

31020 - Crossmediale Entwicklungen

31020 - Crossmedia Trends

Allgemeine Informationen	
Modulkürzel oder Nummer	31020
Eindeutige Bezeichnung	XMedEntw-01-MA-M
Modulverantwortlich(e)	Prof. Dr. Wenke, Ann-Kathrin (ann-kathrin.wenke@haw-kiel.de)
Lehrperson(en)	Prof. Dr. Wenke, Ann-Kathrin (ann-kathrin.wenke@haw-kiel.de)
Wird angeboten zum	Sommersemester 2023
Moduldauer	1 Fachsemester
Angebotsfrequenz	Regelmäßig
Angebotsturnus	In der Regel im Sommersemester
Lehrsprache	Deutsch
Empfohlen für internationale Studierende	Nein
Ist als Wahlmodul auch für andere Studiengänge freigegeben (ggf. Interdisziplinäres Modulangebot - IDL)	Nein

Studiengänge und Art des Moduls (gemäß Prüfungsordnung)
Studiengang: M.A. - AK - Angewandte Kommunikationswissenschaft Modulart: Pflichtmodul Fachsemester: 1

Kompetenzen / Lernergebnisse
<i>Kompetenzbereiche: Wissen und Verstehen; Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen; Kommunikation und Kooperation; Wissenschaftliches Selbstverständnis/Professionalität.</i>
- Einblick und Verständnis der wesentlichen, durch die Medienkonvergenz bedingten Entwicklungen in der Medien- und Kommunikationsbranche - Einblick in den aktuellen Diskurs zur Entwicklung der Medienbranche anhand von Beispielen aus der Organisations- und Unternehmenskommunikation - Übertragen der Erkenntnisse auf unterschiedliche Kommunikationsbereiche (PR, Marketing, Journalismus) - Grundlagenwissen im Storytelling (Multimedia Storytelling, Transmedia Storytelling) und in crossmedial funktionierenden Medienformaten
- Anwendung und Vertiefung der theoretischen Kenntnisse in der Konzeption einer Crossmedia-Kampagne - Präsentation von Rechercheergebnissen und Konzepten
- Teamfähigkeit (Studierende müssen immer wieder Aufgaben im Team lösen) - Präsentationsfähigkeiten
- Kritische Reflexion der aktuellen Entwicklungen in der Medien- und Kommunikationsbranche

Angaben zum Inhalt	
Lehrinhalte	Die Medienkonvergenz verändert die Medien- und Kommunikationsbranche massiv. Begleitet werden diese Veränderungen von neuen Darstellungs- und Erzählformen, aber auch von neuen Plattformen sowie Nutzungsszenarien. Dies erfordert von den professionellen Medienakteuren neue Ansätze und Strategien. Die veränderten Bedingungen und Anforderungen sowie der Umgang damit werden im Modul exemplarisch anhand von Beispielen aus der Organisations- und Unternehmenskommunikation dargestellt. Die Studierenden lernen neue Formen der Arbeitsorganisation, Contentproduktion und -distribution kennen. Ein Schwerpunkt des Moduls liegt in neuen Formen des Erzählens, wie z. B. das Transmedia Storytelling. Ziel des Moduls ist es, dass die Studierenden die aktuellen Entwicklungen, die ihnen anhand von Praxisbeispielen nähergebracht werden, auf andere, für sie wichtige Kommunikationsbereiche wie PR und Marketing übertragen und auf die Ausarbeitung eigener Konzepte anwenden können.
Literatur	Wird im Semester bekanntgegeben.

Lehrformen der Lehrveranstaltungen	
Lehrform	SWS
Übung	4
Lehrvortrag	2

Arbeitsaufwand	
Anzahl der SWS	6 SWS
Leistungspunkte	10,00 Leistungspunkte
Präsenzzeit	72 Stunden
Selbststudium	228 Stunden

Modulprüfungsleistung	
Voraussetzung für die Teilnahme an der Prüfung gemäß PO	Keine
31020 - Portfolioprüfung	Prüfungsform: Portfolioprüfung Gewichtung: 100% wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: Nein Benotet: Ja

Sonstiges	
Sonstiges	Eine genaue Beschreibung der Modulprüfung wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben.