

**DUALE HOCHSCHULE
BADEN-WÜRTTEMBERG**

Studienbereich Wirtschaft

**Studiengangsbeschreibung
(Bachelor)**

**Studienrichtung
Digitale Medien –
Vertiefungsrichtung Mediapublishing
und Gestaltung**

Prof. Dr. J. Redelius (DHBW Mannheim)

Prof. R. Ringwald (GF FK Wirtschaft)

20. Juli 2011

6.2 Studienverlaufsplan

Der Studienverlaufsplan zeigt an, welche Module in welchem Semester belegt werden und mit welcher Anzahl von CPs diese Module ausgestattet sind.

Studienverlaufsplan: Medien – Digitale Medien mit alternativen Vertiefungen

(Stand: 17. Juli 2011)

Studienfächer	Zugehörige Module	CP	Semester					
			1	2	3	4	5	6
Praxisphasen		48						
	Praxismodul I	20						
	Praxismodul II	20						
	Praxismodul III	8						
Basiswissen Digitale Medien		25						
	Multimedia Grundlagen 1	10						
	Multimedia Grundlagen 2	10						
	Integrationsseminar zu ausgewählten Gebieten der Digitalen Medien	5						
Informatik/Technik/Grundlagen		41						
	Mathematisch-Naturwissenschaftliche Grundlagen	7						
	Web/Publishing-Technologien I	8						
	Web/Publishing-Technologien II	10						
	Implementierung Geschäftsprozesse	9						
	Multimedia-Programmierung	7						
Wirtschaft		15						
	Grundlagen ABWL	5						
	Human/Financial Resources	5						
	Enterprise Controlling	5						
Mediengestaltung		15						
	Grundlagen der Visuellen Kommunikation	7						
	Cross-Media-Design	8						
Methodische Grundlagen		5						
	Wissenschaftliches Arbeiten	5						
Schlüsselqualifikationen		10						
	Methoden- und Sozialkompetenzen I	5						
	Methoden- und Sozialkompetenzen II	5						
Mediapublishing und Gestaltung (Vertiefung)		39						
	Medienmanagement	5						
	E-Commerce	6						
	Projekt 1	8						
	Projekt 2	10						
	Projekt 3	10						
Bachelorarbeit		12						
ECTS-Punkte-Summe		210						

6.3 Rahmenstudienplan

Der Rahmenstudienplan beinhaltet die Module für beide Studienrichtungen und die Module der jeweiligen Vertiefungsrichtungen. Er beschreibt die wesentlichen Inhalte der jeweiligen Praxisphase und zeigt nach Modulgruppen geordnet die Module und ihre Units zeitlich gestaffelt auf. Außerdem gibt der Rahmenstudienplan Auskunft über ECTS-Punkte und die geforderte Anzahl von Präsenzstunden.

Modulbezeichnung, (ECTS-Punkte), Lehrveranstaltungen, (Anzahl der Präsenzstunden)

Halbjahr	I	II	III	IV	V	VI
Praktische Ausbildung im Betrieb	Praxismodul I		Praxismodul II		Praxismodul III	
	Kennenlernen des Unternehmens. Integration des Studierenden durch Mitarbeit in ausgewählten Funktionsbereichen der crossmedialen Planung, Organisation und Produktion.		Einsatz in ausgewählten IT-Funktionsbereichen und zusätzlich branchenabhängig: Konzeption, Texting, Kreativbereich; Bereichsfunktionen der crossmedialen digitalen Medienproduktion; Marketing bzw. Öffentlichkeitsarbeit im Bereich strategische Planung/Marktforschung, Public Relations, Messen, Event/Sponsoring		Vertiefte praktische Ausbildung in den Funktionsbereichen.	

Halbjahr / Modulbereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Basiswissen Digitale Medien (25) (290)	BW I Multimedia-Grundlagen 1 (10) (120) Rechnerstrukturen (36) Web/Publishing Grundlagen 1 (48) Printtechnik Grundlagen (36)	BW II Multimedia-Grundlagen 2 (10) (120) Betriebssysteme und Netze (36) Web/Publishing Grundlagen 2 (48) Internet-Technologien Grundlagen (36)				BW III Integrationsseminar zu ausgewählten Gebieten der Digitalen Medien (5) (50)

Halbjahr / Modulbereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Informatik / Technik / Grundlagen (41) (442)	ITG I Mathematisch-Naturwissenschaftliche Grundlagen (7) (84) Analysis/Darstellende Geometrie (30) Statistik (24)	Ausgewählte Gebiete der Mathematik und Physik (30)	ITG II Web/Publishing Technologien I (8) (88) Datenbankmanagementsysteme (44) Programmierung (44)	ITG III Web/Publishing Technologien II (10) (110) Digitale Bildbearbeitung (33) Audiovisuelle Technik (44) Interaktive Medien/Computeranimation (33)	ITG IV Implementierung Geschäftsprozesse (9) (90) Content-Management-Systeme (30) Workflow-Management (30) Netzwerktechnik und Sicherheit (30)	ITG V Multimedia Programmierung (7) (70) Ausgewählte Themen der Informatik (30) Zukunfts-Technologien (40)

Halbjahr Modulbereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Vertiefung Mediapublishing und Gestaltung (39) (414)		P I A Medien- management (5) (60) Grundlagen Recht (24) Marketing (36)	P II A E-Commerce (6) (66) E-Business (22) Werbe-/Wettbe- werbsrecht (22) Medienrecht (22)	P III A Projekt 1 (8) (88)	P IV A Projekt 2 (10) (100)	P V A Projekt 3 (10) (100)

Bachelorarbeit			12
-----------------------	--	--	-----------

Halbjahr Modulbereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Praxismodule (48)	Praxismodul I (20) Kennenlernen des Unternehmens. Integration des Studierenden durch Mitarbeit in ausgewählten Funktions- bereichen der crossmedialen Planung, Organisation und Produktion.		Praxismodul II (20) Einsatz in ausgewählten IT-Funktions- bereichen und zusätzlich branchenabhän- gig: Konzeption, Texting, Kreativbereich; Bereichsfunktionen der crossmedialen digitalen Medienproduktion; Marketing bzw. Öffentlichkeitsarbeit im Bereich strategische Pla- nung/Marktforschung, Public Relations, Messen, Event/Sponsoring.		Praxismodul III (8) Vertiefte praktische Ausbildung in den Funktionsbereichen.	

Präsenzstunden	(603 / 615)	(565 / 565)	(480 / 470)
	(1648 / 1650)		

ECTS-Punkte Theorie (150)	(49 / 50)	(50 / 50)	(51 / 50)
ECTS-Punkte Bachelorarbeit (12)			12
ECTS-Punkte Praxis (48)	(20)	(20)	(8)
ECTS-Punkte Summe (210)	(69/70)	(70 / 70)	(71/70)