bachelorarbeit		B			
Kolloquium		B			
Dieses Modul wird für folgende Studiengänge verwendet: DS					
<p>Inhalte</p> <p>In der Bachelor-Arbeit zeigen Studierende, dass sie dazu in der Lage sind, ein komplexes Thema des Digitalen Storytellings redaktionell, produktionstechnisch und wissenschaftlich zu bearbeiten, das Ergebnis zu dokumentieren und die Erkenntnisse im Rahmen eines mündlichen Kolloquiums zu verteidigen.</p>					
<p>Lernziele und zu vermittelnde Kompetenzen</p> <p>Studierende können ein komplexes Thema gestalterisch und wissenschaftlich bearbeiten sowie komplexe Sachverhalte diskutieren, visualisieren und moderieren. Die Abschlussarbeit bietet ihnen die Möglichkeit, erlernte Organisations- und Arbeitstechniken und vor allem ihr praktisches und wissenschaftlich fundiertes Wissen einzubringen. Das Kolloquium stellt mündlich das bearbeitete Thema zur Diskussion.</p>					