

Hochschule  
München  
University of  
Applied Sciences

Fakultät 05

# Modulhandbuch

Media Technology & Management

# H M M

## Inhaltsverzeichnis

Agile Innovationsmethoden (MW604-AIM)	3
Agile Produktentwicklung (MW-605-APE)	6
Erfolgreich verhandeln in den Emerging Markets (MW605-EM)	10
Generative KI in der Videoproduktion (MW-607-VKI)	13
Mobile App Engineering (MW-606-MAE)	17
Geschäftsmodelle (Teilmodul) (MP101-PMG (GM))	21
Unternehmensführung (Teilmodul) (MP101-PMG (UF))	24
Vertriebsmanagement (Teilmodul) (MP201-PMM (VTM))	27
Verhandlungskompetenz (Teilmodul) (MP202-FVK (VK))	30
Medienprojekt Management (MP300-MPM)	32
Ingenieurwissenschaftliche Methoden (MP400-IWM)	36
Technikforschung und -entwicklung (MP500-TFE)	39
Medienprojekt Technik I (MP600-MPT1)	42
Marketing (Teilmodul) (MP701-PMM (MKT))	46
Führungskompetenz (Teilmodul) (MP702-FVK (FK))	49
Masterarbeit (MP900-MAS)	53
Wahlpflichtmodule (MP800-WPM)	56
Management Accounting I (MW101-MAI)	57
Management Accounting II (MW102-MAII)	61
Unternehmenssimulation (MW103-USIM)	65
Corporate Identity und Brand Management (MW104-CI)	69
Crossmediales Design (MW105-CMD)	73
Interface Design (MW106-ID)	76
Entwicklung und Optimierung von Druckprozessen und -produkten (MW107-EODP)	79
Modern Printing Technologies (MW108-MPT)	82
Design of Experiments (MW109-DOE)	85
Marketing Case Studies (MW110-MKCS)	88
Digital Marketing Management (MW111-MCS)	91
Mediation (MW112-MED)	94
Globalisierung, Nachhaltigkeit und CSR I (MW201-GNC1)	97
Globalisierung, Nachhaltigkeit und CSR II (MW202-GNC2)	100
Projektmanagement nach GPM/IPMA Standard (MW203-GPM)	102
Emerging Trends and Technologies in Graphic Communication (MW302-AT)	106

## Agile Innovationsmethoden (MW604-AIM)

Modulbezeichnung	Agile Innovationsmethoden
Kürzel	MW604-AIM
Studiensemester	
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	12
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Markus Stäuble
Dozent:innen	Markus Stäuble

Lehrinhalte	<p>Das Modul <b>Agile Innovationsmethoden</b> vermittelt ein fundiertes Verständnis agiler Prinzipien und deren Anwendung in der <b>Innovationsentwicklung</b>. Zentrale Frameworks wie <b>Scrum</b>, <b>Kanban</b> und <b>Lean Startup</b> stehen im Fokus, um Studierenden die Vielfalt und Anpassungsfähigkeit agiler Methoden aufzuzeigen. Besondere Bedeutung erhält <b>Design Thinking</b> als Innovationsmotor, der Kreativität und systematisches Problemlösen verbindet, um benutzerzentrierte Lösungen zu entwickeln. Die Lehrinhalte decken die Grundlagen agiler Methoden ab, von der Einführung über spezifische Rollen und Prozesse bis hin zur praktischen Umsetzung in Projekten.</p> <p>Die Skalierung agiler Methoden, die Schaffung einer agilen Kultur und Aspekte des agilen Leaderships sind weitere wichtige Themen.</p> <p>Die Themen werden anhand eines konkreten <b>Projekts</b> erarbeitet.</p> <p>Dieses Modul richtet sich an Studierende, die moderne Projektmanagement-Techniken erlernen und in der Lage sein möchten, agile Methoden zur Förderung von Innovation und Effizienz in Organisationen einzusetzen.</p>
-------------	--

Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	
Verwendung des Moduls	
Prüfungsform	Modularbeit
Lehrform	SU, Ü, Pr, S, Proj
Lehrmethoden	<p>Präsenzlehre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag mit Beamer, Tafel, Flipchart, Online-Whiteboard</li> <li>• Teilnehmervorträge</li> <li>• Gruppenarbeit</li> <li>• Übungen im Computerlabor</li> <li>• Exkursion</li> </ul> <p>Online-Lehre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Synchroner Online-Verlesung</li> <li>• Synchroner Online-Praktika</li> <li>• Einsatz digitaler Kollaborationswerkzeugen</li> </ul> <p>E-Learning:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrvideos für ausgewählte Vorlesungsinhalte</li> <li>• Interaktives Vorlesungs-Skript zu ausgewählten Inhalten</li> <li>• Übungsblätter für die Vertiefung</li> <li>• Begleitender Kurs in einem Learning Management System</li> </ul>
Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.

## Agile Produktentwicklung (MW-605-APE)

Modulbezeichnung	Agile Produktentwicklung
Kürzel	MW-605-APE
Studiensemester	
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	12
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Markus Stäuble
Dozent:innen	Markus Stäuble

<p>Lehrinhalte</p>	<p>Im Modul Agile Produktentwicklung wird erarbeitet, wie aus vorhandenen oder zu erstellenden Prototypen marktreife Produkte gestaltet werden können.</p> <p>Im Rahmen dieses Moduls werden je nach Stand des zu entwickelnden Produkts folgende Themen behandelt:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Design Thinking</li><li>• SCRUM</li><li>• Kanban</li><li>• Lean Startup</li><li>• Minimum Viable Product</li><li>• Produktmanagement</li><li>• Produktmarketing</li><li>• Produktlebenszyklus</li><li>• Rapid Prototyping</li><li>• Crowdfunding</li></ul> <p>Die Bearbeitung erfolgt mit der Methode PBL (Project Based Learning) anhand einer konkreten Aufgabenstellung.</p>
--------------------	---

<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Fachkompetenz:</b></p> <p>Nach dem Besuch dieses Moduls sind Studierende in der Lage, die wichtigsten Aspekte des Produktmanagements zu benennen und Teilaspekte davon selbstständig durchzuführen. Außerdem sind Studierende nach dem Modul im Stande, Methoden zu benennen, um die Marktreife eines Produkts zu testen. Darüber hinaus können Studierende ein Marketingkonzept für den Launch eines Produkts erstellen.</p> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <p>Die Studierenden werden dazu befähigt sich im Team zu organisieren und sich entsprechend ihrer Stärken einzubringen.</p> <p><b>Sozialkompetenz:</b></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, interdisziplinär in Teams zusammenzuarbeiten. Weiterhin lernen die Studierenden wertschätzendes und konstruktives Feedback zu nehmen und zu geben.</p> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <p>Die Studierenden werden dazu befähigt sich im Team zu organisieren und sich entsprechend ihrer Stärken einzubringen.</p> <p><b>Sozialkompetenz:</b></p> <p>Die Studierenden sind in der Lage, interdisziplinär in Teams zusammenzuarbeiten. Weiterhin lernen die Studierenden wertschätzendes und konstruktives Feedback zu nehmen und zu geben.</p>
<p>Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung</p>	
<p>Verwendung des Moduls</p>	
<p>Prüfungsform</p>	<p>Modularbeit</p>

Lehrform	SU, Ü, Pr, S, Proj
Lehrmethoden	<p><b>Präsenzlehre:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag mit Beamer, Tafel, Flipchart, Online-Whiteboard</li> <li>• Teilnehmervorträge</li> <li>• Gruppenarbeit</li> <li>• Übungen im Computerlabor</li> <li>• Exkursion</li> </ul> <p><b>Online-Lehre:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Synchroner Online-Verlesung</li> <li>• Synchroner Online-Praktika</li> <li>• Einsatz digitaler Kollaborationswerkzeugen</li> </ul> <p><b>E-Learning:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrvideos für ausgewählte Vorlesungsinhalte</li> <li>• Interaktives Vorlesungs-Skript zu ausgewählten Inhalten</li> <li>• Übungsblätter für die Vertiefung</li> <li>• Begleitender Kurs in einem Learning Management System</li> </ul>
Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.

## Erfolgreich verhandeln in den Emerging Markets (MW605-EM)

Modulbezeichnung	Erfolgreich verhandeln in den Emerging Markets
Kürzel	MW605-EM
Studiensemester	
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	20
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Sabine Wölflick
Dozent:innen	Ulrich Ringelberg

Lehrinhalte	<p><b>Fachkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nach der Teilnahme an den Modulveranstaltungen sind die Studierenden in der Lage fremde Länder / Kulturen neutral zu analysieren und für sich einzuordnen.</li><li>• Fehler bei der Annäherung im privaten oder geschäftlichen Umfeld möglichst zu vermeiden und sich immer gut vorzubereiten bzw. sich vorab zu informieren.</li></ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Die Studierenden bedienen sich ingenieurtechnischer Methoden und sind dadurch befähigt zur wissenschaftlich fundierten Arbeit in der beruflichen Zukunft.</li></ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Die Studierenden wenden nicht nur eine wissenschaftliche Arbeitsweise an, sondern sind auch in der Lage das erworbene Wissen eigenverantwortlich zu vertiefen.</li></ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Die Studierenden sind fähig zum offenen Austausch und Dialog in der künftigen Arbeitswelt.</li></ul>
-------------	---

<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Fachkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden wissen, in welchem Studiengang sie eingeschrieben sind.</li> <li>• Die Studierenden können die Namen von mindestens fünf Professor:innen nennen.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden finden den Weg in die Hochschule.</li> <li>• Die Studierenden können den Zeitpunkt ihrer Lehrveranstaltung herausfinden.</li> <li>• Die Studierenden finden die Bibliothek.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können andere um Rat fragen.</li> <li>• Die Studierenden gehören mindestens drei Social Media Plattformen an.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden kennen Ihren Anmeldenamen.</li> </ul>
<p>Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung</p>	
<p>Verwendung des Moduls</p>	
<p>Prüfungsform</p>	<p>Modularbeit</p>
<p>Lehrform</p>	<p>SU</p>
<p>Lehrmethoden</p>	
<p>Literatur</p>	<p>Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.</p>

## Generative KI in der Videoproduktion (MW-607-VKI)

Modulbezeichnung	Generative KI in der Videoproduktion
Kürzel	MW-607-VKI
Studiensemester	
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	12
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Markus Stäuble
Dozent:innen	

Lehrinhalte	<p>Das Modul "Generative KI in der Videoproduktion" konzentriert sich auf den Einsatz generativer Künstlicher Intelligenz (KI) in der Erstellung von Videomaterial. Im Rahmen dieses Moduls werden die Studierenden ein umfassendes Verständnis darüber entwickeln, wie generative KI-Technologien in verschiedenen Phasen der Videoproduktion eingesetzt werden können, von der Konzeption über die Erstellung bis hin zum Schnitt.</p> <p>Die Inhalte des Moduls umfassen:</p> <ol style="list-style-type: none"><li><b>1. Einführung in die Grundlagen der KI:</b> Ein Überblick über die grundlegenden Konzepte der künstlichen Intelligenz und deren Anwendung in der digitalen Medienproduktion.</li><li><b>2. Erkundung von KI-Tools für die Videoproduktion:</b> Eine detaillierte Untersuchung spezifischer Tools für die Erstellung von Text, Audio, Videomaterial, und Grafiken.</li><li><b>3. Prompt Engineering:</b> Techniken und Strategien zur effektiven Interaktion mit KI-Systemen durch präzise Prompt-Gestaltung.</li><li><b>4. Videobearbeitung und Schnitt:</b> Grundlagen und fortgeschrittene Techniken der Videobearbeitung, einschließlich der Nutzung von Adobe Premiere zur Integration verschiedener Medienelemente in ein kohärentes Endprodukt.</li><li><b>5. Projektarbeit:</b> Erstellung eines selbst konzipierten Videos.</li></ol>
-------------	---

<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p>Nach Abschluss dieses Moduls sollen die Studierenden in der Lage sein:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Grundlegende und fortgeschrittene Konzepte der generativen KI zu verstehen</b> und deren Anwendungsmöglichkeiten in der Videoproduktion zu erkennen.</li> <li>2. <b>Verschiedene KI-Tools effektiv einzusetzen</b>, um Text, Audio, Videomaterial und Grafiken für Videoproduktionen zu erstellen.</li> <li>3. <b>Prompt Engineering Techniken anzuwenden</b>, um die gewünschten Ergebnisse von KI-generierten Inhalten zu erzielen.</li> <li>4. <b>Professionelle Videobearbeitungsfähigkeiten zu entwickeln</b>, einschließlich des Schnitts und der Zusammenführung von Medienelementen mit Adobe Premiere.</li> <li>5. <b>Ein vollständiges Videoprojekt eigenständig zu planen, zu erstellen und umzusetzen</b>, unter Integration von KI-generierten Inhalten.</li> </ol> <p>Das Modul zielt darauf ab, Studierende mit den Fähigkeiten und dem Wissen auszustatten, um in der schnell wachsenden Branche der digitalen Medienproduktion, insbesondere in Bereichen, die den Einsatz von KI-Technologien erfordern, erfolgreich zu sein.</p>
<p>Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung</p>	
<p>Verwendung des Moduls</p>	
<p>Prüfungsform</p>	<p>Modularbeit</p>
<p>Lehrform</p>	<p>SU, Ü, Pr, S, Proj</p>

<p>Lehrmethoden</p>	<p>Präsenzlehre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag mit Beamer, Tafel, Flipchart, Online-Whiteboard</li> <li>• Teilnehmervorträge</li> <li>• Gruppenarbeit</li> <li>• Übungen im Computerlabor</li> <li>• Exkursion</li> </ul> <p>Online-Lehre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Synchroner Online-Verlesung</li> <li>• Synchroner Online-Praktika</li> <li>• Einsatz digitaler Kollaborationswerkzeugen</li> </ul> <p>E-Learning:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrvideos für ausgewählte Vorlesungsinhalte</li> <li>• Interaktives Vorlesungs-Skript zu ausgewählten Inhalten</li> <li>• Übungsblätter für die Vertiefung</li> <li>• Begleitender Kurs in einem Learning Management System</li> </ul>
<p>Literatur</p>	<p>Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.</p>

## Mobile App Engineering (MW-606-MAE)

Modulbezeichnung	Mobile App Engineering
Kürzel	MW-606-MAE
Studiensemester	
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	12
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Markus Stäuble
Dozent:innen	Christian Luidl

Lehrinhalte	<p>Das Modul <b>Mobile App Engineering</b> zielt darauf ab, Studierenden <b>ohne</b> vorherige Programmierkenntnisse die Grundlagen und fortgeschrittenen Konzepte der mobilen Anwendungsentwicklung zu vermitteln.</p> <p>Die Studierenden lernen, wie man eine <b>responsive</b> und <b>plattformübergreifende</b> mobile App von der Idee bis zur Implementierung entwickelt. Dabei steht die Benutzeroberfläche (Frontend) im Vordergrund, um eine gute Bedienbarkeit auf verschiedenen Plattformen zu gewährleisten.</p> <p><b>Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls können die Studierenden:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Die Grundlagen des Designs und der Entwicklung mobiler Anwendungen verstehen.</li><li>• Eine mobile Anwendung planen und ein Konzept erstellen, das die Anforderungen und Bedürfnisse der Benutzer berücksichtigt.</li><li>• Responsives Design anwenden, um eine konsistente Benutzererfahrung auf verschiedenen Gerätegrößen zu gewährleisten.</li><li>• Plattformübergreifende Entwicklungswerkzeuge und -frameworks nutzen, um eine mobile Anwendung zu erstellen, die auf verschiedenen Betriebssystemen funktioniert.</li></ul>
-------------	--

Angestrebte Lernergebnisse

**Fachkompetenz**

- Die Studierenden kennen die Grundprinzipien und Werkzeuge für die Entwicklung mobiler Anwendungen, einschließlich responsivem Design und plattformübergreifender Entwicklungstechniken.
- Sie verstehen die Konzepte der Benutzererfahrung (UX) und der Benutzerschnittstelle (UI), sowie die Bedeutung einer benutzerzentrierten Entwicklung.
- Die Studierenden sind in der Lage, Entwicklungswerkzeuge und -frameworks effektiv einzusetzen, um responsive und plattformübergreifende mobile Apps zu erstellen.

**Methodenkompetenz**

- Sie können Benutzeranforderungen analysieren und in funktionale Spezifikationen umsetzen.
- Die Studierenden sind fähig, ihre entwickelten Anwendungen kritisch zu evaluieren, insbesondere im Hinblick auf Benutzerfreundlichkeit, Performance und Sicherheitsaspekte.
- Sie können eigenständig mobile Anwendungen von der Konzeption bis zur Implementierung entwickeln, die auf verschiedenen Geräten und Plattformen funktionieren.

**Sozialkompetenz**

- Die Studierenden lernen, effektiv in Teams zu arbeiten und ihre Ideen und Lösungen klar und verständlich zu präsentieren.
- Sie entwickeln die Fähigkeit zur Zusammenarbeit in Gruppen, um gemeinsame Projekte zu planen, durchzuführen und zu präsentieren.

**Selbstkompetenz**

- Die Studierenden sind in der Lage, den eigenen Lern- und Entwicklungsprozess zu reflektieren, Feedback konstruktiv zu nutzen und ihre Lernstrategien entsprechend anzupassen.
- Sie entwickeln die Fähigkeit, selbstgesteuert zu lernen und Probleme eigenständig zu lösen.

Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	
Verwendung des Moduls	
Prüfungsform	Modularbeit
Lehrform	SU, Ü, Pr, S, Proj
Lehrmethoden	<p><b>Präsenzlehre:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag mit Beamer, Tafel, Flipchart, Online-Whiteboard</li> <li>• Teilnehmervorträge</li> <li>• Gruppenarbeit</li> <li>• Übungen im Computerlabor</li> <li>• Exkursion</li> </ul> <p><b>Online-Lehre:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Synchroner Online-Verlesung</li> <li>• Synchroner Online-Praktika</li> <li>• Einsatz digitaler Kollaborationswerkzeugen</li> </ul> <p><b>E-Learning:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrvideos für ausgewählte Vorlesungsinhalte</li> <li>• Interaktives Vorlesungs-Skript zu ausgewählten Inhalten</li> <li>• Übungsblätter für die Vertiefung</li> <li>• Begleitender Kurs in einem Learning Management System</li> </ul>
Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.

## Geschäftsmodelle (Teilmodul) (MP101-PMG (GM))

Modulbezeichnung	Geschäftsmodelle (Teilmodul)
Kürzel	MP101-PMG (GM)
Studiensemester	1
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	25
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 22.5 Stunden Eigenstudium: 67.5 Stunden
Kreditpunkte	3 ECTS
Unterrichtszeit	2 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Pflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Martin Delp
Dozent:innen	Martin Delp
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kennzeichen von Geschäftsmodellen</li> <li>• Bedeutung von Geschäftsmodellen</li> <li>• Vorgehen zur Entwicklung von Geschäftsmodellen</li> <li>• Analyse typischer Geschäftsmodelle für Produkte der Medienbranche</li> <li>• Konzeption eines Businessplans</li> <li>• Bewertung eines Businessplans (aus der Sicht verschiedener Stakeholder)</li> </ul>

<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Fachkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können die Kennzeichen eines Geschäftsmodells beschreiben und zur Analyse vorhandener Geschäftsmodelle bzw. zur Analyse von Businessplänen anwenden.</li> <li>• Die Studierenden können einen (einfachen) Businessplans als Grundlage einer Innovationsprojektes, eines Produktidee oder einer Unternehmensgründung erstellen.</li> <li>• Die Studierenden könne den möglichen Markterfolges eines Produktes oder einer Dienstleistung einschätzen und ggf. angepasste Geschäftsmodellkonzeptionen entwickeln.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden verfügen über einen Methodenbaukasten zur Prüfung und Entwicklung von Geschäftsideen.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind in der Lage, Geschäftsideen selbstkritisch zu reflektieren und ggf. zu verbessern.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden wenden die erlernten betriebswirtschaftliche Methoden und Informationsmittel in Teamarbeit unter Unsicherheit an.</li> </ul>
<p>Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung</p>	<p>keine</p>
<p>Verwendung des Moduls</p>	<p>Technische Studiengänge mit betriebswirtschaftlichem Schwerpunkt</p>
<p>Prüfungsform</p>	<p>Schriftliche Prüfung, 60 min</p>
<p>Lehrform</p>	<p>2 SWS SU</p>

<p>Lehrmethoden</p>	<p>Präsenzlehre</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag (Präsenz und Online-Präsenz) mit Beamer, Tafel, Flipchart, Online-Whiteboard</li> <li>• Teilnehmervorträge</li> <li>• Gruppenarbeit</li> <li>• Übungen</li> <li>• Exkursionen</li> </ul> <p>E-Learning</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrvideos für ausgewählte Vorlesungsinhalte</li> <li>• Digitales Vorlesungsskript</li> <li>• Begleitender Kurs in einem Learning-Management-System</li> </ul>
<p>Literatur</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves (2011): <i>Business Model Generation</i>, Campus</li> <li>• Stutely, Richard (2007): <i>Der professionelle Businessplan</i>, Pearson</li> <li>• Hoffmeister, Christian (2022): <i>Digital Business Modelling</i>, Hanser</li> <li>• Bland, David; Osterwalder, Alex (2020): <i>Testing Business Ideas</i>, campus</li> </ul>
<p>Besondere Hinweise</p>	<p>Lehrunterlagen, Fallstudien und Prüfungsunterlagen werden (teilweise) in Englisch zur Verfügung gestellt. Lehrveranstaltung und/oder Prüfung kann bei Bedarf in Englisch durchgeführt werden.</p>

## Unternehmensführung (Teilmodul) (MP101-PMG (UF))

Modulbezeichnung	Unternehmensführung (Teilmodul)
Kürzel	MP101-PMG (UF)
Studiensemester	1
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	25
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 22.5 Stunden Eigenstudium: 67.5 Stunden
Kreditpunkte	3 ECTS
Unterrichtszeit	2 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch (englische Fachliteratur)
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Pflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Martin Delp
Dozent:innen	Martin Delp
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Normative Unternehmensführung</li> <li>• Grundlagen des strategischen Managements auf Unternehmensebene und Geschäftsfeldebene</li> <li>• Bewertung von Strategiealternativen</li>   <li>• Gestaltung leistungsfähiger Systemstrukturen</li> <li>• Methoden der Informationsgewinnung</li> <li>• Planung und Kontrolle</li> </ul>

<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Fachkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden kennen Möglichkeiten und Einflußnahmen zur Gestaltung, Steuerung und Überwachung von Unternehmen in der Medienbranche und können die Maßnahmen in ihrer Wirksamkeit einschätzen können. Dabei geht es sowohl um die Einschätzung von Einzelmaßnahmen als auch um die Kombination von Handlungsansätzen.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden kennen Methoden zur Analyse und Beschreibung normativer und strategischer Ziele und zur Umsetzung strategischer Maßnahmenbündel.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden kennen die potentiellen Konflikte in der Priorisierung von individuellen und organisationalen Zielen, können zwischen Wertekonflikten, Zielkonflikten und Vorgehenskonflikten unterscheiden und angepassten Lösungskonzepte entwickeln.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden erkennen die Überlagerung von Zielen der handelnden Personen, können Teilziele analysieren und abgestimmte Maßnahmenbündel unter Berücksichtigung individueller Erwartungen entwickeln.</li> </ul>
<p>Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung</p>	<p>keine</p>
<p>Verwendung des Moduls</p>	<p>Technische Studiengänge mit betriebswirtschaftlichem Schwerpunkt</p>
<p>Prüfungsform</p>	<p>Schriftliche Prüfung, 60 min</p>
<p>Lehrform</p>	<p>2 SWS SU</p>

<p>Lehrmethoden</p>	<p>Präsenzlehre</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag (Präsenz und Online-Präsenz) mit Beamer, Tafel, Flipchart, Online-Whiteboard</li> <li>• Teilnehmervorträge</li> <li>• Gruppenarbeit</li> <li>• Übungen</li> <li>• Exkursionen</li> </ul> <p>E-Learning</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrvideos für ausgewählte Vorlesungsinhalte</li> <li>• Digitales Vorlesungsskript</li> <li>• Begleitender Kurs in einem Learning-Management-System</li> </ul>
<p>Literatur</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hungenberg, Harald (2014): <i>Strategisches Management in Unternehmen</i>, Gabler</li> <li>• Dillerup, Ralf; Stoi, Roman (2016): <i>Unternehmensführung</i>, Vahlen</li> </ul>
<p>Besondere Hinweise</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrunterlagen, Fallstudien und Prüfungsunterlagen werden (teilweise) in Englisch zur Verfügung gestellt.</li> <li>• Lehrveranstaltung und/oder Prüfung kann bei Bedarf in Englisch durchgeführt werden.</li> </ul>

## Vertriebsmanagement (Teilmodul) (MP201-PMM (VTM))

Modulbezeichnung	Vertriebsmanagement (Teilmodul)
Kürzel	MP201-PMM (VTM)
Studiensemester	2
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	25
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 22.5 Stunden Eigenstudium: 67.5 Stunden
Kreditpunkte	3 ECTS
Unterrichtszeit	2 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Pflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Sabine Wölflick
Dozent:innen	Sabine Wölflick

<p>Lehrinhalte</p>	<p><b>Qualifizierung der Studierenden als Vertriebsingenieure mit folgenden Themen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persönlichkeitstypologien</li> <li>• Neukundenakquise</li> <li>• Wie Kunden denken</li> <li>• IT-Werkzeuge des Vertriebs</li> <li>• Kommunikationstechniken für Top-Verkäufer</li> <li>• Verhandlungen sicher führen</li> <li>• Digitalisierung (Sales 4.0)</li> <li>• Verkaufsgespräche erfolgreich führen</li> <li>• Buying Center</li> <li>• Reporting, Planung und Forecast</li> </ul> <p><b>Außerdem Vorträge externer Referenten:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertriebsingenieur erzählt aus seiner täglichen Praxis</li> <li>• Verkaufstrainer schult Studierende in Gesprächsführung</li> </ul>
<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Fachkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nach dem Besuch der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, im technischen Vertrieb beruflich Fuß zu fassen.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind befähigt, in jeglicher Geschäftssituation ihre Gesprächspartner auf der Basis von Persönlichkeitstypologien einzuschätzen und somit die richtige Verhandlungs- und Verkaufsstrategie zu wählen.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können sich Vertriebs-Sachverhalte selbstständig erschließen und sich eigenständig organisieren.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Lehrveranstaltung befähigt die Studierenden, ihre Arbeitsergebnisse zielgruppengerecht und verständlich zu präsentieren. Sie sind weiterhin in der Lage, interdisziplinär in Teams zusammen zu arbeiten.</li> </ul>

Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	keine
Verwendung des Moduls	Ingenieurwissenschaftliche und betriebswissenschaftliche Masterstudiengänge
Prüfungsform	Portfolio-Mappe - zusammen mit Teilmodul Marketing
Lehrform	2 SWS SU
Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag mit Beamer, Flipchart &amp; Tafel (Präsenz &amp; digital)</li> <li>• Übungen in Gruppenarbeit (Präsenz &amp; digital)</li> <li>• begleitender Moodle-Kurs mit Vorlesungsunterlagen &amp; Zusatzmaterialien (Videos, Case Studies und aktuellen Zeitschriftenartikeln)</li> </ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wenski Guido (2019): <i>Lösungsorientiert verhandeln im Technischen Vertrieb - Grundlagen, Strategien und Tipps für faire Geschäfte</i>, Springer Gabler</li> <li>• Esters Olaf (2018): <i>Kompaktkurs Verkaufen im B2B</i>, Springer Gabler</li> <li>• Unger Thomas (2020): <i>Mehr verkaufen im Technischen Vertrieb Thomas Unger Mit Spaß, Struktur und Selbstsicherheit zum Abschluss</i>, Springer Gabler</li> </ul>

## Verhandlungskompetenz (Teilmodul) (MP202-FVK (VK))

Modulbezeichnung	Verhandlungskompetenz (Teilmodul)
Kürzel	MP202-FVK (VK)
Studiensemester	2
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	25
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 22.5 Stunden Eigenstudium: 67.5 Stunden
Kreditpunkte	3 ECTS
Unterrichtszeit	2 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Pflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Sabine Wölflick
Dozent:innen	Sandra Ibrom
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Verhandlungsführung</li> <li>• Grundlagen der kooperativen und integrativen Verhandlung</li> <li>• Das Harvard Verhandlungsmodell</li> <li>• Abwehr von Manipulationsversuchen</li> <li>• Wertschätzende Kommunikation</li> <li>• Verhandlungsvorbereitung</li> <li>• Erfolgreicher Verhandlungsabschluss</li> </ul>

Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	keine
Verwendung des Moduls	Ingenieurwissenschaftliche und betriebswissenschaftliche Masterstudiengänge
Prüfungsform	Studienarbeit, Mindestumfang 10 Seiten DIN A4
Lehrform	2 SWS SU
Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag</li> <li>• Industriereferenten</li> <li>• Tafel, Beamer, Flipchart, Metaplan, etc.</li> <li>• Gruppenarbeit</li> <li>• Übungen</li> </ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erbacher, Christian (2018): <i>Grundzüge der Verhandlungsführung</i>, Vdf Hochschulverlag</li> </ul>

## Medienprojekt Management (MP300-MPM)

Modulbezeichnung	Medienprojekt Management
Kürzel	MP300-MPM
Studiensemester	1
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	25
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 67.5 Stunden Eigenstudium: 112.5 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	6 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Pflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Martin Delp
Dozent:innen	alle Professor:innen DMT

Lehrinhalte	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Grundlegende Konzepte und Methoden des operativen Projektmanagements.</li><li>2. Praxisnahe Problemstellung aus der Führung von Unternehmen oder Unternehmensteilen, die nach Möglichkeit in Kooperation mit einem Branchenunternehmen bearbeitet wird. Die Problemstellung kommt z.B. aus den Bereichen Marketing, Geschäftsmodelle, Organisation, Prozesse, Logistik, Rechnungswesen, usw.</li></ol> <p>Die Aufgabenstellung wird in typischen Projektschritten bearbeitet:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Auswahl von geeigneten Projektmanagement-Methoden</li><li>• Definition des Projektziels und Festlegung der Anforderungen sowie Strukturierung der Projektinhalte</li><li>• Einrichten von Arbeitspaketen und Festlegen von Verantwortlichkeiten unter den Teammitgliedern</li><li>• Beschaffung und Auswertung von Information</li><li>• Erarbeitung, Bewertung und Auswahl von Lösungen (ggf. in schrittweiser Vertiefung)</li><li>• Erstellen einer Dokumentation und einer Präsentation</li><li>• Reflexion der Projektarbeit (Kommunikation, Arbeitsteilung; Vorgehen, Zusammenarbeit, Ergebnisse)</li></ul>
-------------	---

Angestrebte Lernergebnisse	<p><b>Fachkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden wiederholen und vertiefen das fachliche Vorwissen praxisnah.</li> <li>• Sie wenden ihre Kenntnisse über den Ablauf und die Methoden zur Steuerung von Projekten an.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden wenden Methoden zur systematischen Lösung von wirtschaftlichen Problemstellungen in der Printtechnologie an und bewerten die dabei erhaltenen Ergebnisse.</li> <li>• Sie optimieren wirtschaftlich-organisatorische Problemlösungen unter Berücksichtigung technischer Rahmenbedingungen.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind in der Lage, eine Aufgabenstellung in kleinen Gruppen selbständig zu analysieren, zu strukturieren sowie praxisgerecht zu lösen.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind befähigt zur Selbstorganisation, Kommunikation und Kooperation im Team.</li> <li>• Sie diskutieren kritisch, überzeugen Andere argumentativ und führen Teams mithilfe überzeugender Soft Skills.</li> <li>• Sie sind fähig, erarbeitetes Wissen Anderen zu präsentieren.</li> </ul>
Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	keine
Verwendung des Moduls	Technische Studiengänge mit betriebswirtschaftlichem Schwerpunkt
Prüfungsform	Projektarbeit
Lehrform	Proj

<p>Lehrmethoden</p>	<p>Präsenzlehre</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag (Präsenz und Online-Präsenz) mit Beamer, Tafel, Flipchart, Online-Whiteboard</li> <li>• Teilnehmervorträge</li> <li>• Gruppenarbeit</li> <li>• Übungen</li> <li>• Exkursionen</li> </ul> <p>E-Learning</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrvideos für ausgewählte Vorlesungsinhalte</li> <li>• Digitales Vorlesungsskript</li> <li>• Begleitender Kurs in einem Learning-Management-System</li> </ul>
<p>Literatur</p>	<p>Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.</p>

## Ingenieurwissenschaftliche Methoden (MP400-IWM)

Modulbezeichnung	Ingenieurwissenschaftliche Methoden
Kürzel	MP400-IWM
Studiensemester	1
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	25
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Pflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Andreas Berchtold
Dozent:innen	Andreas Berchtold Klaus Kreulich
Lehrinhalte	<p>Vermittlung ingenieurwissenschaftlicher Methoden aus den Gebieten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Statistische Analysen</li> <li>• Fehlerrechnung</li> <li>• Numerische Berechnungs- und Simulationsverfahren (Zeitschrittverfahren)</li> <li>• Messtechnische Signalverarbeitung und -verbesserung, Anwendung lokaler Filter</li> <li>• Regressionsanalyse zur Auswertung von Versuchsergebnissen</li> <li>• Fouriertransformation zur harmonischen Analyse und Filterung von Signalen</li> </ul> <p>Anwendungsbeispiele aus den Bereichen Drucktechnik, Bildverarbeitung, Versuchs- und Messtechnik, Simulation, Qualitätsmanagement</p>

<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Fachkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden erwerben vertiefte Kenntnisse über statistische Analysen und Verfahren</li> <li>• Sie können technische Systeme analysieren, modellieren und messtechnisch untersuchen</li> <li>• Sie können numerische Berechnungs- und Simulationsverfahren anwenden</li> <li>• Sie können Messergebnisse verbessern, auswerten und interpretieren</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können ingenieurwissenschaftliche Methoden im Bereich Statistik auswählen und anwenden</li> <li>• Sie können geeignete Methoden für die Analyse technischer Systeme auswählen und anwenden</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden erwerben Problemlösungskompetenz bei ingenieurwissenschaftlichen Fragestellungen im Bereich Systemanalyse und Statistik</li> <li>• Sie können theoretische Grundlagen auf praktische Anwendungsbeispiele anwenden</li> <li>• Sie üben die selbstgesteuerte Nutzung der vielfältigen Lehrangebote und Materialien (Präsenzlehre, virtuelle Lehre)</li> <li>• Sie erhalten Einblicke in die ingenieurwissenschaftliche Arbeitsweise</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden üben die Diskussion und Kooperation in kleinen Gruppen auf Augenhöhe mit den Dozent:innen</li> </ul>
<p>Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung</p>	<p>keine</p>
<p>Verwendung des Moduls</p>	<p>Die Lernergebnisse des Moduls werden ggf. in der Projektarbeit und in der Masterarbeit verwendet.</p>

Prüfungsform	schriftliche Prüfung, Dauer: 90 min
Lehrform	4 SWS SU
Lehrmethoden	<p><b>Präsenzlehre:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag mit Beamer, Tafel, Flipchart, Vorführung von Software;</li> <li>• Übungen mit Bearbeitung von Aufgaben und Erläuterung von Musterlösungen und Anwendung von Software;</li> </ul> <p><b>Virtuelle, hybride Lehre, E-Learning:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrvideos über Vorlesungsinhalte und Übungseinheiten mit Animationen und Software-Demo;</li> <li>• Digitales Vorlesungs-Skript</li> <li>• Digitale Übungsaufgaben mit umfangreichen Vorlagen für Tabellenkalkulation und Musterlösungen</li> <li>• Nutzung von Konferenz- und Kommunikations-Tools</li> </ul>
Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.

## Technikforschung und -entwicklung (MP500-TFE)

Modulbezeichnung	Technikforschung und -entwicklung
Kürzel	MP500-TFE
Studiensemester	2
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	25
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Pflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Thomas Kuen
Dozent:innen	Thomas Kuen Ulrich Moosheimer
Lehrinhalte	<p><b>Recherche des Stands der Technik und Forschung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Internetrecherche, Datenbankrecherche, Literatur</li> </ul> <p><b>Methoden systematischer Problemlösung und Prozessverbesserung:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Systemtechnik, heuristische Regeln</li> <li>• Konzeption der Entwicklungsplanung</li> <li>• Prüfung alternativer Entwicklungskonzepte</li> <li>• Prozessmanagement-Prozess DMAIC</li> <li>• Aufstellung eines Versuchsprogramms</li> <li>• Design of Experiment (DoE)</li> <li>• Statistische Auswertung von Ergebnissen</li> <li>• Bewertungskonzepte für Entwicklungen</li> <li>• Validierung von Messsystemen, Entwicklungen</li> </ul>

	<p>und Prozessen</p> <p><b>Erstellung eines Pflichtenhefts für Entwicklungen</b></p>
<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Fachkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Rahmen des Moduls erarbeiten die Studierenden ingenieurwissenschaftliche Methoden, die sie zu anwendungsorientierter Forschungs- und Entwicklungstätigkeit in der Medien- und Printbranche befähigen.</li> <li>• Sie können ausgewählte Teile des Managementsystems Six Sigma beschreiben und damit zur Prozessverbesserung und dem Erreichen statistischer Qualitätsziele beitragen.</li> <li>• Die Studierenden erlangen insbesondere Kenntnisse über ingenieurwissenschaftliche Arbeitsmethoden für FuE-Tätigkeiten und erproben die behandelten Methoden an konkreten Projektbeispielen, wobei die Lebensphasen eines FuE-Projekts in chronologischer Reihenfolge durchlaufen werden.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind in der Lage, interdisziplinär zu denken, kreativ zu agieren und auf dieser Basis neue Produkte zu entwickeln.</li> <li>• Sie wenden ingenieurwissenschaftliche Methoden zum Aufbau, zur Durchführung und Auswertung von Laborversuchen und wissenschaftlichen Studien an.</li> <li>• Dazu benutzen sie Statistik-Software zur statistischen Datenanalyse und grafischen Datenaufbereitung.</li> <li>• Die Studierenden können die an den Projektbeispielen erlernten Arbeitsmethoden abstrahieren und auf andere Entwicklungen übertragen.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden erkennen technologische</li> </ul>

	<p>Markttrends und bringen diese in neue Produkte, Prozesse und technologische Entwicklungen ein.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sie wählen geeignete ingenieurwissenschaftliche Methoden aus der Praxis und entwickeln auf der Grundlage wissenschaftlicher Erkenntnisse Lösungen in der anwendungsorientierten Forschung und Entwicklung.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind fähig zum Dialog mit anderen Fachdisziplinen und zum Technologietransfer zwischen angrenzenden Fachgebieten bzw. Wirtschaftsbranchen und der Medien- und Printbranche.</li> </ul>
Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	keine
Verwendung des Moduls	Ingenieurwissenschaftliche, anwendungs- und forschungsorientierte Masterstudiengänge
Prüfungsform	schriftliche Prüfung, 60 Minuten
Lehrform	2 SWS SU, 2 SWS Pr
Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag</li> <li>• Teilnehmervorträge</li> <li>• Tafel, Beamer, Flipchart, Metaplan, etc.</li> <li>• Skript</li> <li>• Gruppenarbeit</li> <li>• Exkursion</li> </ul>
Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.

## Medienprojekt Technik I (MP600-MPT1)

Modulbezeichnung	Medienprojekt Technik I
Kürzel	MP600-MPT1
Studiensemester	1
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	25
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 67.5 Stunden Eigenstudium: 112.5 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	6 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Pflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Thomas Kuen
Dozent:innen	alle Professor:innen DMT

Lehrinhalte	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Grundlegende Konzepte und Methoden des operativen Projektmanagements.</li><li>2. Praxisnahe innovative technische Problemstellung, die in der Regel in Kooperation mit einem Branchenunternehmen bearbeitet wird und definierte betriebswirtschaftliche Ziele verfolgt.</li></ol> <p>Die Problemstellung wird in typischen Projektschritten bearbeitet:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Definition des Projektziels und Festlegung der Anforderungen sowie Strukturierung der Projektinhalte</li><li>• Einrichten von Arbeitspaketen und Festlegen von Verantwortlichkeiten unter den Teammitgliedern</li><li>• Beschaffung und Auswertung von Information</li><li>• Erarbeitung, Bewertung und Auswahl von Lösungen</li><li>• Erstellen einer Dokumentation und einer Präsentation</li></ul>
-------------	--

Angestrebte Lernergebnisse	<p><b>Fachkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden wiederholen und vertiefen das fachliche Vorwissen praxisnah.</li> <li>• Sie wenden ihre Kenntnisse über den Ablauf und die Methoden zur Steuerung von Projekten an.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden wenden Methoden zur systematischen Lösung von technischen Problemstellungen in der Medien- und/ oder Printtechnik an und bewerten die dabei erhaltenen Ergebnisse.</li> <li>• Sie optimieren technische Problemlösungen unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Rahmenbedingungen.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind in der Lage, eine Aufgabenstellung in kleinen Gruppen selbständig zu analysieren, zu strukturieren sowie praxisgerecht zu lösen.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind befähigt zur Selbstorganisation, Kommunikation und Kooperation im Team.</li> <li>• Sie diskutieren kritisch, überzeugen Andere argumentativ und führen Teams mithilfe überzeugender Soft Skills.</li> <li>• Sie sind fähig, erarbeitetes Wissen Anderen zu präsentieren.</li> </ul>
Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	Grundkenntnisse der Medientechnik
Verwendung des Moduls	Ingenieurwissenschaftliche Masterstudiengänge
Prüfungsform	Projektarbeit, Mindestumfang 15 Seiten DIN A4
Lehrform	Proj

Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dozentenvortrag</li><li>• Teilnehmervorträge</li><li>• Industriereferenten</li><li>• Tafel, Beamer, Overhead, Flipchart, etc.</li><li>• Skript</li><li>• Planspiel</li><li>• Gruppenarbeit</li><li>• Lernteamcoachings</li><li>• Übungen</li><li>• Übungen am PC</li><li>• Übungen im Labor</li><li>• Hausaufgaben</li><li>• Exkursion</li></ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kuster, J.; Bachmann, C. (2022): <i>Handbuch Projektmanagement: Agil - Klassisch - Hybrid</i>, Springer Gabler</li></ul>

## Marketing (Teilmodul) (MP701-PMM (MKT))

Modulbezeichnung	Marketing (Teilmodul)
Kürzel	MP701-PMM (MKT)
Studiensemester	2
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	25
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 22.5 Stunden Eigenstudium: 67.5 Stunden
Kreditpunkte	3 ECTS
Unterrichtszeit	2 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Pflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Sabine Wölflick
Dozent:innen	Sabine Wölflick
Lehrinhalte	<p><b>Falls möglich wird die Customer Journey für ein "real project" erarbeitet.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung Customer Journey Mapping</li> <li>• Einführung in Design Thinking</li> <li>• Persona erstellen</li> <li>• Storyboard erstellen</li> <li>• Kanäle ergänzen/ Zielgruppen befragen</li> <li>• Stärken/Schwächen analysieren</li> <li>• Emotionen &amp; Wichtigkeit bewerten</li> <li>• to dos ableiten (Sichtweise definieren)</li> <li>• Ideen generieren</li> <li>• Ideen bewerten</li> <li>• Prototypen bauen</li> <li>• Prototypen testen</li> </ul>

Angestrebte Lernergebnisse	<p><b>Fachkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nach dem Besuch der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, eine Customer Journey selbständig zu erstellen.</li> <li>• Außerdem sind die Studierenden befähigt, Gain- und Pain-Points der Customer Journey zu erarbeiten und diese zu optimieren.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind in der Lage die Innovationsmethode Design Thinking anzuwenden. Hierbei wissen die Studierenden ob der Notwendigkeit die Kundenbedürfnisse in den Mittelpunkt des Handelns zu stellen.</li> <li>• Darüber hinaus sind die Studierenden befähigt, die Funktionalität neuer Ideen in Prototypen umzusetzen und diese wiederum mit den Kunden zu testen und iterativ zu optimieren.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können sich Sachverhalte in den Bereichen "Kundenorientierung" und "Bedürfnisserfüllung" selbstständig erschließen und sich eigenständig organisieren.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Lehrveranstaltung befähigt die Studierenden, ihre Arbeitsergebnisse zielgruppengerecht und verständlich zu präsentieren.</li> <li>• Sie sind weiterhin in der Lage, interdisziplinär in Teams zusammen zu arbeiten.</li> </ul>
Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	keine
Verwendung des Moduls	Ingenieurwissenschaftliche und betriebswissenschaftliche Masterstudiengänge
Prüfungsform	Portfolio-Mappe - zusammen mit Teilmodul Vertriebsmanagement
Lehrform	2 SWS SU

Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag mit Beamer, Flipchart &amp; Tafel (Präsenz &amp; digital)</li> <li>• Übungen in Gruppenarbeit (Präsenz &amp; digital)</li> <li>• begleitender Moodle-Kurs mit Vorlesungsunterlagen &amp; Zusatzmaterialien (Videos, Case Studies und aktuellen Zeitschriftenartikeln)</li> </ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Osann Isabell (2020): <i>Design Thinking Schnellstart: Kreative Workshops gestalten</i>, Hanser Verlag</li> <li>• Angrave Jerry (2020): <i>The Journey Mapping Playbook: A Practical Guide to Preparing, Facilitating and Unlocking the Value of Customer Journey Mapping</i>, O'Reilly</li> </ul>
Besondere Hinweise	Lehrveranstaltung kann (bei Teilnahme von Gaststudenten bei Bedarf) in Englisch stattfinden

## Führungskompetenz (Teilmodul) (MP702-FVK (FK))

Modulbezeichnung	Führungskompetenz (Teilmodul)
Kürzel	MP702-FVK (FK)
Studiensemester	2
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	25
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 22.5 Stunden Eigenstudium: 67.5 Stunden
Kreditpunkte	3 ECTS
Unterrichtszeit	2 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Pflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Sabine Wölflick
Dozent:innen	Sandra Ibrom
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grundlagen der Verhandlungsführung</li> <li>• Grundlagen der kooperativen und integrativen Verhandlung</li> <li>• Das Harvard Verhandlungsmodell</li> <li>• Abwehr von Manipulationsversuchen</li> <li>• Wertschätzende Kommunikation</li> <li>• Verhandlungsvorbereitung</li> <li>• Erfolgreicher Verhandlungsabschluss</li> <li>• Führungsansätze</li> <li>• Ganzheitliche Unternehmensführung</li> <li>• Wertebasierte und mediative Führungskompetenz</li> <li>• Abgrenzung Management und Leadership</li> <li>• Persönlicher Kompetenzaufbau in vernetztem und wertschätzendem Denken und Kommunizieren.</li> <li>• Konfliktmanagement als Führungsaufgabe</li> <li>• Nachhaltigkeitsmanagement als Führungsaufgabe</li> <li>• Mediation und Konfliktmanagement Methode</li> </ul>

	<p>der Mediation (Ziele, Phasen und Prinzipien)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einsatzgebiete der Mediation auch Deal-Mediation</li> <li>• Vernetztes und einbeziehendes Denken und Handeln</li> <li>• Einfühlsames Kommunizieren</li> <li>• Mediatives Verhandeln</li> <li>• Konfliktmanagement in Projekten</li> <li>• Mediative und werteorientierte Kollaboration</li> </ul>
<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Fachkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können verschiedene Führungsmethoden und Ansätze beschreiben.</li> <li>• Die Studierenden können die Verknüpfung von ganzheitlichem einbeziehendem und vernetztem Denken, Nachhaltigkeit und Führung erörtern.</li> <li>• Die Studierenden können mit grundlegenden wertschätzenden Kommunikationswerkzeugen nachhaltig agieren und in Teamführungssituationen einbringen.</li> <li>• Studierende kennen Konfliktmanagementmethoden und können erkennen, für welche Situationen welche Konfliktinterventionsmethoden welche Interventionsmethoden mit welchen Zielen zum besten zum Einsatz kommen können.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können die kollaborative Führungsstile situativ einsetzen.</li> <li>• Die Studierenden können wertschätzend kommunizieren und Handeln und dieses Wissen einsetzen in Gesprächen, Konflikten, Entscheidungen und Verhandlungen.</li> <li>• Die Studierenden können Gruppen- und Teamdynamiken mehrdimensional beschreiben und geeignete Interventionsmethoden identifizieren.</li> <li>• Die Studierenden können eine wertschätzende Haltung einsetzen für alle kommunikativen</li> </ul>

	<p>Prozesse.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Durch den mediativ wertschätzenden Umgang können die Studierenden nachhaltige Wertschöpfung betreiben.</li> <li>• Die Studierenden können werteorientiert Meetings und Entscheidungsrunden leiten.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden lernen sich und ihr eigenes Verhalten zu reflektieren.</li> <li>• Sie können empathisch und aktiv zuhören, auch im Sinne einer Selbstreflexion.</li> <li>• Sie können Prozesse der Selbstwertschätzung in Gang setzen und sich innere Sicherheit geben.</li> <li>• Die Studierenden können mit sich und anderen gelassen umgehen.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können wertschätzend kommunizieren.</li> <li>• Die Studierenden können motivierend auf andere Personen und deren Interessen eingehen.</li> <li>• Die Studierenden können empathisch zuhören und so andere Personen in Prozesse einbeziehen und zur lebendigen Mitarbeit ermutigen.</li> <li>• Die Studierenden können deeskalierend kommunizieren.</li> <li>• Die Studierenden sind in der Lage, Distress bei sich und anderen zu reduzieren und im Sinne des Flows andere Menschen optimal zu motivieren.</li> </ul>
Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	keine
Verwendung des Moduls	Ingenieurwissenschaftliche und betriebswissenschaftliche Masterstudiengänge
Prüfungsform	Studienarbeit, Mindestumfang 10 Seiten DIN A4
Lehrform	2 SWS SU
Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag</li> <li>• Diskussion</li> <li>• Übungen</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rollenspiele</li></ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"><li>• Arnold, Rolf (2021): <i>Wie man führt, ohne zu dominieren, 29 Regeln für ein kluges Leadership</i>, 2. Aufl. Stuttgart</li></ul>

## Masterarbeit (MP900-MAS)

Modulbezeichnung	Masterarbeit
Kürzel	MP900-MAS
Studiensemester	3
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	25
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 22.5 Stunden Eigenstudium: 517.5 Stunden
Kreditpunkte	18 ECTS
Unterrichtszeit	2 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Pflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Thomas Kuen
Dozent:innen	alle Professor:innen DMT
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strukturierung der Aufgabenstellung</li> <li>• Recherche zum Stand der Technik</li> <li>• Erarbeitung der theoretischen Grundlagen</li> <li>• Konzeption, Auswahl und Test von Lösungsansätzen</li> <li>• Ausarbeitung und Dokumentation</li> </ul>

<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p>Das Modul befähigt die Studierenden praxisbezogene Probleme im Fachgebiet des Studiengangs selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.</p> <p><b>Fachkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden verfügen über vertiefte Fachkenntnisse, Fertigkeiten und Kompetenzen im Kontext der individuellen Themenstellung.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind in der Lage, praxisorientierte wissenschaftliche Aufgabenstellungen zu planen und die zur Bearbeitung nötigen Schritte umzusetzen.</li> <li>• Sie wenden wissenschaftliche Arbeitsmethoden an und entwickeln durch die wissenschaftliche Arbeitsweise Antworten auf die zentrale Fragestellung des zu bearbeitenden Themas.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden analysieren Problemstellungen im praktischen Umfeld der Medien- und Printbranche und entwickeln Lösungen für diese.</li> <li>• Sie sind dazu befähigt, komplexe Themen kritisch einzuordnen, zu bewerten und zu bearbeiten.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden argumentieren im fachlichen Kontext der Themenstellung und kommunizieren mit Kolleg:innen und Betreuenden.</li> </ul>
<p>Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung</p>	<p>Kenntnisse der Medientechnik, betriebswirtschaftlicher Grundlagen und Managementmethoden.</p> <p>Fähigkeit zum wissenschaftlichen Arbeiten und zum Verfassen einer wissenschaftlichen Arbeit.</p>
<p>Verwendung des Moduls</p>	<p>Masterstudiengänge</p>

Prüfungsform	Masterarbeit
Lehrform	2 SWS S
Lehrmethoden	Einzelgespräche
Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.
Besondere Hinweise	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können für das Thema der Masterarbeit Vorschläge machen. Es wird empfohlen, dass das Thema der Masterarbeit in Kooperation mit einem Industrieunternehmen gewählt wird.</li> <li>• Das Thema sollte einen fachlichen Schwerpunkt im technischen oder betriebswirtschaftlichen Kontext des Studiengangs haben und sich an aktuellen Forschungs- und Entwicklungsinhalten der Druck- und Medientechnik orientieren.</li> <li>• Die endgültige Auswahl des Themas und damit auch die Ausgabe des Themas erfolgen durch die/den betreuende:n Professor:in.</li> <li>• Die Studierenden werden durch die/den betreuende:n Professor:in individuell im Hinblick auf das Thema ihrer Masterarbeit betreut.</li> </ul>

## Wahlpflichtmodule (MP800-WPM)

Modulbezeichnung	Wahlpflichtmodule
Kürzel	MP800-WPM
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	jedes Semester
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	6 - 25
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 225 Stunden Eigenstudium: 675 Stunden
Kreditpunkte	30 ECTS
Unterrichtszeit	20 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Pflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Thomas Kuen
Dozent:innen	
Lehrinhalte	siehe Modulbeschreibungen der einzelnen Wahlpflichtmodule
Angestrebte Lernergebnisse	siehe Modulbeschreibungen der einzelnen Wahlpflichtmodule
Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	siehe Modulbeschreibungen der einzelnen Wahlpflichtmodule
Verwendung des Moduls	siehe Modulbeschreibungen der einzelnen Wahlpflichtmodule
Prüfungsform	siehe Modulbeschreibungen der einzelnen Wahlpflichtmodule
Lehrform	SU, Pr, Ü, S, Proj
Lehrmethoden	siehe Modulbeschreibungen der einzelnen Wahlpflichtmodule
Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.

## Management Accounting I (MW101-MAI)

Modulbezeichnung	Management Accounting I
Kürzel	MW101-MAI
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	jedes Semester
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	16 zusammen mit Management Accounting II
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Heike Bonefeld
Dozent:innen	Heike Bonefeld
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgewählte Fallbeispiele zu den Themengebieten: Unternehmensgründung, Kapitalerhöhung, Dividende, Investition, Finanzierung, Warenverkehr, aktive Rechnungsabgrenzung.</li> <li>• Integrierte Elemente: Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Deckungsbeitragsrechnung, Erfolgsrechnung, Erfolgsplan, Finanzplan und Planbilanz</li> <li>• Aufbereitung der Daten der Fallbeispiele, für das zu entwickelnde digitale Modell, um somit die jeweiligen wirtschaftlichen Aktivitäten auf den betriebswirtschaftlichen Gesamtzusammenhang analysieren zu können.</li> <li>• Erstellung eines digitalen Simulationsmodells und Umsetzung der Auswirkungen der gegebenen Daten durch die Fallbeispiele auf die einzelnen Elemente und dessen kritische Würdigung.</li> <li>• Alternativensimulationen mit dem zu</li> </ul>

	<p>erstellenden digitalen Simulationsmodellmodell als finanzwirtschaftliche sowie erfolgswirtschaftliche digitale Entscheidungsrechnung</p>
<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Fachkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage vertiefende finanzwirtschaftliche Kenntnisse und die wirtschaftlichen Zusammenhänge zwischen den Elementen Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Deckungsbeitragsrechnung, Erfolgsrechnung, Erfolgsplan, Finanzplan und Planbilanz in einem integrierten System umzusetzen, zu beurteilen und weiter zu entwickeln und dabei zu optimieren.</li> <li>• Der Fokus steht somit für die Studierenden auf den Gesamtzusammenhang der genannten wirtschaftlichen Aktivitäten, diese herzuleiten und digital zu konzipieren und umzusetzen unter Einbezug ausgewählter Praxisfälle, in einem integrierten Simulationsmodell um damit einen Gesamtüberblick zu schlussfolgern.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind in der Lage unter Einbeziehung der theoretischen Kenntnisse sich eigenständig neue Themengebiete im Gebiet Management Accounting zu erschließen und zu erweitern. Dabei können sie zudem eigenständig Planungsrechnungen bei anderer, neuer betriebswirtschaftlicher Konstellation auch in fachübergreifenden Zusammenhang zielgerichtet konzipieren und planen.</li> <li>• Die Studierenden sind in der Lage ihren Arbeitsprozess methodisch zu reflektieren</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden erschließen eigenständig und teamorientiert anhand von ausgewählten genannten Fallbeispielen ein digitales Gesamt-</li> </ul>

	<p>Simulationsfallbeispiel, vertiefen die betriebswirtschaftlichen Tools digital in unterschiedliche Richtungen, wenden diese sowohl kognitiv als auch praktisch an und würdigen diese kritisch.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sie sind in der Lage zusätzlich weitere betriebswirtschaftliche ergänzende Tools zu entwerfen, die Abhängigkeiten der unterschiedlichen betriebswirtschaftlichen Größen zueinander in Beziehung zu setzen und Aussagen schlusszufolgern.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• In der Lehrveranstaltung konzipieren die Studierenden im Team ein komplexes digitales Modell anhand ausgewählter gegebener Fallbeispiele digital um, erweitern diese digitale Entscheidungsrechnung in unterschiedlichste betriebswirtschaftliche Richtungen und optimieren die Ergebnisse verständlich.</li> <li>• Dadurch wird es ihnen ermöglicht, ihre eigenen Fähigkeiten und Fertigkeiten zu reflektieren und damit zielorientiert im Team interdisziplinär zu platzieren.</li> <li>• Sie vertiefen ihr Wissen sowohl im Team als auch eigenverantwortlich mittels digitaler Umsetzung eines eigenen integrierten Simulationsmodells mit Alternativensimulationen.</li> </ul>
Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	Betriebswirtschaftliche Kenntnisse, insbesondere im Bereich Rechnungswesen sind notwendig, Excel Kenntnisse
Verwendung des Moduls	Technische Studiengänge mit betriebswirtschaftlichem Schwerpunkt
Prüfungsform	Modularbeit 10 Seiten
Lehrform	2 SWS SU, 2 SWS Pr
Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Team- und projektorientiertes Lernen</li> <li>• Plansimulationen</li> <li>• Übungen</li> <li>• Übungen am PC</li> <li>• Hausaufgaben</li> </ul>

Literatur	<ul style="list-style-type: none"><li>• Werner Seebacher (2019): <i>Management Accounting</i>, Baar</li><li>• Werner Seebacher (2019): <i>Management Accounting, Arbeitsbuch 2</i>, Baar</li><li>• Werner Seebacher (2018): <i>Management Accounting, Arbeitsbuch 1</i>, Baar</li></ul>
-----------	---

## Management Accounting II (MW102-MAII)

Modulbezeichnung	Management Accounting II
Kürzel	MW102-MAII
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	jedes Semester
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	16 zusammen mit Management Accounting I
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Heike Bonefeld
Dozent:innen	Heike Bonefeld
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausgewählte Fallbeispiele zu den Themengebieten: passive Rechnungsabgrenzung, Rückstellungen, Anlagenverkäufe, Sale and Lease Back, Eigenleistungen und Kennzahlen sowie Kennzahlensystemen.</li> <li>• Integrierte Elemente: Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Deckungsbeitragsrechnung, Erfolgsrechnung, Erfolgsplan, Finanzplan und Planbilanz</li> <li>• Aufbereitung der Daten der Fallbeispiele für das zu entwickelnde digitale Modell, um somit die jeweiligen wirtschaftlichen Aktivitäten auf den betriebswirtschaftlichen Gesamtzusammenhang analysieren zu können.&gt;</li> <li>• Erstellung eines digitalen Simulationsmodells und Umsetzung der Auswirkungen der gegebenen Daten durch die Fallbeispiele auf die einzelnen Elemente und dessen kritische Würdigung.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alternativensimulationen mit dem zu erstellenden digitalen Simulationsmodellmodell als finanzwirtschaftliche sowie erfolgswirtschaftliche digitale Entscheidungsrechnung</li> </ul>
<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Fachkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nach dem Besuch dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage vertiefende finanzwirtschaftliche Kenntnisse und die wirtschaftlichen Zusammenhänge zwischen den Elementen Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung Deckungsbeitragsrechnung, Erfolgsrechnung, Erfolgsplan, Finanzplan und Planbilanz in einem integrierten System umzusetzen, zu beurteilen und weiter zu entwickeln und dabei zu optimieren.</li> <li>• Der Fokus steht somit für die Studierenden auf den Gesamtzusammenhang der genannten wirtschaftlichen Aktivitäten, diesen herzuleiten und digital zu konzipieren und umzusetzen unter Einbezug ausgewählter Praxisfälle, in einem integrierten Simulationsmodell um damit einen Gesamtüberblick zu schlussfolgern.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind in der Lage unter Einbeziehung der theoretischen Kenntnisse sich eigenständig neue Themengebiete im Gebiet Management Accounting zu erschließen und zu erweitern. Dabei können sie zudem eigenständig Planungsrechnungen bei anderer, neuer betriebswirtschaftlicher Konstellation auch in fachübergreifenden Zusammenhang zielgerichtet konzipieren und planen.</li> <li>• Die Studierenden sind in der Lage ihren Arbeitsprozess methodisch zu reflektieren.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden erschließen eigenständig und teamorientiert anhand von ausgewählten</li> </ul>

	<p>genannten Fallbeispielen ein digitales Gesamt-Simulationsfallbeispiel, vertiefen die betriebswirtschaftlichen Tools digital in unterschiedliche Richtungen, wenden diese sowohl kognitiv als auch praktisch an und würdigen diese kritisch.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sie sind in der Lage zusätzlich weitere betriebswirtschaftliche ergänzende Tools zu entwerfen, die Abhängigkeiten der unterschiedlichen betriebswirtschaftlichen Größen zueinander in Beziehung zu setzen und Aussagen schlusszufolgern.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• In der Lehrveranstaltung konzipieren die Studierenden im Team ein komplexes digitales Modell anhand ausgewählter gegebener Fallbeispiele digital um, erweitern diese digitale Entscheidungsrechnung in unterschiedlichste betriebswirtschaftliche Richtungen und optimieren die Ergebnisse verständlich.</li> <li>• Dadurch wird es ihnen ermöglicht, ihre eigenen Fähigkeiten und Fertigkeiten zu reflektieren und damit zielorientiert im Team interdisziplinär zu platzieren.</li> <li>• Sie vertiefen ihr Wissen sowohl im Team als auch eigenverantwortlich mittels digitaler Umsetzung eines eigenen integrierten Simulationsmodells mit Alternativensimulationen.</li> </ul>
Empfohlene Module	Management Accounting I   MW101-MAI
Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	keine
Verwendung des Moduls	Technische Studiengänge mit betriebswirtschaftlichem Schwerpunkt
Prüfungsform	Modularbeit 10 Seiten
Lehrform	2 SWS SU, 2 SWS Pr
Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Team- und projektorientiertes Lernen</li> <li>• Plansimulationen</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Übungen</li><li>• Übungen am PC</li><li>• Hausaufgaben</li></ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"><li>• Werner Seebacher (2019): <i>Management Accounting, Arbeitsbuch 2</i>, Baar</li><li>• Werner Seebacher (2019): <i>Management Accounting</i>, Baar</li><li>• Werner Seebacher (2018): <i>Management Accounting, Arbeitsbuch 1</i>, Baar</li></ul>

## Unternehmenssimulation (MW103-USIM)

Modulbezeichnung	Unternehmenssimulation
Kürzel	MW103-USIM
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	10
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch (englische Fachliteratur)
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Martin Delp
Dozent:innen	Martin Delp

Lehrinhalte	<p>In der Unternehmenssimulation übernehmen die Teilnehmer die Führung eines fiktiven Unternehmens und konkurrieren mit anderen (Planspiel-)Unternehmen am simulierten Markt. Durch ihre Entscheidungen beeinflussen die Studierenden den Erfolg ihres Unternehmens. Die Teilnehmer lernen Unternehmenszusammenhänge und die internen und externen Faktoren kennen, die Einfluss auf den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens haben. Sie erleben typische Zielkonflikte in der Unternehmensführung, lernen betriebswirtschaftliche Methoden und Informationsmittel einzusetzen und mit Unsicherheit bei der Entscheidungsfindung umzugehen.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Absatzplanung (Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Markteintritt in einen neuen Markt, Deckungsbeitragsrechnung)</li><li>• Beschaffung/Lagerhaltung</li><li>• Fertigungsplanung (Investition, Desinvestition, Eigenfertigung oder Fremdbezug, Auslastungsplanung, Lernkurve)</li><li>• Personal (Personalplanung, Qualifikation, Produktivität, Fehlzeiten, Fluktuation)</li><li>• Finanz- und Rechnungswesen (Kostenarten-, Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung, stufenweise Deckungsbeitragsrechnung, Finanzplanung, Bilanz- und Erfolgsrechnung, Cash Flow)</li><li>• Aktienkurs und Unternehmenswert</li></ul>
-------------	--

<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Fachkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden lernen im Rahmen des Planspiels die Unternehmenszusammenhänge kennen sowie die internen und externen Faktoren, welche Einfluss auf den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens haben.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sie lernen betriebswirtschaftliche Methoden und Informationsmittel auf die Ergebnisse des Planspiel anzuwenden.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden wenden die erlernten betriebswirtschaftliche Methoden und Informationsmittel in Teamarbeit unter Unsicherheit und unter steigendem Zeitdruck an, dabei befinden sie sich in einer Wettbewerbssituation mit anderen Simulationsteams.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden wenden die erlernten betriebswirtschaftliche Methoden und Informationsmittel in Teamarbeit unter Unsicherheit und unter steigendem Zeitdruck an.</li> </ul>
<p>Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung</p>	<p>Betriebswirtschaftliche Grundlagen: Kostenrechnung, Kennzahlen, Marketing.</p>
<p>Verwendung des Moduls</p>	<p>Technische Studiengänge mit betriebswirtschaftlichem Schwerpunkt</p>
<p>Prüfungsform</p>	<p>Seminararbeit, Seminarvortrag</p>
<p>Lehrform</p>	<p>4 SWS SU</p>

<p>Lehrmethoden</p>	<p>Präsenzlehre</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag (Präsenz und Online-Präsenz) mit Beamer, Tafel, Flipchart, Online-Whiteboard</li> <li>• Teilnehmervorträge</li> <li>• Gruppenarbeit</li> <li>• Übungen</li> <li>• Exkursionen</li> </ul> <p>E-Learning</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lehrvideos für ausgewählte Vorlesungsinhalte</li> <li>• Digitales Vorlesungsskript</li> <li>• Begleitender Kurs in einem Learning-Management-System</li> </ul>
<p>Literatur</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dillerup, Ralf; Stoi, Roman (2016): <i>Unternehmensführung</i>, Vahlen</li> <li>• Freidank (2020): <i>Kostenrechnung</i>, Oldenbourg</li> </ul>

## Corporate Identity und Brand Management (MW104-CI)

Modulbezeichnung	Corporate Identity und Brand Management
Kürzel	MW104-CI
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	10
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Claudia Fillmann
Dozent:innen	Claudia Fillmann
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vertiefende Kenntnisse der Praxis und Wissenschaft des Corporate Identity und Brand Management.</li> <li>• Theoretische und praktische Kenntnisse über die Instrumente des Corporate Identity Management (CIM): Corporate Design, Corporate Communications, Corporate Behaviour sowie Unternehmenskultur und Leitbild, Identität und Image.</li> <li>• Theoretische und praktische Kenntnisse zum Markenaufbau und zur Markenkommunikation, der Branding Experience und der Customer Journey mit Touchpoints.</li> <li>• Geschichte und Zukunftsvisionen der Corporate und Brand Identity.</li> <li>• Grundlagen der visuellen Kommunikation in Fotografie und Illustration, Farbe und Form, Typografie und Layout für die emotionale Ansprache der Zielgruppen.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Branchenwissen und Einblicke in die Design-, Verlags- und Agenturwelt mit Begriffsklärung und dem gelebten "Wording".</li> <li>• Aktuelle Entwicklung der Märkte, Unternehmen und der Gesellschaft hinsichtlich der Wahrnehmungspsychologie und Kommunikation von Marken- und Unternehmensidentitäten und deren Narrativen.</li> <li>• Präsentation einer Analyse einer Markenidentität Ihrer Wahl.</li> <li>• Entwicklung eines individuellen Corporate Identity/Branding-Projektes als Studienarbeit. Optional ein Geschäftsmodell/ Startup im Zeitalter der Digitalisierung mit einem Businessplan, Contententwicklung, Logo und Namensentwicklung mit Claim, Geschäftskorrespondenz, Website und App Design, Brand experience, Corporate Design Manual mit Leitbild, Mission und Vision.</li> </ul>
<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Fachkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nach dem Besuch dieser Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, die vertiefenden Kenntnisse des strategischen Corporate Identity und Brand Management zu verstehen und anzuwenden.</li> <li>• Sie entwickeln die Kenntnis für die systematische Vorgehensweise des langfristigen und zielgerichteten Gestaltens und Vermittelns eines Selbstverständnisses einer Organisation nach aussen und innen.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden erwerben fundierte Kenntnisse des Corporate Identity &amp; Brand Management als ein Instrument zur Positionierung der Unternehmen in den heutigen Wettbewerbsmärkten.</li> <li>• Die Studierenden entwickeln eine bewusstere Wahrnehmung sowie eine Problemlösungs- und Beurteilungskompetenz der konzipierten und gestalteten Medienangebote/Case Studies in</li> </ul>

	<p>den Übungen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Handlungsziel für die Studierenden ist es, die Kenntnisse kognitiv, intuitiv, und kreativ in der begleitenden Studienarbeit anzuwenden und auf weitere Aufgabenstellungen des Corporate Identity und Brand Management zu übertragen.</li> <li>• Sie haben die Fertigkeit, Arbeitspakete des Corporate Identity und Brand Management Projektes zu planen, strukturieren und kreativ umzusetzen.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können das theoretische und praktische Wissen um den strategischen und kreativen Prozess der Corporate Identity und Brand Management mit dem visuellen Werkzeugkasten vertiefen und transferieren.</li> <li>• Sie können neue Wissens- und Anwendungsgebiete sowohl im Team als auch selbstständig erschließen und sich eigenständig organisieren.</li> <li>• Die Studierenden entwickeln die Fähigkeit zum Dialog mit allen Teamplayern, die am Workflow eines Corporate Identity und Brand Management Prozess beteiligt sind. Zukünftige Corporate Identity und Brand Management Projekte können von den Studierenden beauftragt, moderiert und beurteilt werden.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teamfähigkeit und Selbstmanagement in Bezug auf wertschätzende konstruktive Kommunikation, offenes Brainstorming und eine konstruktive Feedback-Kultur werden im praxisbezogenen Medienprojekt entwickelt und angewendet.</li> <li>• Die eigenen Wahrnehmungsmuster und Wahrnehmungsblasen werden aufgedeckt und ermöglichen Bewusstseinswachstum.</li> <li>• Die Studierenden lernen Ihre Kritikfähigkeit und Ihr Konfliktverhalten zu reflektieren. Sie schaffen idealerweise Cocreation als Prozess.</li> </ul>
--	---

Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	keine
Verwendung des Moduls	Wirtschaftswissenschaftliche Module Technische und wirtschaftswissenschaftliche Masterstudiengänge.
Prüfungsform	Studienarbeit, Mindestumfang 10 Seiten DIN A4
Lehrform	4 SWS SU
Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag mit Beamer, Tafel, Flipchart, Lern- und Erklärvideos, etc. (Präsenz und digital)</li> <li>• Übungen in Gruppenarbeit (Präsenz und digital)</li> <li>• Referate und Buchpräsentationen</li> <li>• Entdeckendes, dialogisches und selbstorganisiertes Lernen</li> <li>• Industrie- und Gastreferenten (nach Bedarf und Möglichkeit)</li> <li>• Exkursion (nach Bedarf und Möglichkeit)</li> </ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marco Spies, Katja Wenger (2018): <i>Branded Interactions: Lebendige Markenerlebnisse für eine neue Zeit</i>, Verlag Hermann Schmidt</li> <li>• Herbst, Dieter (2018): <i>Corporate Identity</i>, Cornelsen</li> <li>• Silja Bilz, Michael Mischler, Robert Klanten (2015): <i>Der kleine Besserwisser</i>, Gestalten</li> </ul>

## Crossmediales Design (MW105-CMD)

Modulbezeichnung	Crossmediales Design
Kürzel	MW105-CMD
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	10
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Christian Luidl
Dozent:innen	Christian Luidl
Lehrinhalte	Nach einer Einführung in die typografischen und technischen Grundlagen sollen beispielhafte Anwendungen erstellt werden, die unterschiedliche Medienkanäle adressieren.

<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Fachkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können die physiologischen und psychologischen Grundlagen der Wahrnehmung sowie die sich darausergebenden typografischen Grundlagen erklären.</li> <li>• Sie können die wichtigsten Technologien und Werkzeuge zur automatisierten Erstellung von Layouts erklären.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können einfache Dokumente automatisiert für verschiedene Medienkanäle aufzubereiten.</li> <li>• Sie können geeignete Layouts zu entwerfen und technisch umzusetzen.</li> <li>• Die Studierenden können unterschiedliche Technologien zur automatisierten Gestaltung hinsichtlich ihrer spezifischen Einsatzmöglichkeiten beurteilen.</li> <li>• Die Studierenden können ihre Fachkenntnissen auf konkrete Problemstellungen anwenden.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können sich in neue Aufgabenstellungen einzuarbeiten.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können sich im Team zu organisieren sowie entsprechende Projekte planen, strukturieren, durchführen und leiten.</li> </ul>
<p>Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung</p>	<p>keine</p>
<p>Verwendung des Moduls</p>	<p>Studiengänge mit Medienbezug</p>
<p>Prüfungsform</p>	<p>Projektarbeit, 10 Seiten A4</p>
<p>Lehrform</p>	<p>4 SWS Proj</p>

Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dozentenvortrag</li><li>• Teilnehmervorträge</li><li>• Tafel, Beamer, Overhead, Flipchart, etc.</li><li>• Internetrecherche</li><li>• Gruppenarbeit</li><li>• Übungen am PC</li><li>• Hausaufgaben</li></ul>
Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.

## Interface Design (MW106-ID)

Modulbezeichnung	Interface Design
Kürzel	MW106-ID
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	10
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Christian Luidl
Dozent:innen	Christian Luidl
Lehrinhalte	Nach einer Einführung in die typografischen und technischen Grundlagen und Vorgaben soll die Benutzeroberfläche für eine konkrete Anwendung entwickelt werden.

<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Fachkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können die physiologischen und psychologischen Grundlagen der Wahrnehmung sowie die sich daraus ergebenden typografischen Grundlagen erklären.</li> <li>• Sie können die wichtigsten Technologien und Werkzeuge zur automatisierten Erstellung von Layouts erklären.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können einfache Dokumente automatisiert für verschiedene Medienkanäle aufzubereiten.</li> <li>• Sie können geeignete Layouts zu entwerfen und technisch umzusetzen.</li> <li>• Die Studierenden können unterschiedliche Technologien zur automatisierten Gestaltung hinsichtlich ihrer spezifischen Einsatzmöglichkeiten beurteilen.</li> <li>• Die Studierenden können ihre Fachkenntnissen auf konkrete Problemstellungen anwenden.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können sich in neue Aufgabenstellungen einzuarbeiten.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können sich im Team zu organisieren sowie entsprechende Projekte planen, strukturieren, durchführen und leiten.</li> </ul>
<p>Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung</p>	<p>keine</p>
<p>Verwendung des Moduls</p>	<p>Ingenieurwissenschaftliche und Studiengänge mit Medienbezug</p>
<p>Prüfungsform</p>	<p>Projektarbeit, 10 Seiten A4</p>
<p>Lehrform</p>	<p>4 SWS Proj</p>

Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dozentenvortrag</li><li>• Teilnehmervorträge</li><li>• Tafel, Beamer, Overhead, Flipchart, etc.</li><li>• Internetrecherche</li><li>• Gruppenarbeit</li><li>• Übungen am PC</li><li>• Hausaufgaben</li></ul>
Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.

## Entwicklung und Optimierung von Druckprozessen und -produkten (MW107-EODP)

Modulbezeichnung	Entwicklung und Optimierung von Druckprozessen und -produkten
Kürzel	MW107-EODP
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	10
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Ulrich Moosheimer
Dozent:innen	Ulrich Moosheimer
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse auf dem Gebiet der Methoden zur Entwicklung und Optimierung von Prozessen. An Beispielen in der Praxis wenden sie diese Kenntnisse an.</li> <li>• Bei der Entwicklung und Optimierung von Druckprozessen und -produkten vertiefen sie speziell ihr technisches und kaufmännisches Wissen.</li> </ul>

<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p>Die Studierenden erwerben die Fertigkeit, Druckprodukte und -prozesse zu entwickeln und zu optimieren. Wichtiger Baustein ist die Kompetenz zur Auswahl und Anwendung der jeweiligen Methode. Zusätzlich dazu erwerben sie Kompetenz im Bereich der Teamarbeit und Präsentation.</p> <p><b>Fachkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind nach dem Besuch des Moduls in der Lage, Methoden zur Entwicklung und Optimierung von Prozessen auszuwählen und anzuwenden.</li> <li>• Sie wenden ausgewählte Instrumente des Prozessmanagements an.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden lösen im Rahmen von Team- und Eigenarbeit Fallbeispiele.</li> <li>• Sie können das Fachwissen auf konkrete Prozesse übertragen.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden benutzen Methoden des selbstgesteuerten Lernens.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden organisieren sich in Gruppen und schulen dadurch ihre Teamfähigkeit.</li> <li>• Sie arbeiten interdisziplinär und präsentieren Ergebnisse.</li> </ul>
<p>Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung</p>	<p>keine</p>
<p>Verwendung des Moduls</p>	<p>Ingenieurwissenschaftliche und betriebswirtschaftliche Studiengänge; Prozessmanagement</p>

Prüfungsform	Die konkrete Prüfungsform wird zu Semesterbeginn im Studienplan verbindlich festgelegt.
Lehrform	SU, Ü, Pr, S, Proj
Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag</li> <li>• Teilnehmervorträge</li> <li>• Industriereferenten</li> <li>• Tafel, Beamer, Flipchart, Metaplan, etc.</li> <li>• Gruppenarbeit</li> <li>• Übungen</li> <li>• Hausaufgaben</li> <li>• Exkursion</li> </ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nentwig, Joachim (2006): <i>Kunststoff-Folien Herstellung - Eigenschaften - Anwendung</i> , Carl Hanser Verlag</li> <li>• Hahne, Peter (2007): <i>Innovative Drucktechnologien</i>, Verlag Der Siebdruck</li> <li>• Teschner, Helmut (2003): <i>Druck- und Medientechnik</i>, Fachschriften-Verlag</li> </ul>

## Modern Printing Technologies (MW108-MPT)

Modulbezeichnung	Modern Printing Technologies
Kürzel	MW108-MPT
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	10
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Ulrich Moosheimer
Dozent:innen	Ulrich Moosheimer
Lehrinhalte	<p>The topics of the class are mainly selected according to the newest trends and developments in printing technologies. The selected technologies are analyzed according to</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• equipment,</li> <li>• materials,</li> <li>• processes,</li> <li>• products,</li> <li>• quality and</li> <li>• markets.</li> </ul>

<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Expertise:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• After attending the courses, students are familiar with the problem solving strategies for the Graphic Communication Industry that integrate selected tools of design thinking, current software; current trends, practices and emerging digital topics.</li> </ul> <p><b>Methodological competence:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• They are able to evaluate technical literature and use it to find out and assess information about printing and its quality requirements in various industries.</li> </ul> <p><b>Self-competence:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• With this basic knowledge, they are able to deepen the acquired knowledge in the field of printing technology on their own responsibility.</li> </ul> <p><b>Social skills:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Students learn to discuss with other students and professional colleagues in a subject-related manner and to develop solutions together.</li> </ul>
<p>Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung</p>	<p>keine</p>
<p>Verwendung des Moduls</p>	<p>Ingenieurwissenschaftliche und technische Studiengänge mit Medienbezug</p>
<p>Prüfungsform</p>	<p>Die konkrete Prüfungsform wird zu Semesterbeginn im Studienplan verbindlich festgelegt.</p>
<p>Lehrform</p>	<p>SU, Ü, Pr, S, Proj</p>

Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dozentenvortrag</li><li>• Teilnehmervorträge</li><li>• Industriereferenten</li><li>• Tafel, Beamer, Overhead, Flipchart, etc.</li><li>• Gruppenarbeit</li><li>• Übungen in Gruppen</li><li>• Praktika im Labor</li><li>• Exkursion</li><li>• Skript</li><li>• Hausaufgaben</li></ul>
Literatur	<ul style="list-style-type: none"><li>• Emmerson, Paul (2007): <i>Business English Handbook</i>, MacMillan</li></ul>

## Design of Experiments (MW109-DOE)

Modulbezeichnung	Design of Experiments
Kürzel	MW109-DOE
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	10
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch (englische Fachliteratur)
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Ulrich Moosheimer
Dozent:innen	Ulrich Moosheimer
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden vertiefen ihre Kenntnisse auf dem Gebiet der Methoden zur Optimierung von Prozessen mit Hilfe der SixSigmaMethode Design of Experiments (DoE) .</li> <li>• An Beispielen in der Praxis wenden sie diese Kenntnisse an. Hierbei vertiefen sie ebenfalls ihr technisches Kenntnisse.</li> </ul>

<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Fachkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden sind nach dem Besuch des Moduls in der Lage, die SixSigmaMethode Design of Experiments (DoE) anzuwenden.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden lösen im Rahmen von Team- und Eigenarbeit Fallbeispiele.</li> <li>Sie können das Fachwissen auf konkrete Prozesse übertragen.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden benutzen Methoden des selbstgesteuerten Lernens.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden organisieren sich in Gruppen und schulen dadurch ihre Teamfähigkeit.</li> <li>Sie arbeiten interdisziplinär und präsentieren Ergebnisse.</li> </ul>
<p>Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung</p>	<p>keine</p>
<p>Verwendung des Moduls</p>	
<p>Prüfungsform</p>	<p>Die konkrete Prüfungsform wird in den ersten vier Wochen des jeweiligen Semesters festgelegt.</p>
<p>Lehrform</p>	<p>SU, Ü, Pr, S, Proj</p>
<p>Lehrmethoden</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dozentenvortrag</li> <li>Teilnehmervorträge</li> <li>Industriereferenten</li> <li>Tafel, Beamer, Overhead, Flipchart, etc.</li> <li>Gruppenarbeit</li> <li>Übungen in Gruppen</li> <li>Praktika im Labor</li> <li>Exkursion</li> <li>Skript</li> <li>Hausaufgaben</li> </ul>

Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.
-----------	--

## Marketing Case Studies (MW110-MKCS)

Modulbezeichnung	Marketing Case Studies
Kürzel	MW110-MKCS
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	10
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 22.5 Stunden Eigenstudium: 67.5 Stunden
Kreditpunkte	3 ECTS
Unterrichtszeit	2 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Sabine Wölflick
Dozent:innen	Sabine Wölflick
Lehrinhalte	In diesem Wahlpflichtfach werden aktuelle Marketing-Case-Studies aus den folgenden Bereichen bearbeitet: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Digital Media</li> <li>• Content Marketing</li> <li>• Print Technology</li> <li>• Social Media</li> </ul>

Angestrebte Lernergebnisse	<p><b>Fachkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nach dem Besuch der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, zu ausgewählten Marketingthemen inhaltlich kompetent Stellung zu beziehen.</li> <li>• Außerdem sind die Studierenden befähigt, grundlegende Marketing-Tools anzuwenden.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind in der Lage, Situationsanalysen (Märkte, Konkurrenz, Zielgruppen, Trends) durchzuführen, Ziele &amp; Strategien zu formulieren und den Marketing-Mix anzuwenden .</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können sich im Marketing Sachverhalte selbstständig erschließen und sich eigenständig organisieren.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Lehrveranstaltung befähigt die Studierenden, ihre Arbeitsergebnisse zielgruppengerecht und verständlich zu präsentieren.</li> <li>• Sie sind weiterhin in der Lage, interdisziplinär in Teams zusammen zu arbeiten.</li> </ul>
Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	keine
Verwendung des Moduls	Ingenieurwissenschaftliche und betriebswirtschaftliche Studiengänge mit Medienbezug
Prüfungsform	Studienarbeit, 10 Seiten A4
Lehrform	2 SWS SU
Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag mit Beamer, Flipchart &amp; Tafel (Präsenz &amp; digital)</li> <li>• Übungen in Gruppenarbeit (Präsenz &amp; digital)</li> <li>• begleitender Moodle-Kurs mit Vorlesungsunterlagen &amp; Zusatzmaterialien (Videos, Case Studies und aktuellen Zeitschriftenartikeln)</li> </ul>

Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.
Besondere Hinweise	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekannt gegeben.

## Digital Marketing Management (MW111-MCS)

Modulbezeichnung	Digital Marketing Management
Kürzel	MW111-MCS
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	10
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Sabine Wölflick
Dozent:innen	Sabine Wölflick
Lehrinhalte	In diesem Wahlpflichtfach werden aktuelle Marketing-Case-Studies aus den folgenden Bereichen bearbeitet: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Digital Media</li> <li>• Content Marketing</li> <li>• Social Media</li> </ul>

Angestrebte Lernergebnisse	<p><b>Fachkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nach dem Besuch der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, zu ausgewählten Marketingthemen inhaltlich kompetent Stellung zu beziehen.</li> <li>Außerdem sind die Studierenden befähigt, grundlegende Marketing-Tools anzuwenden.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden sind in der Lage, Situationsanalysen (Märkte, Konkurrenz, Zielgruppen, Trends) durchzuführen, Ziele &amp; Strategien zu formulieren und den Marketing-Mix anzuwenden .</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Studierenden können sich im Marketing Sachverhalte selbstständig erschließen und sich eigenständig organisieren.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Lehrveranstaltung befähigt die Studierenden, ihre Arbeitsergebnisse zielgruppengerecht und verständlich zu präsentieren.</li> <li>Sie sind weiterhin in der Lage, interdisziplinär in Teams zusammen zu arbeiten.</li> </ul>
Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	keine
Verwendung des Moduls	Ingenieurwissenschaftliche und betriebswirtschaftliche Studiengänge mit Medienbezug
Prüfungsform	Studienarbeit, 10 Seiten A4
Lehrform	4 SWS SU
Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dozentenvortrag mit Beamer, Flipchart &amp; Tafel (Präsenz &amp; digital)</li> <li>Übungen in Gruppenarbeit (Präsenz &amp; digital)</li> <li>begleitender Moodle-Kurs mit Vorlesungsunterlagen &amp; Zusatzmaterialien (Videos, Case Studies und aktuellen Zeitschriftenartikeln)</li> </ul>

Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.
-----------	--

## Mediation (MW112-MED)

Modulbezeichnung	Mediation
Kürzel	MW112-MED
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	10
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Sandra Ibrom
Dozent:innen	Sandra Ibrom
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Methode der Mediation (Ziele, Phasen und Prinzipien)</li> <li>• Einsatzgebiete der Mediation auch Deal-Mediation</li> <li>• Vernetztes und einbeziehendes Denken und Handeln</li> <li>• Einfühlsames Kommunizieren</li> <li>• Mediatives Verhandeln</li> <li>• Konfliktmanagement in Projekten</li> <li>• Mediative und werteorientierte Kollaboration</li> </ul>
Angestrebte Lernergebnisse	<p><b>Fachkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können die Methode der Mediation, ihre Ziele, Phasen und Prinzipien beschreiben.</li> <li>• Die Studierenden können die Verknüpfung von ganzheitlichem einbeziehendem und vernetztem Denken, Nachhaltigkeit und Technik</li> </ul>

erörtern.

- Die Studierenden können mit grundlegenden mediativen Kommunikationswerkzeugen nachhaltig agieren bei Vertragsverhandlungen, Aufgabenklärungen und Entwicklung von nachhaltigen Szenarien zur Aufgabenabwicklung.
- Studierende kennen Konfliktmanagementmethoden und können erkennen, für welche Situationen welche Konfliktinterventionsmethoden welche Interventionsmethoden mit welchen Zielen zum besten zum Einsatz kommen können.

### **Methodenkompetenz**

- Die Studierenden können die Methode der Mediation als denk-, Kommunikations- und Handlungsmodell für den Einsatz bei Gesprächen, Konflikten, Entscheidungen und Verhandlungen.
- Die Studierenden können Konflikte mehrdimensional beschreiben und geeignete Interventionsmethoden identifizieren.
- Die Studierenden können die mediative Haltung einsetzen für alle kommunikativen Prozesse.
- Durch den mediativ wertschätzenden Umgang können die Studierenden nachhaltige Wertschöpfung betreiben.

### **Selbstkompetenz**

- Die Studierenden lernen sich und ihr eigenes Konfliktverhalten zu reflektieren.
- Sie können empathisch und aktiv zuhören, auch im Sinne einer Selbstreflexion.
- Sie können Prozesse der Selbstwertschätzung in Gang setzen und sich so innere Sicherheit geben.

### **Sozialkompetenz**

- Die Studierenden können wertschätzend kommunizieren.
- Die Studierenden können mit Ambiguität tolerant umgehen und sind in der Lage, einen interessierten Verstehensprozess in der

	<p>zwischenmenschlichen Kommunikation aufzubauen und auf dieser Basis einen wertschätzenden Perspektivwechsel zu betreiben.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden können die hinter den eigenen und fremden Forderungen und Positionen liegenden Interessen erkennen und positiv formulieren.</li> <li>• Die Studierenden können empathisch zuhören und so andere Personen in Prozesse einbeziehen und zur lebendigen Mitarbeit ermutigen.</li> </ul>
Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	keine
Verwendung des Moduls	Ingenieurwissenschaftliche und wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge
Prüfungsform	Studienarbeit, 10 Seiten A4
Lehrform	4 SWS S
Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorträge</li> <li>• Kleingruppenübungen</li> <li>• Diskussionen</li> <li>• Erfahrungsaustausch</li> <li>• Reflexionsrunden</li> <li>• Rollenspiele</li> </ul>
Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.

## Globalisierung, Nachhaltigkeit und CSR I (MW201-GNC1)

Modulbezeichnung	Globalisierung, Nachhaltigkeit und CSR I
Kürzel	MW201-GNC1
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	10
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Claudia Fillmann
Dozent:innen	Oliver Eisenbiegler
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Lehrveranstaltung schlägt einen Bogen von den Wirkungszusammenhängen globaler Entwicklungen (Globalisierung) über das Konzept der Nachhaltigen Entwicklung zur Lösung globaler Probleme (Sustainable Development / SD) bis hin zur konkreten Implementierung von Nachhaltigkeitszielen in Unternehmen (Corporate Social Responsibility).</li> <li>• Nach der theoretischen Einführung wird in einer Projektarbeit praktisch erprobt, wie neue oder bereits Geschäftsmodelle an Nachhaltigkeitszielen ausgerichtet werden können.</li> </ul>
Angestrebte Lernergebnisse	<p><b>Fachkompetenz</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nach dem Besuch der Lehrveranstaltung sind die Studierenden in der Lage, die sozialen und ökologischen Folgewirkungen der aktuellen</li> </ul>

Lebens- und Wirtschaftsweise des Menschen abzuschätzen.

- Vor dem Hintergrund des globalen Wandels verstehen die Studierenden das Nachhaltigkeitskonzept als zentrales Instrument verantwortungsvollen Handelns.
- In Kenntnis der wichtigsten Nachhaltigkeitsstrategien haben die Studierenden gelernt, wie sich die Nachhaltigkeitsziele der Agenda 2030 konkret in unternehmerisches Handeln übersetzen lassen.

### **Methodenkompetenz**

- Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig komplexe Sachverhalte auf verschiedenen zeitlichen und räumlichen Maßstabsebenen zu erfassen.
- Sie haben gelernt, geeignete methodische Frameworks auszuwählen und zu nutzen, um Problemstellungen einzugrenzen und gemäß ihrer Auswirkungen und der tatsächlichen gegebenen Handlungsmöglichkeiten zu priorisieren.
- Sie können geeignete Zielsetzungen zur Problemlösung definieren und Strategien zu deren Erreichung entwickeln.

### **Sozialkompetenz**

- Die Studierenden haben gelernt, zu kontrovers diskutierten Themen unterschiedliche Wertvorstellungen und Standpunkte zu verstehen und zu akzeptieren.
- Sie haben gelernt, gemeinsam konstruktiv nach Lösungen zu suchen und in Gruppenarbeit die vielfältigen Perspektiven im Team zu nutzen, um die verschiedenen Aspekte einer Fragestellung zu beleuchten, Ideen zu sammeln und gemeinsam auszuarbeiten.

### **Selbstkompetenz**

- Die Studierenden haben gelernt, ihre

	<p>Entscheidungen und ihr Handeln entlang der Leitlinien des Nachhaltigkeitskonzepts kritisch zu überprüfen und ggf. neu auszurichten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sie kennen die Möglichkeiten und Grenzen zur Übernahme persönlicher Verantwortung und sind ermutigt, in diesem Rahmen mit Blick auf das Wohl künftiger Generationen aktiv zu werden.</li> </ul>
Empfohlene Module	Globalisierung, Nachhaltigkeit und CSR II   MW202-GNC2
Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	keine
Verwendung des Moduls	Ingenieurwissenschaftliche und wirtschaftswissenschaftliche Module Masterstudiengänge aller Fachrichtungen.
Prüfungsform	Studienarbeit, Mindestumfang 10 Seiten DIN A4
Lehrform	4 SWS SU
Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektorientiertes Lernen</li> <li>• Forschendes Lernen</li> </ul>
Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.

## Globalisierung, Nachhaltigkeit und CSR II (MW202-GNC2)

Modulbezeichnung	Globalisierung, Nachhaltigkeit und CSR II
Kürzel	MW202-GNC2
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	10
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Claudia Fillmann
Dozent:innen	Oliver Eisenbiegler
Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Das Wahlpflichtfach behandelt die Entstehungsgeschichte und die zentralen Ansätze einer zukunftsorientierten Wirtschafts- und Unternehmensethik und diskutiert das Konzept der „Corporate Social Responsibility“ (CSR).</li> <li>• Nach einer Einführung in die philosophischen und wirtschaftstheoretischen Grundlagen werden aktuelle Modelle verantwortungsvollen Managements anhand konkreter Beispiele diskutiert.</li> </ul>

Empfohlene Module	Globalisierung, Nachhaltigkeit und CSR I   MW201-GNC1
Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	keine
Verwendung des Moduls	Ingenieurwissenschaftliche und wirtschaftswissenschaftliche Module Masterstudiengänge aller Fachrichtungen.
Prüfungsform	Studienarbeit, Mindestumfang 10 Seiten DIN A4
Lehrform	4 SWS SU
Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Projektorientiertes Lernen</li> <li>• Forschendes Lernen</li> </ul>
Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.

## Projektmanagement nach GPM/IPMA Standard (MW203-GPM)

Modulbezeichnung	Projektmanagement nach GPM/IPMA Standard
Kürzel	MW203-GPM
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	10
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 22.5 Stunden Eigenstudium: 157.5 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	2 SWS
Unterrichtssprache	Deutsch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Thomas Kuen
Dozent:innen	Johannes Leischnig

Lehrinhalte	<ul style="list-style-type: none"><li>• Projektmanagementenerfolg</li><li>• Interessierte Parteien</li><li>• Projektanforderungen und Projektziele</li><li>• Risiken und Chancen</li><li>• Qualität</li><li>• Projektorganisation</li><li>• Teamarbeit</li><li>• Problemlösung</li><li>• Projektstrukturen</li><li>• Leistungsumfang und Lieferobjekte (Deliverables)</li><li>• Projektphasen, Ablauf und Termine</li><li>• Ressourcen</li><li>• Kosten und Finanzmittel</li><li>• Beschaffung</li><li>• Verträge</li><li>• Änderungen</li><li>• Überwachung und Steuerung, Berichtswesen</li><li>• Information und Dokumentation</li><li>• Kommunikation</li><li>• Projektstart</li><li>• Projektabschluss</li><li>• PM-Verhaltenskompetenzen sowie PM-Kontextkompetenzen</li></ul>
-------------	--

Angestrebte Lernergebnisse	<p><b>Fachkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden sind nach dem Besuch des Moduls in der Lage, Grundzüge des Projektmanagements zu definieren und zu erklären.</li> <li>• Sie können die Themenbereiche Geschäftsprozesse, Projektmanagement, Organisationsstrukturen, Informationsmanagement, Qualität, Vertragswesen, Kosten und Finanzierung unterscheiden und vergleichen.</li> <li>• Sie wenden die wesentlichen Instrumente des Projektmanagements an.</li> </ul> <p><b>Methodenkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden lösen im Rahmen von Team- und Eigenarbeit Fallbeispiele nach IPMA-Standard.</li> <li>• Sie können das Fachwissen auf konkrete Projekte übertragen.</li> </ul> <p><b>Selbstkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden benutzen Methoden des selbstgesteuerten Lernens.</li> </ul> <p><b>Sozialkompetenz:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Studierenden organisieren sich in Gruppen und schulen dadurch ihre Teamfähigkeit.</li> <li>• Sie arbeiten interdisziplinär und präsentieren Ergebnisse.</li> </ul>
Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung	keine
Verwendung des Moduls	Ingenieurwissenschaftliche und betriebswirtschaftliche Studiengänge; Projektmanagement
Prüfungsform	schriftliche Prüfung, 120 Minuten
Lehrform	2 SWS S
Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dozentenvortrag</li> <li>• Teilnehmervorträge</li> <li>• Tafel, Beamer, Overhead, Flipchart, etc.</li> <li>• Übungen</li> <li>• Hausaufgaben</li> </ul>

Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.
-----------	--

## Emerging Trends and Technologies in Graphic Communication (MW302-AT)

Modulbezeichnung	Emerging Trends and Technologies in Graphic Communication
Kürzel	MW302-AT
Studiensemester	1, 2, 3
Häufigkeit	einmal jährlich
Dauer	1 Semester
Geplante Gruppengröße	10
Arbeitsaufwand	Präsenzzeit: 45 Stunden Eigenstudium: 135 Stunden
Kreditpunkte	6 ECTS
Unterrichtszeit	4 SWS
Unterrichtssprache	Englisch
Zuordnung zum Curriculum	Media Technology & Management   Wahlpflichtmodul
Modulverantwortliche*r	Ulrich Moosheimer
Dozent:innen	
Lehrinhalte	<p>Selected topics from</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Advanced Digital Typography</li> <li>• Advanced Consumer Packaging</li> <li>• Advanced Interactive Product Development for Packaging and Publication</li> <li>• Advanced Color Management</li> <li>• Advanced Digital Photography</li> <li>• Advanced Digital Printing</li> <li>• Advanced Flexography</li> <li>• Advanced Database concepts</li> </ul>

<p>Angestrebte Lernergebnisse</p>	<p><b>Expertise:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• After attending the courses, students are familiar with the problem solving strategies for the Graphic Communication Industry that integrate selected tools of design thinking, current software; current trends, practices and emerging digital topics.</li> </ul> <p><b>Methodological competence:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• They are able to evaluate technical literature and use it to find out and assess information about printing and its quality requirements in various industries.</li> </ul> <p><b>Self-competence:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• With this basic knowledge, they are able to deepen the acquired knowledge in the field of printing technology on their own responsibility.</li> </ul> <p><b>Social skills:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Students learn to discuss with other students and professional colleagues in a subject-related manner and to develop solutions together.</li> </ul>
<p>Vorkenntnisse/ Teilnahmevoraussetzung</p>	<p>keine</p>
<p>Verwendung des Moduls</p>	<p>Ingenieurwissenschaftliche und technische Studiengänge mit Medienbezug</p>
<p>Prüfungsform</p>	<p>Die konkrete Prüfungsform wird zu Semesterbeginn im Studienplan verbindlich festgelegt.</p>
<p>Lehrform</p>	<p>SU, Ü, Pr, S, Proj</p>

Lehrmethoden	<ul style="list-style-type: none"><li>• Dozentenvortrag</li><li>• Teilnehmervorträge</li><li>• Industriereferenten</li><li>• Tafel, Beamer, Overhead, Flipchart, etc.</li><li>• Gruppenarbeit</li><li>• Übungen in Gruppen</li><li>• Praktika im Labor</li><li>• Exkursion</li><li>• Skript</li><li>• Hausaufgaben</li></ul>
Literatur	Aktuelle Literatur wird in der Lehrveranstaltung bekanntgegeben.