

Rahmenstudienplan Digitale Medien gültig ab 1.10.2019

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 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 Funktionsbereichen der crossmedialen Planung, Organisation und Produktion.		Praxismodul II (20) 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.		Praxismodul III (8) 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
Projekte (30) (330)	Medienprojekt: Grundlagen (10) (120) Medienprojekt (60) Medienprojekt (60)		Medienprojekt: Systeme (10) (110) Medienprojekt (55) Medienprojekt (55)		Medienprojekt: Strategie (10) (100) Medienprojekt (50) Medienprojekt (50)	

Halbjahr Modulbereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
BWL (10) (105)			Grundlagen des Managements (5) (55) Betriebswirtschaftliche und rechtliche Grundlagen (55)		Integriertes Management (5) (50) Personalmanagement, Mitarbeiterführung und Unternehmensführung (50)	

Halbjahr Modulbereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Studienrichtungs kernmodule (75) (840)	Technische Grundlagen der Webentwicklung (7) (84) Webentwicklung (48) Internet-Technologien (36)	Crossmediales Publishing (7) (84) Webpublishing (48) Printtechnologien (36)			Integrationsseminar zu Medienthemen (5) (50)	

	Medienprojektmanagement (6) (72)					
	Medienprojekt- planung (36)	Medienprojekt- realisierung (36)				
	Visuelle Kommunikation (8) (96)		Strategische Kommunikation (6) (66)			
Typografie und Layout (48)		Corporate Communication (48)	Crossmedia-Design (33)			
			Interaktive Medien/ 3D (33)			
Mathematisch-Naturwissenschaftliche Grundlagen (7) (84)		Mobile Computing (5) (55)	Bildgestaltung und Bewegbilddesign (9) (99)	Medienforschung (6) (60)	Channel Publishing (9) (90)	
Ausgewählte Gebiete der Mathematik und Physik (30)		Mobile Development (22)	Digitale Fotografie und Bildbearbeitung (44)	Quantitative Methoden (30)	Medienrecht (30)	
		Mobile Commerce (33)	Audiovisuelle Technik (55)	Qualitative Methoden (30)	Blogs und Social Networks (30)	
					Online-Systeme (30)	

Halbjahr Modul- bereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Schlüssel- qualifikationen (15) (165)	Schlüsselqualifikationen I (5) (60)		Schlüsselqualifikationen II (5) (55)		Schlüsselqualifikationen III (5) (50)	
	Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens (30)	Präsentations- u. Kommunikations- kompetenz (30)	Vertiefung wissenschaftliches Arbeiten (28)	Wissenschafts- theorie und Methoden der empirischen Forschung (27)	Projektskizze zur Bachelorarbeit (25)	Wissens- management (25)

Halbjahr Modul- bereich	1. Studienjahr		2. Studienjahr		3. Studienjahr	
	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester
Studien- richtungs- wahlfächer (20) (210)			Studienrichtungswahlfach – Medienmanagement		Studienrichtungswahlfach – Kommunikation	
			Medienplanung- und Realisierung (10) (110)		Unternehmenskommunikation (10) (100)	
			Medien- und Marketingkonzeption (55)		Markenentwicklung (50)	
			Medien-Automatisierung (55)		Werbung und PR (50)	

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

Präsenzstunden	288	312	287	263	260	240
	(600)		550		500	
	(1650)					

ECTS-Punkte Theorie (150)	(50)	(50)	(50)
ECTS-Punkte Bachelorarbeit (12)			12
ECTS-Punkte Praxis (48)	(20)	(20)	(8)
ECTS-Punkte Summe (210)	(70)	(70)	(70)