

31020 - Crossmediale Entwicklungen

31020 - Crossmedia Trends

General information	
Module Code	31020
Unique Identifier	XMedEntw-01-MA-M
Module Leader(s)	Prof. Dr. Wenke, Ann-Kathrin (ann-kathrin.wenke@haw-kiel.de)
Lecturer(s)	Prof. Dr. Wenke, Ann-Kathrin (ann-kathrin.wenke@haw-kiel.de)
Offered in Semester	Sommersemester 2023
Module duration	1 Semester
Occurrence frequency	Regular
Module occurrence	In der Regel im Sommersemester
Language	Deutsch
Recommended for international students	No
Can be attended with different study programme	No

Curricular relevance (according to examination regulations)
Study Subject: M.A. - AK - Angewandte Kommunikationswissenschaft Module type: Pflichtmodul Semester: 1

Qualification outcome
<i>Areas of Competence: Knowledge and Understanding; Use, application and generation of knowledge; Communication and cooperation; Scientific self-understanding / professionalism.</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

Content information	
Content	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.
Literature	Wird im Semester bekanntgegeben.

Teaching formats of the courses	
Teaching format	SWS
Übung	4
Lehrvortrag	2

Workload	
Number of SWS	6 SWS
Credits	10,00 Credits
Contact hours	72 Hours
Self study	228 Hours

Module Examination	
Examination prerequisites according to exam regulations	None
31020 - Portfolioprüfung	Method of Examination: Portfolioprüfung Weighting: 100% wird angerechnet gem. § 11 Absatz 2 PVO: No Graded: Yes

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