

# ECTS-Guide

Fachhochschul-Masterstudiengang

Digitale Medien und Kommunikation

Jahrgang 2022

MAK1

# Modul Marketingkommunikation I / *Module Marketing Communication I*

ECTS gesamt / total: 6 ECTS

## Kompetenzerwerb / *Competencies*

Die Studierenden erlangen fundierte Grundkenntnisse und Kompetenzen in den zentralen Bereichen Marketing, PR und Social Media sowie deren Anwendungsfeldern und Disziplinen. Sie kennen die Fachtermini, Strukturen und Instrumente und sind in der Lage, vertieftes Wissen darauf aufzubauen und dieses in Praxisprojekten sowie in angewandter Forschung anzuwenden. Sie können Integrierte Kommunikation anwenden und implementieren. Sie sind auf dem aktuellen Stand, was Social Media betrifft und tritt sicher in der Kommunikation über diese Medien.

*Students acquire basic knowledge and competences in the central areas of marketing, PR and social media as well as their fields of application and disciplines. They know the technical terms, structures and instruments and are able to build on this in-depth knowledge and apply it in practical projects as well as in applied research. They can apply and implement integrated communication. They are up to date with social media and confident in communicating via these media.*

## Marketingkommunikation I / *Marketing Communication I*

LV Nummer <i>Course number</i>	10725MAK101
LV Art <i>Course Type</i>	Integrierte Lehrveranstaltung <i>Integrated Course</i>
Semester	I
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	60
ECTS	6 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen des Marketing und seiner Disziplinen - Promotion, Werbung, Dialogmarketing, Verkaufsförderung, Product Placement</li> <li>• Grundlagen der Public Relations und ihrer Disziplinen - Eventkommunikation, Lobbying, Investor Relations, Corporate Social Responsibility (CSR)</li> <li>• Integrierte Kommunikation</li> <li>• Grundlagen der Social Media Kommunikation</li>   <li>• <i>Basics of marketing and its disciplines - promotion, advertising, dialogue marketing, sales promotion, product placement</i></li> <li>• <i>Basics of public relations and its disciplines - event communication, lobbying, investor relations, corporate social responsibility (CSR)</i></li> <li>• <i>Integrated communication</i></li> <li>• <i>Basics of social media communication</i></li> </ul>

# ORE1

## Modul Online-Redaktion I / *Online Editing I*

ECTS gesamt / total: 6 ECTS

### Kompetenzerwerb / *Competencies*

Die Studierenden sind mit allen relevanten Grundlagen im Journalismus mit Schwerpunkt online vertraut. Sie sind insbesondere in der Lage, effektiv und effizient zu texten und diese Texte in entsprechende Strukturen/Darstellungsformen zu gießen. Sie kennen die Spezifika der Webkommunikation und sind sich der Möglichkeiten und Grenzen der medialen Wirklichkeitskonstruktion bewusst. Die Studierenden erkennen den Nachrichtenwert von Ereignissen.

*Students are familiar with all relevant basics in journalism with a focus on online. In particular, they are able to text effectively and efficiently and to cast these texts in appropriate structures/forms of presentation. They know the specifics of web communication and are aware of the possibilities and limits of media reality construction. The students recognise the news value of events.*

### Online-Redaktion I / *Online Editing I*

LV Nummer <i>Course number</i>	10725ORE101
LV Art <i>Course Type</i>	Integrierte Lehrveranstaltung <i>Integrated Course</i>
Semester	I
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	60
ECTS	6 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schwerpunkt Text online/offline</li> <li>• Wirklichkeitskonstruktion</li> <li>• Nachrichtenwerttheorie</li> <li>• Recherche</li> <li>• Journalistische Darstellungsformen/Genres</li> <li>• Onlinejournalismus, Webspezifika</li> <li>• Schreibwerkstatt - effizientes und effektives Texten</li>   <li>• <i>Focus on text online/offline</i></li> <li>• <i>Reality construction</i></li> <li>• <i>News value theory</i></li> <li>• <i>Research</i></li> <li>• <i>Journalistic forms of presentation/genres</i></li> <li>• <i>Online journalism, web specifics</i></li> <li>• <i>Writing workshop - efficient and effective copywriting</i></li> </ul>

## UCD1

# Modul User Centered Design I

ECTS gesamt / total: 6 ECTS

## Kompetenzerwerb / Competencies

Die Studierenden besitzen alle relevanten Grundkenntnisse und Kompetenzen für das User Centered Design mit Schwerpunkt online - von den Grundlagen der Gestaltung über Typografie und Layout bis hin zu Corporate Design & Identity sowie den Grundlagen der Gestaltung zeitbasierter audiovisueller Medien. Sie sind mit den Fachtermini vertraut, kennen die Einsatzmöglichkeiten und sind in der Lage, vertieftes Wissen und verstärkte Anwendungskompetenz darauf aufzubauen.

*The students possess all relevant basic knowledge and competences for user-centred design with a focus on online - from the basics of design to typography and layout to corporate design & identity as well as the basics of designing time-based audiovisual media. They are familiar with the technical terms, know the possible applications and are able to build on this with in-depth knowledge and increased application competence.*

## User Centered Design I

LV Nummer <i>Course number</i>	10725UCD101
LV Art <i>Course Type</i>	Integrierte Lehrveranstaltung <i>Integrated Course</i>
Semester	I
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	60
ECTS	6 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Grundlagen der Gestaltung - Wahrnehmung, Gestaltpsychologie, Farben- und Formlehre</li><li>• Typografie und Layout</li><li>• Corporate Design &amp; Identity</li><li>• Grundlagen der Gestaltung zeitbasierter audiovisueller Medien - Video, Animation, Podcast, Visualisierung, Screen Design</li> <li>• <i>Basics of design - perception, design psychology, colour and form theory</i></li><li>• <i>Typography and layout</i></li><li>• <i>Corporate Design &amp; Identity</i></li><li>• <i>Basics of designing time-based audiovisual media - video, animation, podcast, visualisation, screen design</i></li></ul>

## MUW1

# Modul Medieninformatik und Webtechnologien I */ Module Media Informatics and Web Technologies I*

ECTS gesamt / total: 6 ECTS

## Kompetenzerwerb / Competencies

Die Studierenden sind mit allen Grundlagen und Grundkompetenzen der Medieninformatik und Webtechnologien vertraut und trittsicher im Umgang mit entsprechenden Fachtermini und Instrumenten. Sie kennen die Zusammenhänge und sind in der Lage, Informatik auf angewandtem Niveau zu verstehen. Sie sind kompetent im Bereich Server, Cloud, Diensten und Architekturen. Das Modul setzt einen ersten wichtigen Schritt zum/r technisch versierten Kommunikator\*in.

*Students are familiar with all the basics and basic competences of media informatics and web technologies and are sure-footed in dealing with the corresponding technical terms and tools. They know the contexts and are able to understand computer science at an applied level. They are competent in the area of servers, cloud, services and architectures. The module is an important first step towards becoming a technically skilled communicator.*

## Medieninformatik und Webtechnologien I / Media Informatics and Web Technologies I

LV Nummer <i>Course number</i>	I0725MUW101
LV Art <i>Course Type</i>	Integrierte Lehrveranstaltung <i>Integrated Course</i>
Semester	I
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	60
ECTS	6 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Einführung in die Informatik - Grundbegriffe, Geschichte</li><li>• Einführung in die Webtechnologien - Netzwerk, Protokolle, Formate, Sicherheit, Web Analytics</li><li>• Server und Cloud-Grundlagen - Webservices</li><li>• Dienste - Cloud, Messaging</li><li>• Serverarchitekturen und Datenbanken</li> <li>• <i>Introduction to Computer Science - basic concepts, history</i></li><li>• <i>Introduction to web technologies - network, protocols, formats, security, web analytics</i></li><li>• <i>Server and Cloud Basics - web services</i></li><li>• <i>Services - cloud, messaging</i></li><li>• <i>Server architectures and databases</i></li></ul>

# UCD2

## Modul User Centered Design II

ECTS gesamt / total: 6 ECTS

### Kompetenzerwerb / Competencies

Die Studierenden wenden die Grundlagen aus UCD I umfassend an und erweitern ihre Kenntnisse in den multimedialen Anwendungsbereichen Screen Design, Datenvisualisierung, Video und Audio. Sie erlangen in diesen Bereichen vertiefte Anwendungskompetenzen und sind in der Lage, technisch/gestalterisch a) Hochglanz-Produktionen in allen Bereichen konzeptionieren, briefen und abnehmen zu können und b) eigenständig auf professioneller Ebene Produktionen für das Zielmedium Social Web umsetzen zu können. Darüber hinaus sind sie mit partizipativen Designprozessen vertraut und können diese in ihrer Kommunikationspraxis einsetzen.

*Students comprehensively apply the basics from UCD I and expand their knowledge in the multimedia application areas of screen design, data visualisation, video and audio. They acquire in-depth application skills in these areas and are able to a) conceptualise, brief and approve glossy productions in all areas technically/design-wise and b) independently implement productions for the target medium social web on a professional level. Furthermore, they are familiar with participatory design processes and can use them in their communication practice.*

### User Centered Design 2

LV Nummer <i>Course number</i>	10725UCD201
LV Art <i>Course Type</i>	Integrierte Lehrveranstaltung <i>Integrated Course</i>
Semester	I
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	60
ECTS	6 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Schwerpunkt Online/Social Web</li> <li>• Daten- und Informationsvisualisierung - Wire Frames, Mockups, Design-Prototypen, Vorlagen</li> <li>• Video - Grundlagen, Qualitätskriterien, Einsatzgebiete, Tools, Formen</li> <li>• Audio &amp; Podcasting - Grundlagen, Qualitätskriterien, Einsatzgebiete, Tools, Formen</li> <li>• Partizipativer Designprozess - Sounddesign, Mikrosprechen, Schnitt, Mix, Postproduction</li> <li>• Optional: Exkursion zu international tätigen Organisationen der Creative Industries</li>   <li>• <i>Focus Online/Social Web</i></li> <li>• <i>Data and information visualisation - wire frames, mockups, design prototypes, templates</i></li> <li>• <i>Video - basics, quality criteria, areas of application, tools, forms</i></li> <li>• <i>Audio &amp; Podcasting - basics, quality criteria, fields of application, tools, forms</i></li> </ul>

- *Participatory design process - sound design, micro-speaking, editing, mixing, post-production*
- *Optional: Excursion to internationally active organisations of the creative industries*

## MAK2

# Modul Marketingkommunikation II / *Module Marketing Communication II*

ECTS gesamt / total: 6 ECTS

## Kompetenzerwerb / *Competencies*

Die Studierenden vertiefen in diesem Modul die Inhalte aus MAK1 und erweitern ihr Wissen in zentralen Spezialbereichen wie Krisenkommunikation und Reputationsmanagement. Sie sind in der Lage, professionell und am Puls der Zeit Online- bzw. Social-Media-Kampagnen zu planen, umzusetzen und zu evaluieren. Sie haben insgesamt vertiefte Kenntnisse über sämtliche Aspekte des Online & Social Media Marketing. Darüber hinaus tauchen sie intensiv in die Welt der Marke ein - vom Branding-Prozess bis hin zur erfolgreichen Markeneinführung, -pflege und -kommunikation. Die Kompetenzen liegen am Modulende im gestaltenden Bereich.

*In this module, students deepen the contents from MAK1 and expand their knowledge in central special areas such as crisis communication and reputation management. They are able to plan, implement and evaluate online and social media campaigns professionally and with their finger on the pulse. Overall, they have in-depth knowledge of all aspects of online & social media marketing. In addition, they immerse themselves intensively in the world of the brand - from the branding process to successful brand introduction, maintenance and communication. At the end of the module, the competences lie in the creative area.*

## Marketingkommunikation 2 / *Marketing Communication 2*

LV Nummer <i>Course number</i>	10725MAK201
LV Art <i>Course Type</i>	Integrierte Lehrveranstaltung <i>Integrated Course</i>
Semester	2
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	60
ECTS	6 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Online &amp; Social Media Marketing mit Schwerpunkt Kampagnen</li> <li>• Krisenkommunikation</li> <li>• Reputationsmanagement</li> <li>• Markenkommunikation &amp; Branding</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Online &amp; Social Media Marketing with focus on campaigns</i></li> <li>• <i>Crisis communication</i></li> <li>• <i>Reputation management</i></li> <li>• <i>Brand Communication &amp; Branding</i></li> </ul>



## ORE2

### Modul Online-Redaktion II / *Module Online Editing*

//

ECTS gesamt / total: 6 ECTS

### Kompetenzerwerb / *Competencies*

Die Studierenden erweitern ihr Wissen und ihre Kompetenzen aus ORE1 in Richtung audiovisueller Umsetzung. Sie sind - verknüpft mit den technisch-gestalterischen Kompetenzen aus UCD2 - firm im Umgang mit der redaktionellen/wirtschaftlichen Planung, Gestaltung und Umsetzung ebensolcher Beiträge, können selbst Videos fürs Social Web produzieren und Hochglanz-Produktionen bei externen Dienstleistern beauftragen - vom Briefing über die Konzeption bis hin zur Abnahme. Die Studierenden schärfen im Modul auch ihre Kompetenzen in redaktionellen Techniken mit Schwerpunkt Storytelling und Fragekompetenz, außerdem im Bereich Presstexten: die Schreibwerkstatt greift in diesem Modul in ORE1 erlernte Kompetenzen auf und erweitert sie bzw. wendet sie auf den Bereich der PR-relevanten Pressearbeit an.

*The students expand their knowledge and competences from ORE1 in the direction of audiovisual implementation. Combined with the technical and creative skills from UCD2, they are well versed in the editorial/economic planning, design and implementation of such contributions, can produce videos for the social web themselves and commission glossy productions from external service providers - from the briefing to the conception to the final approval. In this module, students also hone their skills in editorial techniques with a focus on storytelling and questioning skills, as well as in the area of press texts: in this module, the writing workshop picks up on skills learned in ORE1 and expands them or applies them to the area of PR-relevant press work.*

### Online-Redaktion 2 / *Online Editing 2*

LV Nummer <i>Course number</i>	10725ORE201
LV Art <i>Course Type</i>	Integrierte Lehrveranstaltung <i>Integrated Course</i>
Semester	2
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	60
ECTS	6 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Multimedia Storytelling, audiovisuelle Beiträge - redaktionelle Planung, Gestaltung, Umsetzung</li> <li>• Corporate/Image-Filme - Briefing, Konzeption, Abnahme</li> <li>• Redaktionelle Techniken - Storytelling, Interview</li> <li>• Schreibwerkstatt - effizientes und effektives Presstexten</li> <li>• Optional: Exkursion zu national und/oder international tätigen Crossmedia-Redaktionen in Medien, Organisationen, Unternehmen</li>   <li>• <i>Multimedia storytelling, audiovisual contributions - editorial planning, design, implementation</i></li> <li>• <i>Corporat/image films - briefing, conception, acceptance</i></li> <li>• <i>Editorial techniques - storytelling, interview</i></li> </ul>

- *Writing workshop - efficient and effective press releases*
- *Optional: Excursion to nationally and/or internationally active cross-media editorial offices in media, organisations, companies*

## UCD3

# Modul User Centered Design III / *Module User Centered Design III*

ECTS gesamt / total: 6 ECTS

## Kompetenzerwerb / *Competencies*

Methoden: Die Studierenden bauen direkt auf UCD1 (Grundlagen) und UCD2 (Anwendungen) auf - sie tauchen in die Experience-Grundlagen ein, Human Centered Design, Persuasion, Konzepte, Customer Journey, Personas und Empathy Maps. Sie vertiefen sich in Research & Evaluation: Im Zentrum steht der Produktentwicklungsprozess, darüber hinaus Expectation Management, UX-Methoden und Usability-Methoden. Parallel dazu werden die Studierenden kompetent im Umgang mit der zentralen Methode des Design Thinkings. In der Zusammenschau und Kombination aller UCD-Inhalte erlangen die Studierenden im finalen Part vertieftes Knowhow und Kompetenzen im Customer Experience Management, von den sogenannten "3 Vs" bis zum "5E" Experience Model.

*Methods: Students build directly on UCD1 (Fundamentals) and UCD2 (Applications) - diving into Experience Fundamentals, Human Centered Design, Persuasion, Concepts, Customer Journey, Personas and Empathy Maps. They delve into Research & Evaluation: the focus is on the product development process, in addition to Expectation Management, UX methods and Usability methods. Parallel to this, students become competent in the use of the central method of design thinking. In the final part, the students acquire in-depth know-how and competences in customer experience management, from the so-called "3 Vs" to the "5E" experience model, by combining all UCD contents.*

## User Centered Design 3

LV Nummer <i>Course number</i>	10725UCD301
LV Art <i>Course Type</i>	Integrierte Lehrveranstaltung <i>Integrated Course</i>
Semester	2
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	60
ECTS	6 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Experience - Human Centered Design, Persuasion, Konzepte, Customer Journey, Personas, Empathy Maps</li> <li>• Research &amp; Evaluation - Produktentwicklungsprozess, Expectation Management, UX-Methoden, Usability-Methoden</li> <li>• Design Thinking - Grundlagen, Einsatzszenarien, Umsetzung</li> <li>• Customer Experience Management - 3 Vs (Voice of Customer, Employee, Process), 5E Experience Model &amp; Journey Map, CX Strategy Canvas</li>   <li>• <i>Basics of Experience - Human Centered Design, Persuasion, Concepts, Customer Journey, Personas, Empathy Maps</i></li> <li>• <i>Research &amp; Evaluation - Product Development Process, Expectation Management, UX Methods, Usability Methods</i></li> <li>• <i>Design thinking - basics, application scenarios, implementation</i></li> </ul>

- *Customer Experience Management - 3 Vs (Voice of Customer, Employee, Process), 5E Experience Model & Journey Map, CX Strategy Canvas*

## MUW2

# Modul Medieninformatik und Webtechnologien II / Module Media Informatics and Web Technologies II

ECTS gesamt / total: 6 ECTS

## Kompetenzerwerb / Competencies

Die Studierenden sind trittsicher im Umgang mit HTML, CSS, Javascript und Ajax. Sie bespielen zur Anwendung eigene Webserver und erstellen HTML-Seiten inklusive CSS. Studierende können Dateien auf einen Webserver hochladen und Dienste in eigene Sites einbinden. Es werden unter anderem einfache JavaScript-Formulare programmiert. Die Studierenden kennen CMS-Varianten und Frameworks und können diese auswählen und einsetzen. Sie sind in die Bereiche Mobile, Responsive, technisches Design und App eingetaucht, haben dort vertiefende Kenntnisse erlangt und diese auch angewandt.

*The students are sure-footed in dealing with HTML, CSS, Javascript and Ajax. They use their own web servers and create HTML pages including CSS. Students can upload files to a web server and integrate services into their own sites. Among other things, simple JavaScript forms are programmed. Students know CMS variants and frameworks and can select and use them. They are immersed in the areas of mobile, responsive, technical design and app, have gained in-depth knowledge there and have also applied it.*

## Medieninformatik und Webtechnologien 2 / Media Informatics and Web Technologies 2

LV Nummer Course number	10725MUW201
LV Art Course Type	Integrierte Lehrveranstaltung Integrated Course
Semester	2
Lehreinheiten Teaching units	60
ECTS	6 ECTS
Bewertungsmethode Evaluation method	Immanenter Prüfungscharakter Continuous assessment
Lehrveranstaltungsinhalte Content	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HTML, CSS, Javascript und Ajax</li> <li>• CMS (Back end) - Übersicht, Auswahlprozess: Wordpress und weitere aktuelle CMS</li> <li>• Frameworks (Front end) - Anwendungszwecke, Überblick, Site-Einbindung, Plugin-Installation, Einblick in Programmierung</li> <li>• Mobile, Responsive, technisches Design und App</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>HTML, CSS, Javascript and Ajax</i></li> <li>• <i>CMS (back end) - overview, selection process: Wordpress and other current CMS</i></li> <li>• <i>Frameworks (front end) - application purposes, overview, site integration, plug-in installation, insight into programming</i></li> <li>• <i>Mobile, Responsive, Technical Design and App</i></li> </ul>

# CAP1

## Modul Capstone Project I

ECTS gesamt / total: 6 ECTS

### Kompetenzerwerb / Competencies

Die Studierenden setzen in diesem Modul den ersten Teil eines großen Praxisprojektes in einem selbstgewählten Schwerpunktfeld (Content, PR, Marketing, IT, UX) um, fachlich gecoacht von ExpertInnen aus dem jeweiligen Schwerpunktfeld - diese Umsetzung reicht insgesamt vom Briefing bis zur Evaluation. Sie erwerben Kompetenzen auf drei Ebenen: 1. inhaltlich im gewählten Schwerpunktbereich, 2. im Bereich der Konzeption und 3. im Projektmanagement nach internationalen Standards (IPMA). Zusätzlich trainieren die Studierenden ihre Kompetenzen im Bereich Präsentation und Strategie.

*In this module, students implement the first part of a large practical project in a field of their choice (content, PR, marketing, IT, UX), professionally coached by experts from the respective field - this implementation ranges from briefing to evaluation. They acquire competences on three levels: 1. in terms of content in the chosen focus area, 2. in the area of conception and 3. in project management according to international standards (IPMA). In addition, students train their competences in the area of presentation and strategy.*

### Capstone Project I

LV Nummer <i>Course number</i>	10725CAP101
LV Art <i>Course Type</i>	Projekt <i>Project</i>
Semester	2
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	30
ECTS	6 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planung, Umsetzung und Evaluation eines realen Praxisprojektes in einem selbstgewählten Schwerpunktfeld (Content, PR, Marketing, IT, UX)</li> <li>• Konzeption</li> <li>• Projektmanagement</li> <li>• Strategie</li> <li>• Präsentation &amp; Pitching</li>   <li>• <i>Planning, implementation and evaluation of a real-life practical project in a self-selected focus area (content, PR, marketing, IT, UX)</i></li> <li>• <i>Conceptual design</i></li> <li>• <i>Project management</i></li> <li>• <i>Strategy</i></li> <li>• <i>Presentation &amp; Pitching</i></li> </ul>

FEI1

## Modul FEI-Methoden / *Module RDI Methods*

ECTS gesamt / *total*: 6 ECTS

### Kompetenzerwerb / *Competencies*

Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse der Theorien und Modelle der Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Wirkungsforschung. Sie sind kompetent in der Anwendung derselben auf praxisnahe Fragestellungen der angewandten wissenschaftlichen Forschung. Die Studierenden sind mit den Grundlagen der Angewandten Statistik vertraut und in der Lage, Datenmaterial im Hinblick auf die genannten Fragestellungen zu analysieren. Der methodische Link dazu ist die angewandte empirische Sozialforschung - hier vertiefen sich die Studierenden im Hinblick auf ihre geplante Masterarbeit in die quantitativen und/oder qualitativen Methoden.

*Students deepen their knowledge of the theories and models of communication science with a focus on impact research. They are competent in applying these to practical issues of applied scientific research. The students are familiar with the basics of applied statistics and are able to analyse data material with regard to the named questions. The methodological link to this is applied empirical social research - here the students delve into quantitative and/or qualitative methods with regard to their planned Master's thesis.*

### FEI-Methoden / *RDI Methods*

LV Nummer <i>Course number</i>	10725FEI101
LV Art <i>Course Type</i>	Integrierte Lehrveranstaltung <i>Integrated Course</i>
Semester	3
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	60
ECTS	6 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Theorien und Modelle der Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Wirkungsforschung</li><li>• Angewandte Statistik und Datenanalyse</li><li>• Quantitative und Qualitative Methoden der empirischen Sozialforschung</li> <li>• <i>Theories and models of communication science with a focus on impact research</i></li><li>• <i>Applied statistics and data analysis</i></li><li>• <i>Quantitative and qualitative methods of empirical social research</i></li></ul>

## KRE1

# Modul Kommunikationsrecht und -ethik / *Module Communications Law and Ethics*

ECTS gesamt / total: 6 ECTS

## Kompetenzerwerb / *Competencies*

Die Studierenden haben vertiefte Kenntnisse in den Rechtsgebieten Urheber, Marken und Medien. Sie können Kommunikationssituationen rechtlich einschätzen und sind kompetent, die richtigen Rechtstexte zu Rate zu ziehen und diese in Folge korrekt anzuwenden. Dort, wo das Recht zum Schutz der Freiheiten bewusst keine Regelungen schafft, tritt die Ethik an seine Stelle. Entsprechend ist der zweite Teil des Moduls umfassend der Kommunikations- und Medienethik in den Bereichen Journalismus, PR und Werbung gewidmet. Die Studierenden tauchen tief in die entsprechenden Kodizes ein und werden mit ethisch korrektem Verhalten - basierend auf dem Konsens der jeweiligen Disziplin - vertraut gemacht und zur Reflexion im Hinblick auf ihre eigene Tätigkeit angeregt.

*Students have in-depth knowledge of the legal areas of copyright, trademarks and media. They can legally assess communication situations and are competent to consult the right legal texts and subsequently apply them correctly. Where the law deliberately does not create regulations to protect freedoms, ethics takes its place. Accordingly, the second part of the module is comprehensively dedicated to communication and media ethics in the fields of journalism, PR and advertising. Students are deeply immersed in the relevant codes and are familiarised with ethically correct behaviour - based on the consensus of the respective discipline - and encouraged to reflect with regard to their own activities.*

## Kommunikationsrecht und -ethik / *Communications Law and Ethics*

LV Nummer <i>Course number</i>	10725KRE101
LV Art <i>Course Type</i>	Integrierte Lehrveranstaltung <i>Integrated Course</i>
Semester	3
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	60
ECTS	6 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Urheberrecht</li><li>• Medienrecht</li><li>• Markenrecht</li><li>• Datenschutzrecht</li><li>• Kommunikations- und Medienethik</li> <li>• Copyright</li><li>• Media law</li><li>• Trademark law</li><li>• Data protection law</li><li>• Communication and media ethics</li></ul>



# COM1

## Modul Community Management

ECTS gesamt / total: 6 ECTS

### Kompetenzerwerb / Competencies

Die Studierenden sind in der Lage, Online Communities erfolgreich aufzubauen und zu managen bzw. zu moderieren und zu monitoren. Sie kennen die entsprechenden Tools und Anwendungsgebiete und sind mit den Fachtermini vertraut. Durch vertiefte Kenntnisse und Kompetenzen in der Kommunikationspsychologie werden zusätzliche wertvolle Aspekte ins Community Management integriert. Parallel dazu werden in diesem Modul die Kenntnisse und Kompetenzen im Bereich der Search Engines umfassend vertieft. Einerseits im Bereich SEO, der Optimization, andererseits im Bereich SEA, dem darüber hinausgehenden, ergänzenden Advertising. Hierzu werden auch spezifische Analytics-Kenntnisse vermittelt.

*Students are able to successfully set up and manage online communities and to moderate and monitor them. They know the corresponding tools and areas of application and are familiar with the technical terms. Additional valuable aspects are integrated into community management through in-depth knowledge and competences in communication psychology. In parallel, knowledge and competences in the area of search engines are comprehensively deepened in this module. On the one hand in the area of SEO, optimisation, and on the other hand in the area of SEA, complementary advertising. Specific analytics knowledge is also taught.*

### Community Management

LV Nummer <i>Course number</i>	10725COM101
LV Art <i>Course Type</i>	Integrierte Lehrveranstaltung <i>Integrated Course</i>
Semester	3
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	60
ECTS	6 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Community Management in Digitalen Medien - Moderation, Guidelines, User Generated Content, Social Media Monitoring</li> <li>• Kommunikations- und Marketingpsychologie</li> <li>• Search Engine Optimization (SEO)</li> <li>• Search Engine Advertising (SEA) &amp; Web Analytics</li>   <li>• <i>Community Management in Digital Media - moderation, guidelines, user generated content, social media monitoring</i></li> <li>• <i>Communication and marketing psychology</i></li> <li>• <i>Search Engine Optimisation (SEO)</i></li> <li>• <i>Search Engine Advertising (SEA) &amp; Web Analytics</i></li> </ul>

## MUW3

# Modul Medieninformatik und Webtechnologien III / Module Media Informatics and Web Technologies III

ECTS gesamt / total: 6 ECTS

## Kompetenzerwerb / Competencies

**Organisation und Anwendung:** Die Studierenden machen sich mit der Organisation der Webentwicklung und ihren Herausforderungen eingehend vertraut. Sie können die entsprechenden Tools einsetzen und kennen den Workflow. Im Bereich angewandter Webtechnologien tauchen sie in die Bereiche Advertising, Tracking, IT-Security und Datenschutz ein. Ein zentraler Aspekt des Moduls ist das IT-Projektmanagement. Aufbauend auf die Management/BWL-Grundlagen aus KML1 wird technisches und wirtschaftliches IT-Projektmanagement aufgesetzt. Elementar ist hier in beiden Bereichen das Pflichtenheft, weiters im technischen Feld UML und ERD, im wirtschaftlichen sind es Schätzmethode und Agile Management.

*Organisation and application: Students become thoroughly familiar with the organisation of web development and its challenges. They can use the corresponding tools and know the workflow. In the area of applied web technologies, they delve into the areas of advertising, tracking, IT security and data protection. A central aspect of the module is IT project management. Building on the management/business basics from KML1, technical and economic IT project management is set up. In both areas, the functional specification is elementary, as well as UML and ERD in the technical field, and estimation methods and agile management in the business field.*

## Medieninformatik und Webtechnologien 3 / Media Informatics and Web Technologies 3

LV Nummer <i>Course number</i>	10725MUW301
LV Art <i>Course Type</i>	Integrierte Lehrveranstaltung <i>Integrated Course</i>
Semester	3
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	60
ECTS	6 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organisation der Webentwicklung - Tools, Workflow, technische Herausforderungen</li> <li>• Angewandte Webtechnologien - Advertising, Tracking, IT-Security, Datenschutz</li> <li>• Technisches IT-Projektmanagement -UML, ERD, Pflichtenheft</li> <li>• Wirtschaftliches IT-Projektmanagement - Schätzmethode, Agile Management, Pflichtenheft</li>   <li>• <i>Organisation of web development - tools, workflow, technical challenges</i></li> <li>• <i>Applied web technologies - advertising, tracking, IT security, data protection</i></li> </ul>

- *Technical IT project management -UML, ERD, functional specifications*
- *Economic IT project management - estimation methods, agile management, functional specifications*

# SMA1

## Modul Seminar zur Masterarbeit I / SMA1

### Module Master Thesis Seminar I

ECTS gesamt / total: 6 ECTS

### Kompetenzerwerb / Competencies

Die Studierenden erstellen in diesem zweiteiligen Modul im 3. und 4. Semester in drei aufeinander aufbauenden Schritten die Struktur ihrer Masterarbeit. Dazu wird stets eine Vorabgabe erstellt, die im Hörsaal vorgestellt, diskutiert und mit Feedback versehen wird. Nach Überarbeitung wird dieser Teil erneut abgegeben und bewertet. Die drei Teile sind: Exposé, Struktur theoretischer Teil, Anlage empirischer Teil. Die Studierenden sind damit in der Lage, mit einer fundierten Struktur in den Betreuungsprozess der Masterarbeit einzutreten. Das Seminar dient in diesem Sinn zu Vorbereitung und Qualitätssicherung gleichermaßen.

*In this two-part module in the 3rd and 4th semesters, students create the structure of their Master's thesis in three consecutive steps. For this purpose, a preliminary submission is always made, which is presented in the lecture hall, discussed and provided with feedback. After revision, this part is handed in again and assessed. The three parts are: Exposé, theoretical part, empirical part. The students are thus able to enter the supervision process of the Master's thesis with a sound structure. In this sense, the seminar serves as preparation and quality assurance in equal measure.*

### Seminar zur Masterarbeit I / Master Thesis Seminar I

LV Nummer <i>Course number</i>	10725SMA101
LV Art <i>Course Type</i>	Seminar
Semester	3
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	15
ECTS	2 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellung der Struktur der Masterarbeit in drei Teilen/Phasen - hier:</li> <li>• 1. Exposé</li> <li>• 2. Inhaltsverzeichnis und Struktur theoretischer Teil</li>   <li>• <i>Creation of the structure of the Master's thesis in three parts/phases - here:</i></li> <li>• <i>1. exposé</i></li> <li>• <i>2. table of contents and structure of the theoretical part</i></li> </ul>

## CAP2

# Modul Capstone Project II / *Module Capstone Project II*

ECTS gesamt / total: 4 ECTS

## Kompetenzerwerb / *Competencies*

Die Studierenden setzen in diesem Modul den zweiten Teil eines großen Praxisprojektes in einem selbstgewählten Schwerpunktfeld (Content, PR, Marketing, IT, UX) um, fachlich gecoacht von ExpertInnen aus dem jeweiligen Schwerpunktfeld - diese Umsetzung reicht insgesamt vom Briefing bis zur Evaluation. Sie verfestigen Kompetenzen auf drei Ebenen: 1. inhaltlich im gewählten Schwerpunktbereich, 2. im Bereich der Konzeption und 3. im Projektmanagement nach internationalen Standards (IPMA). Zusätzlich trainieren die Studierenden auch in CAP2 ihre Kompetenzen im Bereich Präsentation und Strategie.

*In this module, the students implement the second part of a large practical project in a field of their choice (content, PR, marketing, IT, UX), professionally coached by experts from the respective field - this implementation ranges from briefing to evaluation. They consolidate competences on three levels: 1. in terms of content in the chosen focus area, 2. in the area of conception and 3. in project management according to international standards (IPMA). In addition, students also train their competences in the area of presentation and strategy in CAP2.*

## Capstone Project 2

LV Nummer <i>Course number</i>	10725CAP201
LV Art <i>Course Type</i>	Projekt <i>Project</i>
Semester	3
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	30
ECTS	4 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planung, Umsetzung und Evaluation eines realen Praxisprojektes in einem selbstgewählten Schwerpunktfeld (Content, PR, Marketing, IT, UX)</li> <li>• Konzeption</li> <li>• Projektmanagement</li> <li>• Strategie</li> <li>• Präsentation &amp; Pitching</li> <li>• Kommunikationsevaluation und -controlling</li>   <li>• <i>Planning, implementation and evaluation of a real-life practical project in a self-selected focus area (content, PR, marketing, IT, UX)</i></li> <li>• <i>Conceptual design</i></li> <li>• <i>Project management</i></li> <li>• <i>Strategy</i></li> <li>• <i>Presentation &amp; Pitching</i></li> <li>• <i>Communication evaluation and controlling</i></li> </ul>



## KML1

# Modul Kommunikationsmanagement und Leadership / *Module Communication Management and Leadership*

ECTS gesamt / total: 4 ECTS

## Kompetenzerwerb / *Competencies*

Die Studierenden sind mit den Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und des Managements vertraut und können diese ebenso wie neue Kenntnisse im Bereich Leadership auf die Kommunikationsbranche sowie innerhalb jener auf Innovationen anwenden. Sie erwerben vertiefte Kompetenzen in Verhandlungs- und Gesprächsführung. In Summe bereitet dieses Modul vielseitig und nachhaltig auf Führungspositionen bzw. Selbstständigkeit in Medien, Kommunikation und Marketing vor.

*Students are familiar with the basics of business administration and management and can apply these as well as new knowledge in the field of leadership to the communication industry and within it to innovations. They acquire in-depth competences in negotiation and conversation management. All in all, this module provides versatile and sustainable preparation for management positions or self-employment in media, communication and marketing.*

## Kommunikationsmanagement und Leadership / *Communication Management and Leadership*

LV Nummer <i>Course number</i>	10725KML101
LV Art <i>Course Type</i>	Integrierte Lehrveranstaltung <i>Integrated Course</i>
Semester	4
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	60
ECTS	4 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der BWL und des Managements mit Schwerpunkt Kommunikation und Medien</li> <li>• Leadership in der Kommunikationsbranche</li> <li>• Verhandlungs- und Gesprächsführung</li> <li>• Innovationsmanagement</li>   <li>• <i>Fundamentals of business administration and management with a focus on communication and media</i></li> <li>• <i>Leadership in the communication industry</i></li> <li>• <i>Negotiation and conversation skills</i></li> <li>• <i>Innovation management</i></li> </ul>

# SDM

## Modul Spezialthemen in Digitalen Medien / *Module Special Topics in Digital Media*

ECTS gesamt / total: 6 ECTS

### Kompetenzerwerb / Competencies

Das Modul beginnt mit der Vermittlung von aktuellen Kenntnissen zur Medien- und Kommunikationslandschaft mit Schwerpunkt Österreich und Digital. Die Studierenden tauchen auf dieser fundierten Grundlage in das aktuelle Berufsfeld Medien, Kommunikation, Marketing ein und reflektieren ihr Studium im Hinblick darauf Dialog mit Lehrenden und anderen Studierenden. Sie loten Potenziale aus und erkennen mögliche aktuelle wie künftige Karrierewege. Inspiriert wird diese Reflexion darüber hinaus durch neue Themen, die als mittelfristige Trendthemen bezeichnet werden können - von Marketing Automation bis hin zur sogenannten AI.

*The module begins by providing current knowledge of the media and communication landscape with a focus on Austria and digital. On this sound basis, students immerse themselves in the current professional field of media, communication, marketing and reflect on their studies with regard to this dialogue with teachers and other students. They sound out potentials and identify possible current and future career paths. Furthermore, this reflection is inspired by new topics that can be described as medium-term trend topics - from marketing automation to so-called AI.*

### Spezialthemen in Digitalen Medien / *Special Topics in Digital Media*

LV Nummer <i>Course number</i>	10725SDM01
LV Art <i>Course Type</i>	Integrierte Lehrveranstaltung <i>Integrated Course</i>
Semester	4
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	60
ECTS	6 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Career Master Talk": Berufsfeld Kommunikation aktuell</li> <li>• Digitale Medien- und Kommunikationslandschaft aktuell</li> <li>• Weiters spezielle Themen des Feldes Digitale Medien und Kommunikation, beispielsweise: Data Driven Marketing, Performance Marketing, Marketing Automation, Growth Hacking, Neuromarketing, Digital Advertising, Artificial Intelligence (AI) in der Kommunikationsbranche</li> <li>• Optional: Exkursion zu einem Hotspot der Digitalen Medien, beispielsweise Dublin</li> <li>• "Career Master Talk": <i>Communication as a professional field today</i></li> <li>• <i>Digital media and communication landscape up to date</i></li> <li>• <i>Furthermore, special topics in the field of digital media and communication, for example: Data Driven Marketing, Performance Marketing, Marketing Automation, Growth Hacking, Neuromarketing, Digital Advertising, Artificial Intelligence (AI) in the communication industry.</i></li> </ul>



- *Optional: Excursion to a digital media hotspot, for example Dublin*

## SMA2

### Modul Seminar zur Masterarbeit II / *Module Master Thesis Seminar II*

ECTS gesamt / total: 2 ECTS

#### Kompetenzerwerb / *Competencies*

Die Studierenden erstellen in diesem zweiteiligen Modul im 3. und 4. Semester drei aufeinander aufbauenden Schritten die Struktur ihrer Masterarbeit. Dazu wird stets eine Vorabgabe erstellt, die im Hörsaal vorgestellt, diskutiert und mit Feedback versehen wird. Nach Überarbeitung wird dieser Teil erneut abgegeben und bewertet. Die drei Teile sind: Exposé, Struktur theoretischer Teil, Anlage empirischer Teil. Die Studierenden sind damit in der Lage, mit einer fundierten Struktur in den Betreuungsprozess der Masterarbeit einzutreten. Das Seminar dient in diesem Sinn zu Vorbereitung und Qualitätssicherung gleichermaßen.

*In this two-part module in the 3rd and 4th semesters, the students create the structure of their Master's thesis in three consecutive steps. For this purpose, a preliminary submission is always made, which is presented in the lecture hall, discussed and provided with feedback. After revision, this part is handed in again and assessed. The three parts are: Exposé, theoretical part, empirical part. The students are thus able to enter the supervision process of the Master's thesis with a sound structure. In this sense, the seminar serves as preparation and quality assurance in equal measure.*

#### Seminar zur Masterarbeit 2 / *Master Thesis Seminar 2*

LV Nummer <i>Course number</i>	10725SMA201
LV Art <i>Course Type</i>	Integrierte Lehrveranstaltung <i>Integrated Course</i>
Semester	4
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	15
ECTS	2 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellung der Struktur der Masterarbeit in drei Teilen/Phasen - hier:</li> <li>• 3. Anlage empirischer Teil, Methode</li> <li>• <i>Preparation of the structure of the Master's thesis in three parts/phases - here:</i></li> <li>• <i>3. empirical part, method</i></li> </ul>

MA

## Modul Masterarbeit / *Module Master Thesis*

ECTS gesamt / *total*: 18 ECTS

### Kompetenzerwerb / *Competencies*

Die Studierenden setzen erlernte Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationsmethoden kompetent und vertieft in einer wissenschaftlichen Arbeit ein. Das Ergebnis ist eine theoretisch fundierte, in der zentralen Fragestellung praxisnahe Masterarbeit mit empirischen Forschungsteil. Es werden neue Erkenntnisse im Feld Digitale Medien und Kommunikation und verwandten Bereichen erschlossen. Die Studierenden zeigen ihre Fähigkeit zum eigenständigen wissenschaftlichen Arbeiten auf Masterniveau.

*The students use the research, development and innovation methods they have learned competently and in depth in a scientific thesis. The result is a theoretically well-founded Master's thesis with an empirical research component that is practice-oriented in its central question. New findings in the field of digital media and communication and related areas are developed. The students demonstrate their ability to work independently at Master's level.*

### Masterarbeit / *Master Thesis*

LV Nummer <i>Course number</i>	10725MA01
LV Art <i>Course Type</i>	Wissenschaftliche Arbeit <i>Thesis</i>
Semester	4
Lehreinheiten <i>Teaching units</i>	15
ECTS	18 ECTS
Bewertungsmethode <i>Evaluation method</i>	Immanenter Prüfungscharakter <i>Continuous assessment</i>
Lehrveranstaltungsinhalte <i>Content</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Selbständiges Erstellen einer wissenschaftlichen Arbeit mit individueller Betreuung</li><li>• <i>Independent writing of a scientific paper with individual supervision</i></li></ul>