

MITTEILUNGSBLATT DER KARL-FRANZENS-UNIVERSITÄT GRAZ



78. SONDERNUMMER

Studienjahr 2012/13

Ausgegeben am 27. 6. 2013

39.n Stück

Curriculum des berufsbegleitenden Universitätslehrganges „Medienlehrgang“

Impressum: Medieninhaber, Herausgeber und Hersteller: Karl-Franzens-Universität Graz,
Universitätsplatz 3, 8010 Graz. Verlags- und Herstellungsort: Graz.
Anschrift der Redaktion: Administration und Dienstleistungen, Universitätsdirektion, Universitätsplatz 3,
8010 Graz. E-Mail: mitteilungsblatt@uni-graz.at
Internet: https://online.uni-graz.at/kfu_online/wbMitteilungsblaetter.list?pOrg=1

Curriculum des berufsbegleitenden Universitätslehrganges „Medienlehrgang“ an der Karl-Franzens-Universität Graz

Gemäß § 56 Universitätsgesetz 2002 (UG), BGBl. I Nr. 120/2002, in der Fassung BGBl. I Nr. 81/2009, und gemäß Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen und Satzungsteil Universitätslehrgänge der Karl-Franzens-Universität Graz wird an der Karl-Franzens-Universität Graz der berufsbegleitende Universitätslehrgang Medienlehrgang eingerichtet.

Der Senat hat in seiner 25. Sitzung am 26. Juni 2013 die Beschlüsse der Curricula-Kommission Universitätslehrgänge vom 28. November 2012, 31. Jänner 2013, 7. März 2013, 5. Juni 2013 und 13. Juni 2013 (Umlaufbeschluss) genehmigt und gemäß § 25 Abs. 1 Z 10 UG das folgende Curriculum für den berufsbegleitenden Universitätslehrgang „Medienlehrgang“ erlassen.

Inhaltsverzeichnis

§ 1 Allgemeines

- (1) Gegenstand des Studiums
- (2) Qualifikationsprofil und Kompetenzen
- (3) Bedarf und Relevanz des Studiums für die Wissenschaft und den Arbeitsmarkt
- (4) Zielgruppen

§ 2 Bestimmungen

- (1) Dauer und Gliederung des Studiums
- (2) Zulassungsvoraussetzungen
- (3) Lehr- und Lernformen
- (4) Lehrveranstaltungstypen
- (5) Zuteilung von ECTS-Anrechnungspunkten
- (6) Beschränkung der Plätze
- (7) Akademischer Grad

§ 3 Aufbau der Module

- (1) Module und Lehrveranstaltungen
- (2) Voraussetzungen für den Besuch von Modulen/Lehrveranstaltungen
- (3) Wahlfächer
- (4) Praktika

§ 4 Prüfungsordnung

- (1) Lehrveranstaltungsprüfungen
- (2) Abschlussarbeit und Abschlussprüfung
- (3) Masterarbeit und Masterprüfung
- (4) Wiederholung von Prüfungen
- (5) Anerkennung von Prüfungen

§ 5 Lehrgangsorganisation

- (1) Lehrgangsleitung
- (2) Lehrgangskostenbeitrag
- (3) Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung

§ 6 In-Kraft-Treten des Curriculums

Anhang I: Modulbeschreibungen

Anhang II: Musterstudienablauf, gegliedert nach Fachbereichsfächern

§ 1 Allgemeines

(1) Gegenstand des Studiums

Gegenstand und Zielrichtung dieses Universitätslehrganges sind alle Themenbereiche der Medien. Die Inhalte orientieren sich an den gegenwärtigen und zukünftigen Herausforderungen und Aufgaben der medialen Praxis. Vor dem Hintergrund der – vor allem in der letzten Zeit durch die Neuen Medien – explosionsartigen Veränderungen in dieser Branche, werden die Absolventinnen und Absolventen dieses Lehrganges für ein umfangreiches, anspruchsvolles und wechselreiches Tätigkeitsfeld qualifiziert, womit sich deren Chancen am gegenständlichen Arbeitsmarkt wesentlich erhöhen. Der Lehrgang vermittelt den Studierenden das für diesen Berufszweig erforderliche umfassende Wissen und stattet sie mit den dafür notwendigen Praxiskompetenzen aus, um auch neuen Entwicklungen erfolgreich begegnen zu können.

Der Universitätslehrgang wird in zwei Teilen angeboten. Im viersemestrigen ersten Teil, der nach einer Abschlussarbeit und Abschlussprüfung mit dem Titel einer „Akademische Medienfachfrau“ bzw. eines „Akademischer Medienfachmann“ abschließt, werden alle essentiell notwendigen allgemeinen und fachspezifischen Fachinformationen für den Medienbereich angeboten, wobei die Studierenden die Möglichkeit haben, sich unmittelbar nach Studiumsbeginn einen der fünf angebotenen Fachbereiche auszuwählen und sich so speziell für dieses Berufsfeld zu spezialisieren und auf die eigene gewünschte Berufspraxis vorzubereiten. Die fünf Fachbereiche sind: „Printmedien“, „MedienberaterIn und PressesprecherIn“, „Radio“, „Video, Film & Fernsehen“ sowie „Online-Medien“.

Teil 2 des Studiums ist ein im 5. Semester darauf aufbauendes Mastermodul, das nach einer Masterarbeit und Masterprüfung mit dem „Master of Arts“ abgeschlossen wird und die Absolventinnen und Absolventen als bestens qualifizierte, zukünftige Führungspersönlichkeiten auszeichnet, die befähigt sind, ihre erworbenen Kompetenzen professionell in der Berufswelt umzusetzen.

(2) Qualifikationsprofil und Kompetenzen

Ziel dieses Universitätslehrganges ist es, dass die Studierenden nach Absolvierung des Studiums über jenes fundierte Wissen verfügen, das für angehende Journalistinnen/Journalisten in den Bereichen Printmedien, elektronische Medien, in Hörfunk, Film und Fernsehen sowie für Medieberaterinnen/Medienberater und Pressesprecherinnen/Pressesprecher unbedingt erforderlich ist.

Dem zufolge erlangen die Absolventinnen und Absolventen folgende Kompetenzen:

- Durch die eng an die konkreten beruflichen Wirkungsfelder abgestimmte Konzeption des Universitätslehrganges werden hohe fachliche, aber auch soziale Kompetenzen erlernt, die für die Tätigkeit für den praktischen Alltag im Mediengeschäft von großer Wichtigkeit sind.
- Der Universitätslehrgang befähigt die Absolventinnen und Absolventen, Themenstellungen der Praxis auf hohem fachlichem Niveau theoretisch und praktisch zu lösen bzw. neue Möglichkeiten der Umsetzung zu kreieren.
- Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erwerben auch jene Schlüssel- und Handlungskompetenzen, die für die Leitung und Organisation von Funktionen im Medienbereich benötigt werden.
- Zudem verfügen die Absolventinnen und Absolventen über ein fundiertes Wissen und Können hinsichtlich der Wirkungsweise bei öffentlichen Auftritten – live oder vor der Kamera.
- Die schwerpunktmäßige Ausbildung bildet die Grundlage dafür, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer ihre erworbenen Kompetenzen im gewählten Fachbereich in der praktischen Umsetzung professionalisieren und weiter entwickeln können.

(3) Bedarf und Relevanz des Studiums für die Wissenschaft und den Arbeitsmarkt

Der Medienbereich ist durch die Neuen Medien mit ihren sich immer ändernden Technologien und den damit verbundenen Kommunikationsformen einem besonders rasanten Fortschritt unterworfen. Das Studienangebot dieses Universitätslehrganges trägt dieser Entwicklung Rechnung und leistet damit einen entscheidenden Beitrag, dass die regionale und nationale Medienlandschaft auch für zukünftige Veränderungen gerüstet ist.

Die Absolventinnen/Absolventen haben durch dieses Studium die Möglichkeit, als Journalistinnen/Journalisten bzw. Medienfachleute in allen Bereichen der Medien- und

Kommunikationbranche, von Print über Radio bis hin zu TV, Film und Internet, zu arbeiten und ihr erworbenes Sach- und Fachwissen nicht nur unter Beweis zu stellen, sondern auch für einen noch besseren wirtschaftlichen Erfolg der Unternehmungen zur Verfügung zu stellen.

(4) Zielgruppen

Absolventinnen und Absolventen fachverwandter universitärer oder hochschulischer Studiengänge sowie in- und ausländischer Bildungseinrichtungen bzw. Interessierte mit einer diesbezüglich mindestens dreijährigen Berufserfahrung.

§ 2 Bestimmungen

(1) Dauer und Gliederung des Studiums

Der universitäre Masterlehrgang umfasst fünf Semester mit einem Arbeitsaufwand von insgesamt 120 ECTS-Anrechnungspunkten und ist modular und berufsbegleitend strukturiert. Die Teilnehmerinnen/Teilnehmer werden nach Maßgabe der organisatorischen Möglichkeiten ihrem gewählten Fachbereich zugewiesen. Auf den viersemestrigen ersten Teil entfallen 90 ECTS-Anrechnungspunkte und auf den einsemestrigen zweiten Teil 30 ECTS-Anrechnungspunkte. Im Einzelnen gliedert er sich wie folgt:

	ECTS	
Teil 1		90
Modul A: Grundlagen	13	
Modul B: Medienwesen und Medienpolitik	(12)	
Modul C: Recht und Wirtschaft für Medien	8	
Modul D: Journalistische Grundlagen	(12)	
Modul E: MedienberaterIn und PressesprecherIn	(15)	
Modul F: Printmedien	(13)	
Modul G: Radio	(14)	
Modul H: Video, Film & Fernsehen	(13)	
Modul I: Online-Medien	(10)	
Modul J: Abschlussmodul	10	
Teil 2		30
Modul K: Mastermodul	30	
Summe		120

(2) Zulassungsvoraussetzungen

- a. Voraussetzung für die Zulassung zum Teil 1 des ULG „Medienlehrgang“ ist
 - a.a. der Abschluss eines fachlich in Frage kommenden Bachelorstudiums oder
 - a.b. eines fachlich in Frage kommenden Fachhochschul-Bachelorstudienganges oder
 - a.c. eines anderen gleichwertigen Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung oder
 - a.d. eine gleichwertige Qualifikation mit mindestens dreijähriger Berufserfahrung. Der Nachweis der allgemeinen Universitätsreife gilt durch den Nachweis dieser Zulassungsvoraussetzung jedenfalls als erbracht.
- b. Der Bewerbung sind, insoweit kein Studienabschluss vorliegt, der Nachweis für die allgemeine Universitätsreife, sonstige berufliche Qualifikationen, ein Lebenslauf sowie ein Motivationsschreiben anzuschließen, in dem die/der Bewerberin/Bewerber die Gründe für eine Teilnahme am Universitätslehrgang Medienlehrgang ausführt und zusätzlich bereits ihren/seinen Fachbereichswunsch formuliert.
- c. Im Rahmen der Zulassung ist ein Prüfungsgespräch zu tagespolitischen Themen vorgesehen, das über den allgemeinen Bildungsstand und die deutsche Sprachkompetenz Aufschluss gibt.
- d. Über die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzung und die Eignung der Zulassungswerberinnen/Zulassungswerber entscheidet die/der wissenschaftliche Leiterin/Leiter im Auftrag des Rektorats.
- e. Zum Teil 2, dem Mastermodul, ist die unter lit. a.a bis a.d. angeführte Personengruppe zugelassen, die den Nachweis über den erfolgreichen Abschluss von Teil 1 des Medienlehrganges erbracht haben.

(3) Lehr- und Lernformen

- a. Der Universitätslehrgang wird in deutscher Sprache abgehalten, wobei englischsprachige Sequenzen vorgesehen sind.
- b. Der Lehrgang ist als berufsbegleitendes Studium konzipiert. Als solches ist er inhaltlich mit einem Vollzeitstudium ident. Unterschiede ergeben sich hinsichtlich der Organisation, welche die Kombination von Studium und Berufstätigkeit ermöglichen. So werden die einzelnen Lehrveranstaltungen sowohl in geblockter als auch ungeblockter Form mit der Verpflichtung einer permanenten Anwesenheitspflicht und ständigen Mitarbeit abgehalten.
- c. Die vielfältigen Lehr- und Lernmethoden werden in den jeweiligen Studieneinheiten in optimaler Form auf den Inhalt abgestimmt. Um Wissen und Anwendung optimal miteinander zu verknüpfen, wird mit projektorientierten Arbeiten die individuelle Lernerfahrung sicher gestellt und durch den Erfahrungsaustausch unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern nicht nur die fachlichen, sondern auch sozialen und personalen Kompetenzen erweitert. Deshalb wird in den praktischen Übungseinheiten von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern eine besonders aktive Teamarbeit erwartet.

(4) Lehrveranstaltungstypen

Im Curriculum werden folgende Lehrveranstaltungstypen angeboten:

- a. Vorlesungen (VO): Lehrveranstaltungen, bei denen die Wissensvermittlung durch Vortrag der Lehrenden erfolgt. Die Prüfung findet in einem einzigen Prüfungsakt statt, der mündlich oder schriftlich oder schriftlich und mündlich stattfinden kann.
- b. Kurse (KS): Lehrveranstaltungen, in denen die Studierenden die Lehrinhalte gemeinsam mit den Lehrenden erfahrungs- und anwendungsorientiert bearbeiten.
- c. Übungen (UE): Übungen haben den praktisch-beruflichen Zielen der Studien zu entsprechen und konkrete Aufgaben zu lösen.
- d. Seminare (SE): Seminare dienen der wissenschaftlichen Diskussion. Von den Teilnehmenden werden eigene Beiträge geleistet. Seminare werden in der Regel durch eine schriftliche Arbeit abgeschlossen.
- e. Vorlesungen verbunden mit Übungen (VU): Bei diesen sind im unmittelbaren Zusammenhang mit einer Lehrtätigkeit im Sinne des § 1 Abs. 3 Z 3 lit a Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen, den praktisch-beruflichen Zielen des Universitätslehrganges entsprechend, konkrete Aufgaben und ihre Lösung zu behandeln.
- f. Exkursionen verbunden mit Übungen (XU): Sie stellen eine Kombination aus den in lit. c und f genannten Lehrveranstaltungen dar.

Alle unter b. bis f. genannten Lehrveranstaltungstypen gelten als Lehrveranstaltungen mit immanentem Prüfungscharakter.

(5) Zuteilung von ECTS-Anrechnungspunkten

Allen von den Studierenden zu erbringenden Leistungen werden ECTS-Anrechnungspunkte zugeteilt. Mit diesen ECTS-Anrechnungspunkten ist der relative Anteil des mit den einzelnen Studienleistungen verbundenen Arbeitspensums zu bestimmen. Ein ECTS-Anrechnungspunkt entspricht 25 Echtstunden. Das Arbeitspensum umfasst den Selbststudienanteil und die Kontaktstunden. Eine Kontaktstunde entspricht 45 Minuten pro Unterrichtswoche des Semesters.

(6) Beschränkung der Plätze

- a. Die Zahl der Studienplätze des Lehrganges ist für eine MindestteilnehmerInnenzahl von 15 Personen und auf eine maximale Höchstzahl von 50 TeilnehmerInnen/Teilnehmern festgelegt.
- b. Die maximale TeilnehmerInnenzahl für die Praktika in den fünf Fachbereichen ist jeweils mit maximal 12 Studierenden begrenzt.

Die Lehrveranstaltungen werden an der Karl-Franzens-Universität Graz oder in Räumen abgehalten, die aus Gründen der Zweckmäßigkeit auf Vorschlag der/des jeweiligen Vortragenden im Einvernehmen mit der/dem Lehrgangsleiterin/Lehrgangsleiter bestimmt werden. Dabei ist darauf zu achten, dass für die Studierenden keine unzumutbaren Belastungen durch die Zurücklegung von größeren Wegstrecken entstehen.

(7) Akademischer Grad

- Den Absolventinnen und Absolventen wird nach positivem Abschluss des ersten Teiles des Universitätslehrganges ein Diplom mit der Bezeichnung „Akademische Medienfachfrau“ bzw. „Akademischer Medienfachmann“ verliehen.
- Nach erfolgreichem Abschluss des Masterstudiums wird den Absolventinnen und Absolventen der akademische Grad „Master of Arts“, abgekürzt „MA“, verliehen.

§ 3 Aufbau der Module

(1) Module und Lehrveranstaltungen

Der fünfsemestrige Universitätslehrgang umfasst einen Arbeitsaufwand (Workload) von insgesamt 120 ECTS-Anrechnungspunkten.

Das Studium ist modular strukturiert. Die Lehrveranstaltungen sind im Folgenden mit Titel, Typ, ECTS-Anrechnungspunkten (ECTS), Kontaktstunden (KStd.) und der empfohlenen Semesterzuordnung (Sem.) genannt. In den Spalten Pflichtfach (PF) bzw. gebundenes Wahlfach (GWF) ist gekennzeichnet, ob es sich um ein Pflicht- oder ein gebundenes Wahlfach handelt. Aus den gebundenen Wahlfächern ist entsprechend dem gewählten Fachbereich auszuwählen (siehe **1 2 3 4 5**). Die detaillierten Modulbeschreibungen befinden sich im Anhang I.

Modul A	Grundlagen	LV-Typ	ECTS	PF/GWF	KStd.	empf.Sem.	Print	Presse	Radio	Film	Online
A.1	Wissenschaftliche Arbeitsmethoden	VU	2	PF	1	1	1	2	3	4	5
A.2	Berufsfelder in der Medienbranche	VO	2	PF	1	1	1	2	3	4	5
A.3	Zeitgeschichte & Politische Bildung 1	VU	2	PF	2	1	1	2	3	4	5
A.4	Zeitgeschichte & Politische Bildung 2	VU	1	PF	1	2	1	2	3	4	5
A.5	Zeitgeschichte & Politische Bildung 3	VU	2	PF	1	3	1	2	3	4	5
A.6	Zeitgeschichte & Politische Bildung 4	VU	2	PF	2	4	1	2	3	4	5
A.7	Soziologie & Psychologie für Medienberufe	VO	2	PF	1	1	1	2	3	4	5
	Summe		13		9						
Modul B	Medienwesen & Medienpolitik	LV-Typ	ECTS	PF/GWF	KStd.	empf.Sem.					
B.1	Medienmärkte, Medientheorien	VO	3	PF	1	2	1	2	3	4	5
B.2	Marketing & Kommunikation	KS	2	PF	1	2	1	2	3	4	5
B.3	Medienanalysen & RezipientInnenforschung 1	VO	3	GWF	1	3	1	2		4	5
B.4	Medienanalysen & RezipientInnenforschung 2	VO	2	GWF	0,5	4	1	2		4	5
B.5	Verlagswesen	VO	2	GWF	1	4	1	2			
	Summe		12		4,5						
Modul C	Recht und Wirtschaft für Medien	LV-Typ	ECTS	PF/GWF	KStd.	empf.Sem.					
C.1	Medienrecht 1	VO	2	PF	1	1	1	2	3	4	5
C.2	Medienrecht 2	VO	2	PF	1	3	1	2	3	4	5
C.3	Wirtschaft für Medienberufe 1	VO	2	PF	1	2	1	2	3	4	5
C.4	Wirtschaft für Medienberufe 2	VO	2	PF	1	4	1	2	3	4	5
	Summe		8		4						

Modul D	Journalistische Grundlagen	LV-Typ	ECTS	PF/GWF	KStd.	empf.Sem.					
D.1	Journalistische Arbeit	VU	2	PF	1	1	1	2	3	4	5
D.2	Journalistisches Schreiben	VU	3	GWF	1	1	1	2	3		5
D.3	Fachjournalismus	VU	2	GWF	1	4	1	2			
D.4	Auslandskorrespondentinnen/ Auslandskorrespondenten	VO	1	PF	1	4	1	2	3	4	5
D.5	Gestaltung & Interpretation v. Umfragen	VU	3	GWF	1	3	1	2			5
D.6	Dokumentation, Archivierung, Datenverarbeitung	XU	1	PF	1	4	1	2	3	4	5
	Summe		12		6						
Modul E	MedienberaterIn und PressesprecherIn	LV-Typ	ECTS	PF/GWF	KStd.	empf.Sem.					
E.1	Presse- & Unternehmenskommunikation	VU	2	GWF	1	2		2	3		5
E.2	Sprechtechnik	VU	2	GWF	1	2		2	3		
E.3	Präsentation & Moderation	VU	2	PF	1	3		2	3	4	5
E.4	Englisch für Fortgeschrittene	UE	2	GWF	1	1					5
E.5	Englisch für Journalistinnen/Journalisten	VU	2	GWF	1	3					5
E.6	Nachrichtenvermittlung 1	VU*	2	GWF	1	2		2			
E.7	Nachrichtenvermittlung 2	VU*	3	GWF	2	3		2			
	Summe		15		8						
Modul F	Printmedien	LV-Typ	ECTS	PF/GWF	KStd.	empf.Sem.					
F.1	Mediendesign 1 (Schrift, Komposition, Layout)	VU	1	PF	1	1	1	2	3	4	5
F.2	Mediendesign 2 (Farbe, Komposition, Layout)	VU	1	PF	1	2	1	2	3	4	5
F.3	Pressefotografie	VU	2	GWF	1	3	1	2			
F.4	Sportfotografie	VU	1	GWF	1	4	1	2			
F.5	Zeitungsgestaltung	VU	2	GWF	1	3	1	2			5
F.6	Druckverfahren	VU	1	GWF	0,5	4	1	2			
F.7	Zeitungspraktikum 1	VU*	3	GWF	2	3	1				
F.8	Zeitungspraktikum 2	VU*	2	GWF	1	4	1				
	Summe		13		8,5						
Modul G	Radio	LV-Typ	ECTS	PF/GWF	KStd.	empf.Sem.					
G.1	Arten der audio-visuellen Medien, Programmgestaltung	VO	2	GWF	1	1			3	4	
G.2	Regie, Textgestaltung, Sounddesign	VU	2	GWF	1	2			3	4	
G.3	Tontechnik	VU	2	GWF	1	2			3	4	
G.4	Interview	VU	3	GWF	1	4			3	4	
G.5	Radio-Praktikum 1	VU*	2	GWF	1	2			3		
G.6	Radio-Praktikum 2	VU*	3	GWF	2	3			3		
	Summe		14		7						
Modul H	Video, Film & Fernsehen	LV-Typ	ECTS	PF/GWF	KStd.	empf.Sem.					
H.1	Buch & Dramaturgie	VU	2	GWF	1	1			3	4	
H.2	Videotechnik	KS	2	GWF	1	1				4	
H.3	Kameraführung, Bild- & Lichttechnik	KS	2	GWF	1	2				4	
H.4	Schnitt- & Postproduktion	VU	2	GWF	1	2			3	4	
H.5	Film- & Videopraktikum 1	VU*	2	GWF	1	3				4	

die Beurteilung der regelmäßigen schriftlichen oder mündlichen Beiträge sowie kontinuierlichen aktiven Mitarbeit und weitere Anforderungen, die zu Beginn der Lehrveranstaltung durch die/den Lehrveranstaltungsleiterin/Lehrveranstaltungsleiter bekannt gegeben werden, abgeschlossen. Die aktive Mitarbeit der Studierenden ist somit ein Beurteilungskriterium.

- c. Die Prüfungen sind in der Regel gegen Ende des Semesters, in welchem die Lehrveranstaltungen besucht worden sind, abzulegen, spätestens jedoch bis zum Ende des dem letzten (4.) Semester des Lehrganges folgenden Studienjahres. Die Festsetzung der Prüfungstermine und die Reihenfolge der Prüfungen sind im Einvernehmen mit der/dem Lehrgangsleiterin/Lehrgangsleiter von der/dem Lehrveranstaltungsleiterin/Lehrveranstaltungsleiter zu bestimmen.
- d. Über die Einzelprüfungen sind Zeugnisse auszustellen.

(2) Abschlussarbeit und Abschlussprüfung

- a. Die Teilnehmerinnen/Teilnehmer haben am Ende des ersten Teiles dieses Universitätslehrganges eine Abschlussprüfung abzulegen, welche 3 ECTS-Anrechnungspunkte umfasst.
- b. Voraussetzung für die Zulassung zu dieser Abschlussprüfung des Teiles 1 des Medienlehrganges ist der positive Abschluss aller erforderlichen Prüfungsleistungen in den Modulen A bis I, welche insgesamt 80 ECTS-Anrechnungspunkte umfassen, sowie die positive Beurteilung einer Abschlussarbeit.
- c. Die schriftliche Abschlussarbeit (auch in Form von Zeitungsseiten, Tonfeatures, Videoclips etc.) umfasst ein Ausmaß von 7 ECTS-Anrechnungspunkten. Sie soll ca. einen Umfang von 35 Seiten (exklusive Deckblatt, ehrenwörtlicher Erklärung, Inhaltsangabe, Zusammenfassung, Literaturangaben, Anhang) aufweisen und im vierten Semester verfasst werden. Die Absolventinnen/Absolventen sollen damit nachweisen, dass sie den verschiedenen Anforderungen des ersten Teiles des Universitätslehrganges in theoretischer und praktischer Form gerecht werden. Das Thema der Arbeit kann von den Studierenden vorgeschlagen werden und ist von der/dem Vortragenden des entsprechenden Fachgebietes im Einvernehmen mit der/dem Lehrgangsleiterin/Lehrgangsleiter zu genehmigen. Die Beurteilung der Arbeit ist von diesen beiden Personen durchzuführen, wobei die/der Vortragende stets der Erstbegutachter bzw. die Erstbegutachterin ist.
- d. Die Abschlussprüfung selbst ist als kommissionelle mündliche Prüfung abzulegen und ist von der Betreuerin bzw. dem Betreuer der Abschlussprüfung im Beisein der/des Lehrgangsleiterin/Lehrgangsleiters abzuhalten. Sie besteht aus Fragen zur Abschlussarbeit sowie zu einem lehrgangsrelevanten Thema.
- e. Den Absolventinnen und Absolventen ist nach Erfüllung aller Voraussetzungen ein Gesamtzeugnis auszufolgen, in dem alle positiv beurteilten Lehrveranstaltungen, das Thema und die Beurteilung der Abschlussarbeit und der mündlichen, kommissionellen Prüfung sowie die verliehene Bezeichnung angeführt sind.

(3) Masterarbeit und Masterprüfung

- a. Die Masterprüfung ist eine mündliche, kommissionelle Gesamtprüfung, die den ULG Medienlehrgang abschließt und 5 ECTS-Anrechnungspunkte umfasst.
- b. Sie kann erst abgelegt werden, wenn die Abschlussprüfung von Teil 1 des Medienlehrganges positiv absolviert wurde und die Masterarbeit positiv beurteilt wurde.
- c. Die Masterarbeit (§§ 75 und 81 UG, § 26 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen) umfasst ein Ausmaß von 20 ECTS-Anrechnungspunkten und ist im fünften Semester zu verfassen. Das Thema der Masterarbeit ist einem der Fachbereichsfächer zu entnehmen oder hat in einem sinnvollen Zusammenhang mit einem dieser Fächer zu stehen (§ 81 UG u. § 26 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen).
Die/Der Studierende ist berechtigt, das Thema vorzuschlagen oder aus einer Anzahl von zur Verfügung stehenden Vorschlägen der Betreuerinnen/Betreuer auszuwählen.
Die Aufgabenstellung der Masterarbeit ist so zu wählen, dass für die/den Studierende/Studierenden die Bearbeitung innerhalb von fünf Monaten möglich und zumutbar ist.
Die Masterarbeit besteht aus dem Deckblatt, einem Abstract, dem Inhaltsverzeichnis, dem Haupttext (80-120 Seiten, Schriftgrad 12pt.), Literaturverzeichnis und ggf. Anhang.
Die Beurteilung der Masterarbeit ist durch ein Zeugnis längstens innerhalb von vier Wochen nach Erbringung der zu beurteilenden Leistung zu beurkunden. (§ 75 Abs. 1 und 4 UG)
- d. Die Masterprüfung selbst ist gem. § 22 Abs. 3 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen, als eine kommissionelle mündliche Prüfung im Umfang von 45 Minuten abzulegen. Eines der beiden Prüfungsfächer hat im Zusammenhang mit der Masterarbeit zu stehen, das

zweite ist aus den restlichen modularen Fächern des Lehrganges (nicht jenes der Masterarbeit) zu wählen.

Teil der Masterprüfung ist eine bis zu 15 Minuten dauernde Präsentation und Defensio der Ergebnisse der Masterarbeit.

In der Masterprüfung soll die/der Absolventin/Absolvent zeigen, welche theoretischen Kenntnisse erworben sowie welche praktischen Aufgaben im Zuge des Universitätslehrganges bewältigt wurden.

Die Zusammensetzung der Prüfungskommission besteht aus drei Personen: für jedes Prüfungsfach eine/ein Prüferin/Prüfer – in der Regel die Vortragenden der jeweiligen Fächer (§§ 23, 24 und 32 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen) – sowie die/der den Vorsitz führende Lehrgangsleiterin/Lehrgangsleiter.

- e. Die Gesamtnote der Masterprüfung errechnet sich aus der Beurteilung der Masterarbeit sowie den erzielten Einzelnoten im Rahmen der Masterprüfung.

(4) Wiederholung von Prüfungen

Die Wiederholung von Prüfungen ist in § 35 Satzungsteil Studienrechtliche Bestimmungen geregelt.

(5) Anerkennung von Prüfungen

Die Anerkennung von Lehrveranstaltungen und Prüfungen erfolgt auf Antrag der/des ordentlichen Studierenden an das für studienrechtliche Angelegenheiten zuständige Organ gemäß § 78 Abs. 1 UG und gemäß den Richtlinien des Europäischen Systems zur Anerkennung von Studienleistungen (European Credit Transfer System – ECTS).

§ 5 Lehrgangsorganisation

(1) Lehrgangsleitung

Es ist eine wissenschaftliche Leitung zu bestellen, die von einer/einem Universitätsprofessorin/Universitätsprofessor oder einer/einem habilitierten Universitätslehrerin/Universitätslehrer wahrzunehmen ist. Die wirtschaftliche und organisatorische Leitung wird von UNI for LIFE wahrgenommen.

(2) Lehrgangskosten

Die Kosten des Universitätslehrganges setzen sich aus den Aufwendungen für die Lehrenden und den sonstigen Aufwendungen für Leitung, Organisation etc. zusammen. Diese Gelder werden aus dem Lehrgangsbeitrag sowie den Drittmitteln aufgebracht. Falls diese nicht in entsprechender Höhe zur Verfügung stehen, kann der Universitätslehrgang nicht stattfinden.

Der Lehrgangsbeitrag schließt nur die Kosten für die Lehrveranstaltungen ein, nicht hingegen sonstige Kosten, die u. a. für Fachliteratur, Recherchen im Zuge der Erstellung der Zertifizierungsarbeit oder die Teilnahme an allfälligen Exkursionen anfallen. Diese sowie allfällige sonstige Kosten für Reisen, Unterkunft und Verpflegung während des Universitätslehrganges sind von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern selbst zu tragen.

Die wirtschaftliche Lehrgangsleitung kann eine Änderung des Lehrgangsbeitrages aufgrund sinkender oder steigender Teilnehmerinnenzahlen/Teilnehmerzahlen vorschlagen. Der Lehrgangsbeitrag ist vom Rektorat unter Berücksichtigung der tatsächlichen Kosten festzusetzen. (§ 91 Abs. 7 UG).

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer dieses Universitätslehrganges sind außerordentliche Studierende. Soweit sie ausschließlich zum Universitätslehrgang zugelassen sind, haben sie nur den Lehrgangsbeitrag und nicht auch den Studienbeitrag zu entrichten. Die Bestimmungen über den Lehrgangsbeitrag gelten sinngemäß auch für die Kosten einzelner Module bzw. Lehrveranstaltungen. Diese sind gesondert festzusetzen.

(3) Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung

Zur Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung gelten die Bestimmungen gemäß § 4 Abs. 1 Satzungsteil Universitätslehrgänge. Die Bestimmungen der Karl-Franzens-Universität Graz zur Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung sind sinngemäß anzuwenden. Um die Qualität des Masterlehrganges sicherzustellen, wird eine begleitende inhaltliche Evaluation durch die Teilnehmerinnen/Teilnehmer, die Vortragenden und durch die Lehrgangsleitung durchgeführt. Die Befragungen werden zusammengeführt und evaluiert. Die daraus resultierenden Ergebnisse fließen in die Verbesserung der Rahmenbedingungen, der Inhalte und auch in die Methodik und Didaktik der Vortragenden ein.

§ 6 In-Kraft-Treten des Curriculums

Dieses Curriculum tritt nach der Verlautbarung im Mitteilungsblatt in Kraft.

Anhang I: Modulbeschreibungen

Modul A	Grundlagen
<i>ECTS-Anrechnungspunkte</i>	13
Inhalte:	<p>A.1 Wissenschaftliche Arbeitsmethoden [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bibliotheksbenutzung • Bibliographieren • Formen wissenschaftlichen Arbeitens (Exzerpt, Protokoll, Referat, Handout, Seminararbeit, Diplomarbeit, Dissertation) • Von der Idee zum Text • PQ4R-Methode • Übungsarbeiten <p>A.2 Berufsfelder in der Medienbranche [2 ECTS]</p> <p>Journalismus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Print, Presse • Radio • Fernsehen • Internet • Ressorts von Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport bis Unterhaltung • Funktionen, Strukturen und Hierarchien <p>Öffentlichkeitsarbeit (PR)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abgrenzungen und Gemeinsamkeiten <p>Technik (IT)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Anforderungen infolge Konvergenz • Spezialistinnen/Spezialisten von Redaktionssystemen bis Anzeigenerfassung <p>Visualisierung (Design)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Layout • Infografik • Fotografie • Bewegtbilder <p>Betriebswirtschaft (Management)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsführung vs. Chefredaktion • Spannungsfeld Werbefinanzierung/inhaltliche Unabhängigkeit <p>A.3 Zeitgeschichte & Politische Bildung 1 [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Europäische und österreichische Zeitgeschichte 1918 bis heute • Politische Strukturen; ökonomische, soziale Hintergrundfolien. <p>A.4 Zeitgeschichte & Politische Bildung 2 [1 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Europäische und österreichische Zeitgeschichte 1918 bis heute <p>A.5 Zeitgeschichte & Politische Bildung 3 [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Europäische und österreichische Zeitgeschichte 1918 bis heute • Gespräche mit führenden AkteurInnen an der Schnittstelle zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Vertretung der eigenen Einrichtungen. <p>A.6 Zeitgeschichte & Politische Bildung 4 [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Europäische und österreichische Zeitgeschichte 1918 bis heute • Demokratie, Parlamentarismus, Organe, Verwaltung, NGOs. • Gespräche mit führenden AkteurInnen an der Schnittstelle zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Vertretung der eigenen Einrichtungen. <p>A.7 Soziologie & Psychologie für Medienberufe [2 ECTS]</p> <p>Mediensoziologie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wechselwirkungen zwischen Gesellschaft, Medien und Individuum

	<ul style="list-style-type: none"> • Verhältnis von Medienwandel und Gesellschaftsstrukturen • Funktionen des autonomen Sozialsystems der Massenmedien • Bedeutung massenmedialer Formate für Identitäts- und Individualisierungsprozesse • Begriff der Medialisierung • Entstehung öffentlicher Meinung, Meinungsbildung • Medien – Macht – Öffentliche Meinung • Medien in Gesellschaftstheorien (Kritische Medientheorien, Kulturtheorien, Systemtheorien, Medienphilosophische Theorien etc.) • Medientheorien (Theorie des Films, Theorie des Internets etc.) • Zugang zum Beruf der Journalistinnen/Journalisten • Wirkung der Medien auf Menschen • Umgang der Menschen mit Medien • Bedeutung und Auswirkung Medien für das Individuum und die Gesellschaft • Wirkungsweisen und Inszenierungsstrategien im Spannungsfeld von Öffentlichkeit und Privatheit • Strukturveränderung in der Kommunikation • Männlichkeits- und Weiblichkeitsklischees • Ästhetisierung stigmatisierter Gruppen • Emotionalität und Körpersprache • Dichotomische Motive in Wahlreden <p>Medienpsychologie</p> <ul style="list-style-type: none"> • menschliches Erleben und Verhalten im Umgang mit Medien • Medienverantwortung • Verschiebung der Bedeutung der Medien • Medienwirkungsforschung • Parasoziale Beziehungen • Medien als Ersatzbefriedigung • Stressbewältigung, soziales Umfeld und Internetgebrauch • Mensch-Computer-Interaktion • „Third-Person-Effekt“ • Isolation durch Online-Spiele • Suchtgefahr • Einfluss von Medien auf die Entwicklung von Heranwachsenden • Moderne Medien stören das Einprägen und Lernen • Medien und Gewalt • Medienpädagogische Interventionsstrategien • Habitualisierungsthese • Kultivierungsthese • Wissensvermittlung durch Fernsehen (Schulfernsehen, Telekolleg)
<p>Ziel (erwartete Lernergebnisse und erworbene Kompetenzen)</p>	<p>Die Studierenden sollen nach Absolvierung des Moduls die für das wissenschaftliche Arbeiten notwendigen Grundvoraussetzungen beherrschen. Sie sollen einen Überblick über die vielfältigen Tätigkeitsbereiche der Medienbranche erhalten. Die Studierenden sollen Grundkenntnisse der europäischen und österreichischen Zeitgeschichte besitzen und ein differenziertes Bild für die Entwicklungen haben. Ebenso sollen sie die deren Probleme und Hintergründe erkennen können. Zusätzlich werden von den Studierenden einschlägige Literaturkenntnisse erwartet. Weiters soll den Studierenden drastisch die bedeutsame Einflussnahme der Medien auf Gesellschaft und die/den Einzelne/n vor Augen geführt werden.</p>
<p>Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden:</p>	<p>Die Studierenden werden durch Theorieinputs, Einzel- sowie Gruppenarbeiten an das Thema herangeführt und deren</p>

	<p>Inhalte mittels Praxissequenzen geübt, vertieft und gefestigt. Die Teilnehmerinnen/Teilnehmer erhalten zudem sowohl von den Kolleginnen und Kollegen als auch von den Lehrenden über ihre Arbeiten jeweils ein Feedback.</p> <p>Durch den Einsatz ganzheitlicher Trainingsmethoden (Lehrvortrag, Einzel- und Gruppenarbeit) wird eine möglichst reflexive und praxisnahe Vermittlung gewährleistet.</p> <p>Durch praktisches Üben und Bewerten sollen die Teilnehmerinnen/Teilnehmer in ihren eigenen Erfahrungen Orientierungshilfen bekommen und dadurch in ihrer Gestaltungskompetenz gestärkt werden.</p> <p>Alle Studierenden sollen sich aktiv an Gruppenprozessen und an der Entwicklung der Gruppe mit dem Ziel beteiligen, ein gemeinsam erarbeitetes repräsentatives Produkt zu erstellen. Zudem werden laufend theoretische Inputs und Hilfestellungen der Vortragenden zum Thema eingebracht.</p>
Häufigkeit des Angebots dieses Moduls:	Einmal je Universitätslehrgang

Modul B	Medienwesen & Medienpolitik
<i>ECTS-Anrechnungspunkte</i>	12
Inhalte:	<p>B.1 Medienmärkte, Medientheorien [3 ECTS] <i>Vergleich internationaler Medienlandschaften</i> <i>Medienmarkt Österreich</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Reichweiten ● Regionale Märkte ● Geschäftsmodelle/öffentliche Finanzierung ● EigentümerInnenstrukturen ● Verbände <p><i>Medien und Politik</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Mediendemokratie als Basis politischer Kommunikation ● Methoden und Instrumente der politischen Kommunikation ● (Inter)nationale und regionale Beispiele für das Wechselspiel von Politik und Medien <p><i>Medienwirkungen</i> <i>Medientheorien</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Stimulus-Response-Modell ● Verstärkerthese ● Agenda-Setting-Ansatz ● Schweigespirale ● Nutzen- und Belohnungsansatz ● Ein Überblick von McLuhan, Luhmann und Habermas bis zu Laswell, Nölle-Neumann und Negroponte <p>B.2 Marketing & Kommunikation [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Werbung (Definitionen und Geschichte) ● Kommunikation ● Marketing (Strategien und Prozesse) ● Bedürfnisse ● Produktentwicklung ● Positionierung ● Markenbildung ● Markenpflege ● Marktkommunikation ● Motivforschung ● Werbemittel ● Werbemärkte ● Marktforschung ● Zielgruppen ● Werbemix ● Werbeformen

	<ul style="list-style-type: none"> • Anwendungen. <p>B.3 Medienanalysen & RezipientInnenforschung 1 [3 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geschichtlicher Kontext • Veränderungen in den Bedeutungen der einzelnen Medien und weitere Trends als Spiegelung der Gesellschaft in den Medien • Heutige Medienwelt • Forschungsansätze in der Medienforschung • Ausblicke, Entwicklungen, Zukunftsszenarien <p>B.4 Medienanalysen & RezipientInnenforschung 2 [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommerzielle Medienforschung in Österreich • Wirkung der Massenmedien auf Individuen/öffentliche Meinung • Zur Notwendigkeit der Qualität von Medien • Praktische Anwendungen <p>B.5 Verlagswesen [2 ECTS] Einführung in das Verlagswesen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Branchenüberblick: Buchhandel, Verlagswesen, Vertrieb, Branchen Kennzahlen <p>Buchherstellung: Vom Manuskript zum fertigen Buch</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exkurs: Programmgestaltung eines Verlages • Manuskriptauswahl • Titelschutz • Lektorat • Satz • Titel • Covergestaltung • Druck • Kalkulation <p>Vertrieb</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buchhandel • Internetbuchhandel • Nebenmärkte <p>Presse und Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pressearbeit • Pressekonferenzen • Buchpräsentationen und Lesungen • Buchmarketing <p>Digitalisierung/E-Book</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herstellung • Vertrieb • Marktanteil <p>Lizenzen / Internationale Buchvermarktung</p>
<p>Ziel (erwartete Lernergebnisse und erworbene Kompetenzen)</p>	<p>Die Studierenden sollen nach Absolvierung des Moduls in der Lage sein, über die politischen und wirtschaftlichen Grundlagen des (inter)nationalen Medienmarkts als Basis für das Verständnis von massenmedialer Logik im demokratiepolitischen Zusammenhang grundlegend Bescheid wissen.</p> <p>Sie sollen ein integratives Verständnis über Grundlagen und Wirkung von Werbung haben. Dies soll durch Vernetzung aller relevanten Themenfelder mittels zahlreicher Beispiele dargestellt und erreicht werden.</p> <p>Die Studierenden sollen die grundlegenden Zusammenhänge und Dynamiken von Medien und ihren Nutzerinnen/Nutzern erkennen können.</p> <p>Sie sollen auch einen theoretischen Überblick über das Verlagswesen gewinnen und die Aufgabengebiete eines Verlages näher kennenlernen.</p>

Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden:	<p>Die Studierenden werden durch Theorieinputs, Einzel- sowie Gruppenarbeiten an das Thema herangeführt und deren Inhalte mittels Praxissequenzen geübt, vertieft und gefestigt. Die Teilnehmerinnen/Teilnehmer erhalten zudem sowohl von den Kolleginnen und Kollegen als auch von den Lehrenden über ihre Arbeiten jeweils ein Feedback.</p> <p>Durch den Einsatz ganzheitlicher Trainingsmethoden (Lehrvortrag, Einzel- und Gruppenarbeit) wird eine möglichst reflexive und praxisnahe Vermittlung gewährleisten.</p> <p>Durch praktisches Üben und Bewerten sollen die Teilnehmerinnen/Teilnehmer in ihren eigenen Erfahrungen Orientierungshilfen bekommen und dadurch in ihrer Gestaltungskompetenz gestärkt werden.</p> <p>Alle Studierenden sollen sich aktiv an Gruppenprozessen und an der Entwicklung der Gruppe mit dem Ziel beteiligen, ein gemeinsam erarbeitetes repräsentatives Produkt zu erstellen. Zudem werden laufend theoretische Inputs und Hilfestellungen der Vortragenden zum Thema eingebracht.</p> <p>Anhand eines „Musterbuches“ sollen sämtliche Arbeitsschritte vom Manuskript bis zum fertigen Buch, Vertrieb, Pressearbeit, bis hin zur Vergabe von Ebookrechten und Lizenzen kennengelernt werden. Die Studierenden werden dabei ihre persönlichen Ideen einbringen und möglichst praxisnah ein „Musterbuch“ mitgestalten.</p>
Häufigkeit des Angebots dieses Moduls:	Einmal je Universitätslehrgang

Modul C	Recht und Wirtschaft für Medien
<i>ECTS-Anrechnungspunkte</i>	8
Inhalte:	<p>C.1 Medienrecht 1 [2 ECTS] Grundlagen des Rechtes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Norm • Österr. Verfassungsrecht und Staatsorganisation • Organisation der Verwaltung • Grundbegriffe d. Privatrechts • Öffentliche Bücher und Register als Informationsquelle • Strafrecht • Ablauf eines Gerichtsverfahrens • Grundbegriffe des Völkerrechts • Europäische Union <p>C.2 Medienrecht 2 [2 ECTS] Recht der Medien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Medien im Rechtsstaat • Art. 10 EMRK • Die Persönlichkeitsrechte • Strafrechtlicher Persönlichkeitsschutz • Mediengesetz • Entschädigungsanspruch • Gegendarstellung • Redaktionsgeheimnis • Verwaltungsrechtl. Vorschriften • Der Presserat • Persönlichkeitsschutz im Zivilrecht • Redaktion und Urheberrecht • Rechtsvorschriften f. elektronische u. audiovisuelle Medien • Sonstige Vorschriften für Medien <p>C.3 Wirtschaft für Medienberufe 1 [2 ECTS] Grundlagen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beispiele für betriebswirtschaftliche Fragestellungen in Medienunternehmen

	<ul style="list-style-type: none"> • Unternehmen in einer Marktwirtschaft • Medienunternehmen Die produktorientierte Perspektive • Rahmenbedingungen für das Produktmanagement • Produktnutzen • Spezifika von Medienprodukten • Märkte für Medienprodukte • Management von Medienprodukten Die ressourcenorientierte Perspektive • Die Ressource „Personal“ in Medienunternehmen • Die Ressource „Anwendungssystem“ in Medienunternehmen C.4 Wirtschaft für Medienberufe 2 [2 ECTS] Die kaufmännische Perspektive • Rechnungswesen in Medienunternehmen • Finanzwirtschaft in Medienunternehmen Die managementorientierte Perspektive • Hauptfunktionen des Managements • Ausgewählte Elemente von Managementsystemen in Medienunternehmen Geschäftsmodelle von Medienunternehmen • Begriffsabgrenzung • Produktarchitektur • Erlösmodell • Wertschöpfungsstruktur
<p>Ziel (erwartete Lernergebnisse und erworbene Kompetenzen)</p>	<p>Die Studierenden sollen nach Absolvierung des Moduls über ein theoretisches Überblickswissen über Organisation und Funktionsweise des Staates und die Bedeutung des Rechts in einer als demokratischer Rechtsstaat organisierten Gesellschaft verfügen. Dabei soll ihnen auch die Bedeutung eines unabhängigen Medienwesens für die Verwirklichung demokratischer und rechtsstaatlicher Prinzipien bewusst werden; darüber hinaus soll ihnen vor Augen geführt werden, welche Mittel der Informationsgewinnung JournalistInnen im modernen Staat haben.</p> <p>Im zweiten Teil der Vorlesung lernen die Studierenden die für ihre spezifische journalistische Tätigkeit relevanten Rechtsvorschriften kennen und sollen ein Gefühl für die praktische Anwendung dieser Vorschriften entwickeln. Ebenso sollen die Studierenden über die grundlegenden wirtschaftlichen und betriebswirtschaftlichen Inputs Bescheid wissen, die für die Leitung eines Medienunternehmens notwendig sind.</p>
<p>Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden:</p>	<p>Die Studierenden werden durch Theorieinputs, Einzel- sowie Gruppenarbeiten an das Thema herangeführt und deren Inhalte mittels Praxissequenzen geübt, vertieft und gefestigt. Eine besondere Bedeutung hat die Diskussion über aktuelle Ereignisse vor dem Hintergrund des vermittelten theoretischen Wissens und die Diskussion von Sachverhalten, die Gegenstand gerichtlicher Entscheidungen wurden: diese Erfahrungen werden durch den Besuch von Gerichtsverhandlungen ergänzt.</p> <p>Zudem werden laufend theoretische Inputs und Hilfestellungen der Vortragenden zum Thema eingebracht.</p>
<p>Häufigkeit des Angebots dieses Moduls:</p>	<p>Einmal je Universitätslehrgang</p>

Modul D	Journalistische Grundlagen
<i>ECTS-Anrechnungspunkte</i>	12
Inhalte:	<p>D.1 Journalistische Arbeit [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anforderungen an eine/einen Journalistin/Journalisten • Grundvoraussetzungen für journalistisches Schreiben • Rechtschreibung und Interpunktion • Chefredakteurin/Chefredakteur • Informationsquellen (Nachrichtenagenturen, Internet) • Informationsselektion • Informationsverwertung • Tageszeitungen in Österreich • Zeitungsname • Titelseite • Was macht ein gutes Layout aus? • LeserInnenschaft • Ausrichtung der Zeitung • Vertrieb Anzeigengeschäft • Kosten - Verkaufspreis • Presseförderung • Auflage • Mediaanalyse • Auflagenkontrolle • Gratiszeitung vs. Kaufzeitung • Online vs. Print <p>D.2 Journalistisches Schreiben [3 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundvoraussetzungen für journalistisches Schreiben • Abgrenzung der gängigen journalistischen Formate • Erarbeitung von Ressort- und Medienspezifika • Sprachlogik und verständliches Schreiben • AdressatInnengerechte Sprache • Exkurs: Schreiben für Online-Medien (Twitter, Live-Ticker) • Redigieren, Textoptimierung und Autorisieren <p>D.3 Fachjournalismus [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kategorien: Justizberichterstattung, Kultur-, Musik-, Medien-, Medizin-, Motor-, Politik-, Reise-, Sport-, Technik-, Umwelt-, VerbraucherInnen-, Wirtschafts-, Bildungs-, Wissenschafts-, Geschichtsjournalismus • Erscheinungsarten: Magazin, Journal, Illustrierte • Überblick Magazinmarkt <p>D.4 Auslandskorrespondentinnen/ Auslandskorrespondenten [1 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausbildung • Standorte • Akkreditierung • Tätigkeitsprofil • Sonderkorrespondentinnen/Sonderkorrespondenten • Kriegsberichterstatterinnen/Kriegsberichterstatter <p>D.5 Gestaltung & Interpretation von Umfragen [3 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was ist eine Umfrage? • Ziele der Meinungsforschung • Themenbereiche • Gütekriterien • Erstellen einer Umfrage: Problemformulierung, Untersuchungsdesigns, Informationsquellen, Datenerhebungsmethode, Auswahl der Stichprobe, Erhebungsinstrumentes, Durchführung der Datenerhebung, Editierung und Kodierung der Daten, Analyse und Interpretation der Daten, Präsentation der Ergebnisse <p>D.6 Dokumentation, Archivierung, Datenverarbeitung [1 ECTS]</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Manuelle Archivierung • Automatische Archivierung • Gesetzliche Bestimmungen • Archivsysteme • Funktionsweise • Elektronische Archivierung • Speichertechnologien • Verfügbarkeit archivierter Information
Ziel (erwartete Lernergebnisse und erworbene Kompetenzen)	<p>Die Studierenden sollen über das Berufsbild und die grundlegenden Tätigkeiten einer/eines Journalistin/Journalisten informiert werden, um darauf aufbauend ihnen die Entscheidung zu erleichtern, sich für einen journalistischen Schwerpunktbereich zu entscheiden. Im Einzelnen sollen sie über die an eine/einen Journalistin/Journalisten gestellten Anforderungen informiert werden, sollen sie unter Anwendung von richtiger Grammatik und Rechtschreibung ein stilgerechtes Schreiben von unterschiedlichsten Darstellungsarten in Form von ständigen Schreibübungen erlernen und trainieren sowie Detailwissen über das besondere SpezialistInnentum in diesem Beruf erhalten. Auch sollen sie durch die selbständige Erstellung und Auswertung von Umfragen Einblick in die Marktforschung erhalten. Ebenso sollen sie erkennen, wie wichtig das Vorhandensein richtig angelegter Archive für das Recherchieren und das schnelle Abrufen von Nachrichten ist.</p>
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden:	<p>Die Studierenden werden durch Theorieinputs, Einzel- sowie Gruppenarbeiten an das Thema herangeführt und deren Inhalte mittels Praxissequenzen geübt, vertieft und gefestigt. Die Teilnehmerinnen/Teilnehmer erhalten zudem sowohl von den Kolleginnen und Kollegen als auch von den Lehrenden über ihre Arbeiten jeweils ein Feedback. Durch den Einsatz ganzheitlicher Trainingsmethoden (Lehrvortrag, Einzel- und Gruppenarbeit) wird eine möglichst reflexive und praxisnahe Vermittlung gewährleistet. Durch praktisches Üben und Bewerten sollen die Teilnehmerinnen/Teilnehmer in ihren eigenen Erfahrungen Orientierungshilfen bekommen und dadurch in ihrer Gestaltungskompetenz gestärkt werden. Alle Studierenden sollen sich aktiv an Gruppenprozessen und an der Entwicklung der Gruppe mit dem Ziel beteiligen, ein gemeinsam erarbeitetes repräsentatives Produkt zu erstellen. Zudem werden laufend theoretische Inputs und Hilfestellungen der Vortragenden zum Thema eingebracht.</p>
Häufigkeit des Angebots dieses Moduls:	Einmal je Universitätslehrgang

Modul E	MedienberaterIn und PressesprecherIn
<i>ECTS-Anrechnungspunkte</i>	15
Inhalte:	<p>E.1 Presse- und Unternehmenskommunikation [2 ECTS] <i>Einstieg</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Wer kommuniziert in Unternehmen, mit wem und wann • Vorstellen der Berufsbilder • Analyse des heimischen Medienmarkts, welche Medien gibt es für wen • Wie arbeiten Journalistinnen/Journalisten <p><i>Arten der Kommunikation</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Externe Kommunikation • Interne Kommunikation • weitere Bereiche von ÖffentlichkeitsarbeiterInnen <p><i>Externe Kommunikation: von innen nach außen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Welches Tool für welche Story

	<ul style="list-style-type: none"> ● Pressemitteilung & PR-Artikel erstellen und verbreiten ● Organisieren von Pressekonferenzen und Pressereisen ● Betreuung von PR-Filmen ● Gestaltung von Geschäftsberichten ● Vorträge & Seminare Externe Kommunikation: von außen nach innen ● Bearbeiten von Anfragen ● Statements verfassen ● Interviews vorbereiten und führen Externe Kommunikation: Krisen PR ● Was tun im Falle einer Krise ● Wer agiert ● Mit wem wird kommuniziert Interne Kommunikation ● Mitarbeiterinnen-/Mitarbeiterzeitung (Aufbau, Inhalte, Formate etc.) ● Newsletter (Inhalte, Form, in welchem Medium) ● Veranstaltungen organisieren und vorbereiten Weitere Bereiche von ÖffentlichkeitsarbeiterInnen Betreuung von VorständInnen und EntscheiderInnen ● Schreiben von Reden, Vor- und Grußworten ● Positionieren in der Öffentlichkeit ● Coaching Lobbying ● Was ist Lobbying? ● Wo wird es betrieben? ● Do and Dont's Handwerkszeug ● Fotodokumentationen ● Wartung von Adressdateien ● Betreuung von PraktikantInnen E.2 Sprechtechnik [2 ECTS] ● Atmung, Haltung & Stimmsitz ● Grundlagen der Atem- und Sprechtechnik ● Stimmklang & Artikulation ● Sprecherische Ausdrucksmittel ● Körpersprache, Mimik & Gestik ● Textgestaltung & Textpräsentation E.3 Präsentation & Moderation [2 ECTS] ● Was ist Kommunikation/Moderation ● Welche Störungen können auftreten ● Wie werden Störungen beseitigt ● Was wird für wen formuliert ● Welche Botschaft geht an wen ● Verknappung von Botschaften ● Mikrofontechnik ● Bereiche der Moderation: Drehbuch, Dramaturgie, Ablauf ● Praktische Arbeit: vom Interview zur Krisen PR ● Typen der Präsentation ● Die Podiumsdiskussion ● Ein Blick zurück auf das Gesamtbild E.4 Englisch für Fortgeschrittene [2 ECTS] ● Aufbauend auf dem Basiswissen österreichischer Höherer Schulen eine Verbesserung und Erweiterung von Vokabular und Schriftlichkeit in Englisch E.5 Englisch für Journalistinnen/Journalisten [2 ECTS] ● Verbesserung des Leseverständnisses ● Erweiterung des Vokabulars ● Schriftlich sattelfest werden in Englisch ● Kenntnisse des politischen Systems der USA ● Ausloten moralisch schwieriger Situationen in der
--	--

	<p>journalistischen Arbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pflege der Sprache <p>E.6 Nachrichtenvermittlung 1 [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Grundlagen der Medienarbeit ● Storytelling ● Krisenkommunikation <p>E.7 Nachrichtenvermittlung 2 [3 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Nutzung elektronischer Medien mit Schwerpunkt Social Media ● Praxisvermittlung: wie entstehen Geschichten und wie werden sie transportiert
Ziel (erwartete Lernergebnisse und erworbene Kompetenzen)	<p>Im Modul „Presse-, Öffentlichkeitsarbeit & Moderation“ werden den Studierenden die Arbeitswelten von Personen, die im Bereich Öffentlichkeitsarbeit tätig sind, und ihr Handwerkszeug präsentiert und näher erläutert. Dabei erfahren sie wie Geschichten entstehen, wer Geschichten für wen produziert und welche Spezialfelder es gibt.</p> <p>Ein großer Teil widmet sich der Sprache als Ausdrucksform. Die Studierenden sollen nach Absolvierung des Moduls wissen, was es in bestimmten Situationen zu beachten gilt, wie andere Nationen ticken, was bei uns typisch ist.</p>
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden:	<p>Die Studierenden werden durch Theorieinputs an das Thema herangeführt. Anhand von praktischen Beispielen und Praktika werden ihnen die Besonderheiten dieses Moduls vorgeführt. Im Praxisteil können sie schließlich selbst die verschiedenen Handwerkszeuge ausprobieren und einmal sowohl SenderIn als auch EmpfängerIn sein.</p> <p>Die Studierenden erhalten dabei von den Vortragenden ein Feedback ihrer Arbeit.</p> <p>Durch den Einsatz ganzheitlicher Trainingsmethoden (Lehrvortrag, Einzel- und Gruppenarbeit) wird eine möglichst reflexive und praxisnahe Vermittlung gewährleistet.</p> <p>Durch praktisches Üben und Bewerten sollen die Teilnehmerinnen/Teilnehmer in ihren eigenen Erfahrungen Orientierungshilfen bekommen und dadurch in ihrer Gestaltungskompetenz gestärkt werden.</p> <p>Alle Studierenden sollen sich aktiv an Gruppenprozessen und an der Entwicklung der Gruppe mit dem Ziel beteiligen, ein gemeinsam erarbeitetes repräsentatives Produkt zu erstellen. Zudem werden laufend theoretische Inputs und Hilfestellungen der Vortragenden zum Thema eingebracht.</p>
Häufigkeit des Angebots dieses Moduls:	Einmal je Universitätslehrgang

Modul F	Printmedien
<i>ECTS-Anrechnungspunkte</i>	13
Inhalte:	<p>F.1</p> <p>Mediendesign 1 (Schrift, Komposition, Layout) [1 ECTS]</p> <p>Gestaltungsmittel „Schrift“</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Typografische Grundformen ● Optisches Ausgleichen ● Zeilenfall, Textanordnung ● Entwicklung der europäischen Schrift ● Formen, Klassifizierung, Charakter und Mischen der Schrift ● Typografische Entwurfsarbeit <p>Komposition, Layout</p> <ul style="list-style-type: none"> ● „Goldener Schnitt“ ● Papierformate ● Formenverhältnisse, Raumteilung ● Typografie <p>F.2</p>

	<p>Mediendesign 2 (Farbe, Komposition, Layout) [1 ECTS] Gestaltungsmittel „Farbe“</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Sehvorgang ● Farbempfindung ● Farbmischungen ● Farbdimensionen ● Farbordnung (unbunte und bunte Farben, Farbkreis und Farbkugel) ● Farbkontraste (Komplementärfarben, warme & kalte Farben, gedämpfte Farben, Wirkungskraft, Mengenproportionen, Relativität, Fernwirkung von Farben) ● Ausdruckskraft und Symbolik der Farben ● Farbentwürfe und deren Analyse <p>F.3 Pressefotografie [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Kamerakunde ● digitales Bild ● Farbräume ● Bildformate ● Aussagekraft von Pressefotos ● Bedeutung des Bildes in der Zeitung ● Verantwortung der/des Pressefotografin/Pressefotografen ● Copyright ● Geschichte der Fotografie und deren Wandel ● Fotothemenauswahl und Besprechung. <p>Fotopraktikum</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Fotothema in Gruppenarbeit (Bildgestaltung, Motivsuche und -auswahl, Blickwinkel, Verhalten vor Menschen, Bildbearbeitung, Beschriftung für Bildarchive) <p>F.4 Sportfotografie [1 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Sportjournalismus und Sportfotografie ● Weg des Sportfotos von der/vom Fotografin/Fotografen bis zur Zeitung ● Auswahlkriterien ● Sportfotos bei einer Sportveranstaltung in der Praxis <p>F.5 Zeitungsgestaltung [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Zeitungs- und Zeitschriftenarten ● Zeitungsgliederung (Kopf, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Ressorts, Textformen, Anzeigen) ● Gestaltungselemente (Format, Satzspiegel, Layout, Schrift, Farbe) ● Gestaltungsgrundsätze ● Illustrationen ● Technik (Erscheinungsweise, Umfang, Auflagenhöhe, Druck, Weiterverarbeitung, Versand) ● Analyse von Praxisbeispielen <p>F.6 Druckverfahren [1 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Vorläufer ● Erfindung des Papiers ● Erfindung des Buchdrucks ● Überblick der Entwicklung des Druckes ● Drucktechniken ● Hochdruck (Holzschnitt, Holzstich, Bleischnitt, Buchdruck, Zeugdruck) ● Flachdruck (Lithografie, Steindruck, Offsetdruck) ● Tiefdruck (Kupferstich, Stahlstich, Radierung, Rakeltiefdruck) ● Siebdruck (Serigraphie) ● Digitaldruck <p>F.7 Zeitungspraktikum 1 [3 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> ● eigenständige Herstellung einer Zeitung, beginnend von der Ressortaufteilung über die Reaktionssitzung, das Recherchieren und Verfassen von Artikeln, das Beschaffen
--	--

	<p>von Bildmaterial, das Layout bis hin zum Druck und der Endfertigung</p> <p>F.8 Zeitungspraktikum 2 [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> eigenständige Herstellung einer Zeitung, beginnend von der Ressortaufteilung über die Reaktionssitzung, das Recherchieren und Verfassen von Artikeln, das Beschaffen von Bildmaterial, das Layout bis hin zum Druck und der Endfertigung
Ziel (erwartete Lernergebnisse und erworbene Kompetenzen)	<p>Die Studierenden sollen nach Absolvierung des Moduls über ein theoretisches und praktisches Detailwissen im Printbereich verfügen, um im späteren Berufsleben als echte Fachkraft anerkannt zu werden.</p> <p>Im Einzelnen sollen sie die Einsatz- und Anwendungsmöglichkeiten der „Schrift“ als wirksame Gestaltungsmittel kennen und die Brot- und Auszeichnungsschriften ihrem Charakter entsprechend themengerecht verwenden und so die Aussagekraft eines Textes erhöhen. Sie sollen durch praktisches Üben ein richtiges Gefühl für das Spiel von Raum und Form entwickeln. Die Studierenden sollen die Einsatz- und Anwendungsmöglichkeiten der „Farbe“ als wirksame Gestaltungsmittel wissen. Sie sollen Farbtöne sattelfest beurteilen können und für das jeweilig vorgegebene Thema unter Berücksichtigung der bedeutsamen psychologischen Wirkung die passenden Farbkombinationen finden. Sie sollen zu einem Thema eigenständig eine passende Fotostory gestalten. Durch das Kennenlernen der Gestaltungselemente sollen sie in der Lage sein, ein übersichtliches und optisch ansprechendes Layout für eine Zeitung zu entwerfen. Durch das Wissen über die Funktionsweisen der verschiedenen Drucksysteme sollen sie in der Praxis für das jeweilige Produkt das passendste und preisgünstigste Herstellungsverfahren auswählen können. Die Studierenden sollen nach Absolvierung der Lehrveranstaltungen über den gesamten Produktionshergang einer Zeitungsherstellung Bescheid wissen und in der Lage sein, selbstständig ein solches Produkt in der Praxis zu entwickeln.</p>
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden:	<p>Die Studierenden werden durch Theorieinputs, Einzel- sowie Gruppenarbeiten an das Thema herangeführt und deren Inhalte mittels Praxissequenzen geübt, vertieft und gefestigt. Die Teilnehmerinnen/Teilnehmer erhalten zudem sowohl von den Kolleginnen und Kollegen als auch von den Lehrenden über ihre Arbeiten jeweils ein Feedback.</p> <p>Durch den Einsatz ganzheitlicher Trainingsmethoden (Lehrvortrag, Einzel- und Gruppenarbeit) wird eine möglichst reflexive und praxisnahe Vermittlung gewährleistet. Durch praktisches Üben und Bewerten sollen die Teilnehmerinnen/Teilnehmer in ihren eigenen Erfahrungen Orientierungshilfen bekommen und dadurch in ihrer Gestaltungskompetenz gestärkt werden.</p> <p>Alle Studierenden sollen sich aktiv an Gruppenprozessen und an der Entwicklung der Gruppe mit dem Ziel beteiligen, ein gemeinsam erarbeitetes repräsentatives Produkt zu erstellen. Zudem werden laufend theoretische Inputs und Hilfestellungen der Vortragenden zum Thema eingebracht.</p>
Häufigkeit des Angebots dieses Moduls:	Einmal je Universitätslehrgang

Modul G	Radio
<i>ECTS-Anrechnungspunkte</i>	14
Inhalte:	<p>G.1 Arten der audio-visuellen Medien, Programmgestaltung [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arten der audio-visuellen Medien • Programmgestaltung <p>G.2 Regie, Textgestaltung, Sounddesign [2 ECTS]</p> <p>Regie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Von der Idee zum Expose • Handlungsdramaturgie und Bilddramaturgie • Erstellen einer storyline <p>Text</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Textens • Textdramaturgie • Text als Teil der Gesamtdramaturgie <p>Sounddesign</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funktionen von Musik und Soundeffekten <p>G.3 Tontechnik [3 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Akustik • Schallübertragung • Mikrofone und Lautsprecher • Aussteuerung • Dynamik und Klangstrukturen • Aufnahmetechniken • Produktionsbearbeitung <p>G.4 Interview [2 ECTS]</p> <p>Kommunikationstheoretische Aspekte des Interviews</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einflussfaktoren auf das Interview • Interview als Inszenierung für Rezipientinnen/Rezipienten • Zielkonflikte im Interview <p>Psychologische Aspekte des Interviews</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationspsychologische und persönlichkeitspsychologische Ansätze • Was ist Kommunikation • Die Bedeutung der Psychologie in der Kommunikation • Die Bedeutung des Interviews im journalistischen Alltag • Persönlichkeitstypologien in Psychologie und Journalismus • Psychologische Grundlagen der Interviewvorbereitung <p>Vorbereitung eines Interviews</p> <ul style="list-style-type: none"> • Professionelle Interviewanbahnung • Recherchetiefe bei sektoralen Interviews <p>Interview-Performanz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestaltung des Interview-Settings • Taktischer, strategischer und dramaturgischer Aufbau eines Interviews • Steuerungsmöglichkeiten in einem Interview <p>Grundlagen der Gesprächsführung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Von der/Vom Fragestellerin/Fragensteller zur/zum Interviewerin/Interviewer • Von der Frageliste zur Fragestrategie • Sitzpositionen und psychologische Implikationen • Interviewdramaturgie • Den persönlichen Fragestil entwickeln <p>Interviewtechniken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der richtige Umgang mit schwierigen Interviewpartnerinnen/Interviewpartnern • Manipulationen und PR-Floskeln professionell begegnen • Stimme und Psychologie • Das Gespräch verschriftlichen • Autorisierungs-Anfragen begegnen

	<p>G.5 Radio-Praktikum 1 [2 ECTS] Programmgestaltung im Radio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Radioformate • Programmuhren und Musikuhren • Programming (Aufbau kurzer und mittlerer Programmstrecken) • Programmmanagement im Tagesablauf • Sounddesign im Radio <p>Radiojournalismus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Überblick über journalistische Darstellungsformen im Radio • Interview im Radio: als Instrument, als Darstellungsform • Darstellungsform „Gebauter Beitrag“ • Darstellungsform „Reportage“ • Hybridformen • Moderation <p>G.6 Radio-Praktikum 2 [3 ECTS] Texten für das Hören Informationssendungen im Radio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachrichtenformate • Gestalten von Radionachrichten • Präsentation von Radionachrichten • Darstellungsformen in Informationssendungen
<p>Ziel (erwartete Lernergebnisse und erworbene Kompetenzen)</p>	<p>Im Bereich „Radio“ sollen die Studierenden nach einer zielorientierten Recherche Beiträge themen- und rezipientInnengerecht gestalten können. Dazu müssen sie Interviews führen und diese redaktionell und technisch bearbeiten können. Weiters müssen die Studierenden Texte schreiben können, die sich am Ziel der auditiven Rezeption orientieren. Die Studierenden sollen eine themen- und zieladäquate Beitragsdramaturgie entwerfen und redaktionell umsetzen können. Ebenso sollen sie Meldungen und Nachrichten auf professionellem Niveau schreiben und präsentieren können.</p> <p>Die Studierenden sollen nach Absolvierung des Moduls über ein psychologisches und kommunikationstechnisches Rüstzeug verfügen, das ihnen erlaubt, professionell und auf Augenhöhe mit zukünftigen InterviewpartnerInnen zu kommunizieren. Sie sollen sich über die Bedeutung des Interviews im Journalismus – ob als Recherchemethode oder als Darstellungsform – sowie ihrer Verantwortung als InterviewerIn bewusst werden.</p> <p>Besonderes Augenmerk liegt auf der Bedeutung der Psychologie im Journalismus. Immer öfter treffen Journalistinnen/Journalisten auf Gesprächspartnerinnen/Gesprächspartner, die in Sachen emotionaler Kommunikation bestens geschult sind. Um dem entgegenzuhalten und lesenswerte Interviews zu führen, müssen auch Journalistinnen/Journalisten die psychologischen Grundlagen der Gesprächsführung beherrschen sowie um Persönlichkeitstypologien und deren Kommunikationsstile wissen. Den Studierenden werden kommunikationspsychologische und persönlichkeitspsychologische Ansätze vorgestellt und nähergebracht.</p> <p>In Rollenspielen sowie praktischen Einzel- und Gruppenübungen sollen die Studierenden verbale und nonverbale Kommunikations-Strategien kennen lernen und einüben. Das vermittelte Wissen soll dazu befähigen, eine Interviewdramaturgie zu entwerfen, Manipulationen zu begegnen und mit PR-Floskeln umzugehen. Praxisnah werden Studierende darauf vorbereitet, Interviews</p>

	von der Vorbereitung über die Gesprächsanbahnung bis hin zur Verschriftlichung selbstständig und professionell durchzuführen.
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden:	Die Studierenden erhalten Theorieinputs. Sie sollen in Einzel- und Gruppenarbeiten selbsttätig Inhalte erarbeiten und Kenntnisse erwerben. Die Lehrvorträge enthalten diskursive und reflexive Elemente. Die praktischen Kompetenzen sollen die Studierenden durch zielgerichtetes Üben einzelner journalistischer und technischer Produktionsschritte erwerben. Dabei liegt der Fokus auf dem Erwerb eines möglichst umfangreichen Instrumentariums, sodass die Studierenden ziel- und themenorientiert produzieren können. Ziel ist es, die Produkte auf einem so professionellen Niveau zu gestalten, dass die Veröffentlichung möglich ist.
Häufigkeit des Angebots dieses Moduls:	Einmal je Universitätslehrgang

Modul H	Video, Film & Fernsehen
<i>ECTS-Anrechnungspunkte</i>	13
Inhalte:	<p>H.1 Buch & Dramaturgie [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Theoretische Grundlagen: inhaltliche und formale Kriterien (Erklärung der verschiedenen Genres, Journalistische Glaubwürdigkeit/Authentizität, Arbeiten vor und hinter der Kamera) • Dramaturgie • Konzeptentwicklung: von der Idee, über die Recherche bis zum Verfassen eines Exposés. • Praktische Übungen: Recherche, Interviewführung (konkrete Aufgabenstellungen und Übungsbeispiele) • Erstellung eines filmischen Konzepts <p>H.2 Videotechnik [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Theorie Video und Film • Stecker und Kabelverbindungen • Filmgestaltung, Bildaufbau • Aufnahme Bild und Ton • additive Farbmischung • Film / Videoformate, Auflösung • Videosysteme • Dateiformate und Datenträger • Geräteeinschulung • Dialog-Auflösung • Mikrofonkunde und Verwendung • Licht und Ausleuchtung • Videoschnitt und Nachbearbeitung • Erstellen eines Kurzberichtes • Handhabung und Bedienung audio-visueller Geräte <p>H.3 Kameraführung, Bild- & Lichttechnik [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundfunktionen der Kamera (Fokus, Blende, Schärfe) • Aufzeichnungsformate • Kamerahandling • Tricktechnik • Ausleuchtung, Lichtführung • Bildkomposition <p>H.4 Schnitt- & Postproduktion [2 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Videoformate • Schnitt • Sprachaufnahme • Mix • Colourgrading <p>H.5 Film- & Videopraktikum 1 [2 ECTS]</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Einschulung und Erarbeitung von Übungsbeispielen an den verschiedenen Geräten H.6 Film- & Videopraktikum 2 [3 ECTS] <ul style="list-style-type: none"> • Erstellung eines Filmes
Ziel (erwartete Lernergebnisse und erworbene Kompetenzen)	<p>Neben einer Einführung in die verschiedenen Erscheinungsformen des Dokumentarfilms wird den Studierenden ein ausreichendes theoretisches Basiswissen vermittelt, sodass sie nach Absolvierung des Moduls in der Lage sind, eine TV-Story/News-Beitrag, Reportage, Kurz-Doku inhaltlich und konzeptionell zu entwickeln.</p> <p>Die Studierenden sollen über ein theoretisches und praktisches Detailwissen über Film- und Videotechnik sowie Kameraführung verfügen. Sie sollen einen Einblick in die Filmproduktion bekommen und in der Lage sein, selbständig einen Filmbericht erstellen zu können.</p> <p>Die Studierenden sollen durch konkrete theoretische und praktische Aufgabenstellungen bestens auf die Tätigkeit einer/eines Fernsehjournalistin/Fernsehjournalisten vorbereitet werden. Sie sollen in der Lage sein, aufgrund ihres erworbenen Wissens für das Medium Fernsehen einen Beitrag zu erstellen.</p> <p>So sollen die Studierenden einen Handlungsinhalt in Bildern konzipieren und eine storyline verfassen können. Weiters sollen sie das Texten zum Bild beherrschen und über grundlegende Kenntnisse zur Musik und zu Soundeffekten verfügen. Zur Kernkompetenz zählt außerdem die Interviewtechnik mit einer Kamera. Die Studierenden sollen schlussendlich in der Lage sein, TV- Beiträge auf professionellem Niveau gestalten zu können.</p>
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden:	<p>Die Studierenden werden durch Theorieinputs, Einzel- sowie Gruppenarbeiten an das Thema herangeführt und deren Inhalte mittels Praxissequenzen geübt, vertieft und gefestigt. Durch selbständiges Arbeiten mit dem Equipment soll die Bedienung der Geräte geläufig werden und einen effizienten Einsatz ermöglichen.</p> <p>Neben Fachkompetenz wird durch die praxisorientierte Ausbildung sowie durch kontinuierliche Diskussionen zwischen Lehrenden und Studierenden vor allem auch kritisches Denken, ein hohes Maß an sozialer Verantwortung und die Fähigkeit zur effizienten Kooperation vermittelt.</p>
Häufigkeit des Angebots dieses Moduls:	Einmal je Universitätslehrgang

Modul I	Online-Medien
<i>ECTS-Anrechnungspunkte</i>	10
Inhalte:	I.1 Internet: Grundlagen und Kontext [2 ECTS] <i>Geschichte des Internet</i> <ul style="list-style-type: none"> • Vorbedingungen ab dem 19. Jahrhundert. • Initialzündung für ARPA-Net mit Sputnik-Schock 1957 • HTML/http und WWW • Web 2.0/Social Media <i>Aktuelle Entwicklungen des Internet</i> <ul style="list-style-type: none"> • Soziale Aspekte der Internetnutzung • Aktuelle Trends • Datenschutz/Privatheit/Selbstrepräsentation: "Gläserner" User <i>Konsequenzen der Internetnutzung für Medienlandschaft und journalistische Arbeit</i> <ul style="list-style-type: none"> • Recherche und Quellenbewertung • Arbeitsweisen für Journalistinnen/Journalisten im Internet • Berufsfelder

	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Tendenzen der Berichterstattung und Aufbereitung von Inhalten I.2 Online-Redaktion [2 ECTS] • „Klassische“ Medien und ihre Online-Angebote • Funktionsweise von Online-Redaktionen • Online-Redaktionspraktikum I.3 Grundlagen der grafischen Gestaltung von Online-Medien [1 ECTS] • Visuelle Kommunikation • Wahrnehmungsschulung (Philosophische Aspekte) • Kunst–Wissenschaft–(Grafik-)Design–Online-Medien. Wie befruchten sich diese Bereiche? • Baugesetze – Unterschiede zwischen traditionellem Design und modernem Screendesign • Spannungsfeld Analog–Digital: Von der Handskizze zum Entwurf • Text–Grafik–Bild (Metaebenen): Stichwort „We imagine“ (Wittgenstein) Desktop-Publishing • Erstellung einer „Grafik“ im Sinne der visuellen Kommunikation anhand von selbst erhobenem Material mittels aktueller gängiger Programme für Web-Anwendungen • Visualisierung einer Idee • Prozessdiagramme/Bildstatistiken • Verschiedene Formate für verschiedene Anwendungen I.4 Webbasierter Online-Journalismus 1 [2 ECTS] Blogging und redaktionelle Social Media-Anwendungen • Vorläufer • Funktionsweise von Blogs und redaktionellen Social Media-Anwendungen • Formen des Erzählens in webbasierten Online-Medien • Schreiben in webbasierten Online-Medien • Nutzung von verschränkten Inhalten I.5 Webbasierter Online-Journalismus 2 [3 ECTS] • Erstellung eines eigenen Beitrags in Online-Medien • Kollektive Arbeits- und Schreibmethoden
<p>Ziel (erwartete Lernergebnisse und erworbene Kompetenzen)</p>	<p>Die Studierenden sollen nach Absolvierung des Moduls einfache Designs unter Anwendung eines Gestaltungsprogrammes selbst erstellen können. Ebenso Satz und Layout derselben. Sie sollen einen unbeschwerten Umgang mit der Software und Sensibilisierung im Umgang mit der Mikrotypografie beherrschen. Die Studierenden sollen ein druckfertiges PDFs mit den produktionsspezifischen Einstellungen für den Offsetdruck erstellen. Sie sollen Verständnis von den für die Gestaltungsprozesse wichtigen theoretischen Hintergründen haben. Durch Mitarbeit bei der Erstellung eines gedruckten Produktes wird die Umsetzung der theoretischen und praktischen Kenntnisse trainiert und vertieft.</p>
<p>Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden:</p>	<p>Die Studierenden werden durch Theorieinputs, Einzel- sowie Gruppenarbeiten an das Thema herangeführt und deren Inhalte mittels Praxissequenzen geübt, vertieft und gefestigt. Die Teilnehmerinnen/Teilnehmer erhalten zudem sowohl von den Kolleginnen und Kollegen als auch von den Lehrenden über ihre Arbeiten jeweils ein Feedback. Durch den Einsatz ganzheitlicher Trainingsmethoden (Lehrvortrag, Einzel- und Gruppenarbeit) wird eine möglichst reflexive und praxisnahe Vermittlung gewährleistet. Durch praktisches Üben und Bewerten sollen die Teilnehmerinnen/Teilnehmer in ihren eigenen Erfahrungen Orientierungshilfen bekommen und dadurch in ihrer Gestaltungskompetenz gestärkt werden.</p>

	Alle Studierenden sollen sich aktiv an Gruppenprozessen und an der Entwicklung der Gruppe mit dem Ziel beteiligen, ein gemeinsam erarbeitetes repräsentatives Produkt zu erstellen. Zudem werden laufend theoretische Inputs und Hilfestellungen der Vortragenden zum Thema eingebracht.
Häufigkeit des Angebots dieses Moduls:	Einmal je Universitätslehrgang

Modul J	Abschlussmodul
<i>ECTS-Anrechnungspunkte</i>	10
Inhalte:	<p>J.1 Abschlussarbeit [7 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbständiges Verfassen einer Abschlussarbeit, die den neuesten wissenschaftlichen und fachlichen Erkenntnissen entspricht <p>J.2 Abschlussprüfung [3 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation und Defensio der Ergebnisse der Abschlussarbeit
Ziel (erwartete Lernergebnisse und erworbene Kompetenzen)	Die Studierenden sollen bei Absolvierung dieses Moduls in der Lage sein, ihr erworbenes Wissen und Können in einer eigenständigen Arbeit anzuwenden.
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden:	Laufende Präsentation und Diskussion von Literatur-, Sachfragen sowie der Zwischenergebnisse.
Häufigkeit des Angebots dieses Moduls:	Einmal je Universitätslehrgang

Modul K	Mastermodul
<i>ECTS-Anrechnungspunkte</i>	30
Inhalte:	<p>K.1 Masterarbeit [20 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selbständiges Verfassen einer Masterarbeit, die den neuesten wissenschaftlichen und fachlichen Erkenntnissen entspricht <p>K.2 Masterseminar [5 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation, Diskussion und Unterstützung bei den einzelnen Erarbeitungsschritten <p>K.3 Masterprüfung [5 ECTS]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation und Defensio der Ergebnisse der Masterarbeit
Ziel (erwartete Lernergebnisse und erworbene Kompetenzen)	Die Studierenden sollen bei Absolvierung dieses Moduls in der Lage sein, ihr erworbenes Wissen und Können in einer eigenständigen Arbeit anzuwenden.
Lehr- und Lernaktivitäten, -methoden:	Laufende Präsentation und Diskussion von Literatur-, Sachfragen sowie der Zwischenergebnisse.
Häufigkeit des Angebots dieses Moduls:	Einmal je Universitätslehrgang

Anhang II: Musterstudienablauf, gegliedert nach Fachbereichsfächern

1 Printmedien

1. Semester

1.	LV	ECTS	KStd.
1.	Wissenschaftliche Arbeitsmethoden (A.1)	2	1
2.	Berufsfelder in der Medienbranche (A.2)	2	1
3.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 1 (A.3)	2	2
4.	Soziologie & Psychologie für Medienberufe (A.7)	2	1
5.	Medienrecht 1 (C.1)	2	1
6.	Journalistische Arbeit (D.1)	2	1
7.	Journalistisches Schreiben (D.2)	3	1
8.	Mediendesign 1 (Schrift, Komposition, Layout) (F.1)	1	1
9.	Internet: Grundlagen und Kontext (I.1)	2	1
	Σ	18	10

2. Semester

2.	LV	ECTS	KStd.
1.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 2 (A.4)	1	1
2.	Medienmärkte, Medientheorien (B.1)	3	1
3.	Marketing & Kommunikation (B.2)	2	1
4.	Wirtschaft für Medienberufe 1 (C.3)	2	1
5.	Mediendesign 2 (Farbe, Komposition, Layout) (F.2)	1	1
6.	Online-Redaktion (I.2)	2	1
7.	Grundlagen der grafischen Gestaltung von Online-Medien (I.3)	1	1
	Σ	12	7

3. Semester

3.	LV	ECTS	KStd.
1.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 3 (A.5)	2	1
2.	Medienanalysen & RezipientInnenforschung 1 (B.3)	3	1
3.	Medienrecht 2 (C.2)	2	1
4.	Gestaltung & Interpretation v. Umfragen (D.5)	3	1
5.	Pressefotografie (F.3)	2	1
6.	Zeitungsgestaltung (F.5)	2	1
7.	Zeitungspraktikum 1 (F.7)	3	2
	Σ	17	8

4. Semester

4.	LV	ECTS	KStd.
1.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 4 (A.6)	2	2
2.	Medienanalysen & RezipientInnenforschung 2 (B.4)	2	0,5
3.	Verlagswesen (B.5)	2	1
4.	Wirtschaft für Medienberufe 2 (C.4)	2	1
5.	Fachjournalismus (D.3)	2	1
6.	Auslandskorrespondentinnen/Auslandskorrespondenten (D.4)	1	1
7.	Dokumentation, Archivierung, Datenverarbeitung (D.6)	1	1
8.	Sportfotografie (F.4)	1	1
9.	Druckverfahren (F.6)	1	0,5
10.	Zeitungspraktikum 2 (F.8)	2	1
11.	Abschlussarbeit (J.1)	7	
12.	Abschlussprüfung (J.2)	3	

	Σ	26	10
--	---	----	----

1. bis 4. Semester

1.-4.	LV	ECTS	KStd.
1.	Summe der Lehrveranstaltungen des 1. bis 4. Semesters	63	35
2.	Summe der Lehrveranstaltungen aus den restlichen gebundenen Wahlfächern der anderen Fachbereiche	17	
3.	Abschlussarbeit + Abschlussprüfung	10	
	Σ	90	35

Die für den Abschluss von Teil 1 des ULG zu erbringenden Leistungen von insgesamt 80 ECTS-Anrechnungspunkten sind zusätzlich zu den vorgeschriebenen Pflicht- und gebundenen Wahlfächern (PF/GWF) durch frei aus den gesamten restlichen gebundenen Wahlfächern der anderen Fachbereiche auszuwählende Lehrveranstaltungen zu erreichen.

5. Semester

5.	LV	ECTS	KStd.
1.	Masterarbeit (K.1)	20	
2.	Masterseminar (K.2)	5	2
3.	Masterprüfung (K.3)	5	
	Σ	30	2

2 MedienberaterIn und PressesprecherIn

1. Semester

1.	LV	ECTS	KStd.
1.	Wissenschaftliche Arbeitsmethoden (A.1)	2	1
2.	Berufsfelder in der Medienbranche (A.2)	2	1
3.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 1 (A.3)	2	2
4.	Soziologie & Psychologie für Medienberufe (A.7)	2	1
5.	Medienrecht 1 (C.1)	2	1
6.	Journalistische Arbeit (D.1)	2	1
7.	Journalistisches Schreiben (D.2)	3	1
8.	Mediendesign 1 (Schrift, Komposition, Layout) (F.1)	1	1
9.	Internet: Grundlagen und Kontext (I.1)	2	1
	Σ	18	10

2. Semester

2.	LV	ECTS	KStd.
1.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 2 (A.4)	1	1
2.	Medienmärkte, Medientheorien (B.1)	3	1
3.	Marketing & Kommunikation (B.2)	2	1
4.	Wirtschaft für Medienberufe 1 (C.3)	2	1
5.	Presse- & Unternehmenskommunikation (E.1)	2	1
6.	Sprechtechnik (E.2)	2	1
7.	Nachrichtenvermittlung 1 (E.6)	2	1
8.	Mediendesign 2 (Farbe, Komposition, Layout) (F.2)	1	1
9.	Online-Redaktion (I.2)	2	1
10.	Grundlagen der grafischen Gestaltung von Online-Medien (I.3)	1	1
	Σ	18	10

3. Semester

3.	LV	ECTS	KStd.
1.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 3 (A.5)	2	1
2.	Medienanalysen & RezipientInnenforschung 1 (B.3)	3	1
3.	Medienrecht 2 (C.2)	2	1
4.	Gestaltung & Interpretation v. Umfragen (D.5)	3	1
5.	Präsentation & Moderation (E.3)	2	1
6.	Nachrichtenvermittlung 2 (E.7)	3	2
7.	Pressefotografie (F.3)	2	1
8.	Zeitungsgestaltung (F.5)	2	1
	Σ	19	9

4. Semester

4.	LV	ECTS	KStd.
1.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 4 (A.6)	2	2
2.	Medienanalysen & RezipientInnenforschung 2 (B.4)	2	0,5
3.	Verlagswesen (B.5)	2	1
4.	Wirtschaft für Medienberufe 2 (C.4)	2	1
5.	Fachjournalismus (D.3)	2	1
6.	Auslandskorrespondentinnen/Auslandskorrespondenten (D.4)	1	1
7.	Dokumentation, Archivierung, Datenverarbeitung (D.6)	1	1
8.	Sportfotografie (F.4)	1	1
9.	Druckverfahren (F.6)	1	0,5
10.	Abschlussarbeit (J.1)	7	
11.	Abschlussprüfung (J.2)	3	
	Σ	24	9

1. bis 4. Semester

1.-4.	LV	ECTS	KStd.
1.	Summe der Lehrveranstaltungen des 1. bis 4. Semesters	69	38
2.	Summe der Lehrveranstaltungen aus den restlichen gebundenen Wahlfächern der anderen Fachbereiche	11	
3.	Abschlussarbeit + Abschlussprüfung	10	
	Σ	90	38

Die für den Abschluss von Teil 1 des ULG zu erbringenden Leistungen von insgesamt 80 ECTS-Anrechnungspunkten sind zusätzlich zu den vorgeschriebenen Pflicht- und gebundenen Wahlfächern (PF/GWF) durch frei aus den gesamten restlichen gebundenen Wahlfächern der anderen Fachbereiche auszuwählende Lehrveranstaltungen zu erreichen.

5. Semester

5.	LV	ECTS	KStd.
1.	Masterarbeit (K.1)	20	
2.	Masterseminar (K.2)	5	2
3.	Masterprüfung (K.3)	5	
	Σ	30	2

3 Radio

1. Semester

1.	LV	ECTS	KStd.
1.	Wissenschaftliche Arbeitsmethoden (A.1)	2	1
2.	Berufsfelder in der Medienbranche (A.2)	2	1
3.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 1 (A.3)	2	2
4.	Soziologie & Psychologie für Medienberufe (A.7)	2	1
5.	Medienrecht 1 (C.1)	2	1
6.	Journalistische Arbeit (D.1)	2	1
7.	Journalistisches Schreiben (D.2)	3	1
8.	Mediendesign 1 (Schrift, Komposition, Layout) (F.1)	1	1
9.	Arten der audio-visuellen Medien, Programm (G.1)	2	1
10.	Buch & Dramaturgie (H.1)	2	1
11.	Internet: Grundlagen und Kontext (I.1)	2	1
	Σ	22	12

2. Semester

2.	LV	ECTS	KStd.
1.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 2 (A.4)	1	1
2.	Medienmärkte, Medientheorien (B.1)	3	1
3.	Marketing & Kommunikation (B.2)	2	1
4.	Wirtschaft für Medienberufe 1 (C.3)	2	1
5.	Presse- & Unternehmenskommunikation (E.1)	2	1
6.	Sprechtechnik (E.2)	2	1
7.	Mediendesign 2 (Farbe, Komposition, Layout) (F.2)	1	1
8.	Regie, Textgestaltung, Sounddesign (G.2)	2	1
9.	Tontechnik (G.3)	2	1
10.	Radio-Praktikum 1 (G.5)	2	1
11.	Schnitt- & Postproduktion (H.4)	2	1
12.	Online-Redaktion (I.2)	2	1
	Σ	23	12

3. Semester

3.	LV	ECTS	KStd.
1.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 3 (A.5)	2	1
2.	Medienrecht 2 (C.2)	2	1
3.	Präsentation & Moderation (E.3)	2	1
4.	Radio-Praktikum 2 (G.6)	3	2
	Σ	9	5

4. Semester

4.	LV	ECTS	KStd.
1.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 4 (A.6)	2	2
2.	Wirtschaft für Medienberufe 2 (C.4)	2	1
3.	Auslandskorrespondentinnen/Auslandskorrespondenten (D.4)	1	1
4.	Dokumentation, Archivierung, Datenverarbeitung (D.6)	1	1
5.	Interview (G.4)	3	1
6.	Abschlussarbeit (J.1)	7	
7.	Abschlussprüfung (J.2)	3	
	Σ	19	6

1. bis 4. Semester

1.-4.	LV	ECTS	KStd.
1.	Summe der Lehrveranstaltungen des 1. bis 4. Semesters	63	35
2.	Summe der Lehrveranstaltungen aus den restlichen gebundenen Wahlfächern der anderen Fachbereiche	17	
3.	Abschlussarbeit + Abschlussprüfung	10	
	Σ	90	35

Die für den Abschluss von Teil 1 des ULG zu erbringenden Leistungen von insgesamt 80 ECTS-Anrechnungspunkten sind zusätzlich zu den vorgeschriebenen Pflicht- und gebundenen Wahlfächern (PF/GWF) durch frei aus den gesamten restlichen gebundenen Wahlfächern der anderen Fachbereiche auszuwählende Lehrveranstaltungen zu erreichen.

5. Semester

5.	LV	ECTS	KStd.
1.	Masterarbeit (K.1)	20	
2.	Masterseminar (K.2)	5	2
3.	Masterprüfung (K.3)	5	
	Σ	30	2

④ Video, Film & Fernsehen

1. Semester

1.	LV	ECTS	KStd.
1.	Wissenschaftliche Arbeitsmethoden (A.1)	2	1
2.	Berufsfelder in der Medienbranche (A.2)	2	1
3.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 1 (A.3)	2	2
4.	Soziologie & Psychologie für Medienberufe (A.4)	2	1
5.	Medienrecht 1 (C.1)	2	1
6.	Journalistische Arbeit (D.1)	2	1
7.	Mediendesign 1 (Schrift, Komposition, Layout) (F.1)	1	1
8.	Arten der audio-visuellen Medien, Programm (G.1)	2	1
9.	Buch & Dramaturgie (H.1)	2	1
10.	Videotechnik (H.2)	2	1
11.	Internet: Grundlagen und Kontext (I.1)	2	1
	Σ	21	12

2. Semester

2.	LV	ECTS	KStd.
1.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 2 (A.4)	1	1
2.	Medienmärkte, Medientheorien (B.1)	3	1
3.	Marketing & Kommunikation (B.2)	2	1
4.	Wirtschaft für Medienberufe 1 (C.3)	2	1
5.	Mediendesign 2 (Farbe, Komposition, Layout) (F.2)	1	1
6.	Regie, Textgestaltung, Sounddesign (G.2)	2	1
7.	Tontechnik (G.3)	2	1
8.	Kameraführung, Bild- & Lichttechnik (H.3)	2	1
9.	Schnitt- & Postproduktion (H.4)	2	1
10.	Online-Redaktion (I.2)	2	1
	Σ	19	10

3. Semester

3.	LV	ECTS	KStd.
1.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 3 (A.5)	2	1
2.	Medienanalysen & RezipientInnenforschung 1 (B.3)	3	1
3.	Medienrecht 2 (C.2)	2	1
4.	Präsentation & Moderation (E.3)	2	1
5.	Film- & Videopraktikum 1 (H.5)	2	1
	Σ	11	5

4. Semester

4.	LV	ECTS	KStd.
1.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 4 (A.6)	2	2
2.	Medienanalysen & RezipientInnenforschung 2 (B.4)	2	0,5
3.	Wirtschaft für Medienberufe 2 (C.4)	2	1
4.	Auslandskorrespondentinnen/Auslandskorrespondenten (D.4)	1	1
5.	Dokumentation, Archivierung, Datenverarbeitung (D.6)	1	1
6.	Interview (G.4)	3	1
7.	Film- & Videopraktikum 2 (H.6)	3	2
8.	Abschlussarbeit (J.1)	7	
9.	Abschlussprüfung (J.2)	3	
	Σ	24	8,5

1. bis 4. Semester

1.-4.	LV	ECTS	KStd.
1.	Summe der Lehrveranstaltungen des 1. bis 4. Semesters	65	35,5
2.	Summe der Lehrveranstaltungen aus den restlichen gebundenen Wahlfächern der anderen Fachbereiche	15	
3.	Abschlussarbeit + Abschlussprüfung	10	
	Σ	90	35,5

Die für den Abschluss von Teil 1 des ULG zu erbringenden Leistungen von insgesamt 80 ECTS-Anrechnungspunkten sind zusätzlich zu den vorgeschriebenen Pflicht- und gebundenen Wahlfächern (PF/GWF) durch frei aus den gesamten restlichen gebundenen Wahlfächern der anderen Fachbereiche auszuwählende Lehrveranstaltungen zu erreichen.

5. Semester

5.	LV	ECTS	KStd.
1.	Masterarbeit (K.1)	20	
2.	Masterseminar (K.2)	5	2
3.	Masterprüfung (K.3)	5	
	Σ	30	2

5 Online-Medien

1. Semester

1.	LV	ECTS	KStd.
1.	Wissenschaftliche Arbeitsmethoden (A.1)	2	1
2.	Berufsfelder in der Medienbranche (A.2)	2	1
3.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 1 (A.3)	2	2
4.	Soziologie & Psychologie für Medienberufe (A.4)	2	1
5.	Medienrecht 1 (C.1)	2	1
6.	Journalistische Arbeit (D.1)	2	1

7.	Journalistisches Schreiben (D.2)	3	1
8.	Englisch für Fortgeschrittene (E.4)	2	1
9.	Mediendesign 1 (Schrift, Komposition, Layout) (F.1)	1	1
10.	Internet: Grundlagen und Kontext (I.1)	2	1
11.	Webbasierter Online-Journalismus 1 (I.4)	2	1
	Σ	22	12

2. Semester

2.	LV	ECTS	KStd.
1.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 2 (A.4)	1	1
2.	Medienmärkte, Medientheorien (B.1)	3	1
3.	Marketing & Kommunikation (B.2)	2	1
4.	Wirtschaft für Medienberufe 1 (C.3)	2	1
5.	Presse- & Unternehmenskommunikation (E.1)	2	1
6.	Mediendesign 2 (Farbe, Komposition, Layout) (F.2)	1	1
7.	Online-Redaktion (I.2)	2	1
8.	Grundlagen der grafischen Gestaltung von Online-Medien (I.3)	1	1
	Σ	14	8

3. Semester

3.	LV	ECTS	KStd.
1.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 3 (A.5)	2	1
2.	Medienanalysen & RezipientInnenforschung 1 (B.3)	3	1
3.	Medienrecht 2 (C.2)	2	1
4.	Gestaltung & Interpretation v. Umfragen (D.5)	3	1
5.	Präsentation & Moderation (E.3)	2	1
6.	Englisch für Journalistinnen/Journalisten (E.5)	2	1
7.	Zeitungsgestaltung (F.5)	2	1
	Σ	16	7

4. Semester

4.	LV	ECTS	KStd.
1.	Zeitgeschichte & Politische Bildung 4 (A.6)	2	2
2.	Medienanalysen & RezipientInnenforschung 2 (B.4)	2	0,5
3.	Wirtschaft für Medienberufe 2 (C.4)	2	1
4.	Auslandskorrespondentinnen/Auslandskorrespondenten (D.4)	1	1
5.	Dokumentation, Archivierung, Datenverarbeitung (D.6)	1	1
6.	Webbasierter Online-Journalismus 2 (I.5)	3	2
7.	Abschlussarbeit (J.1)	7	
8.	Abschlussprüfung (J.2)	3	
	Σ	21	7,5

1. bis 4. Semester

1.-4.	LV	ECTS	KStd.
1.	Summe der Lehrveranstaltungen des 1. bis 4. Semesters	63	34,5
2.	Summe der Lehrveranstaltungen aus den restlichen gebundenen Wahlfächern der anderen Fachbereiche	17	
3.	Abschlussarbeit + Abschlussprüfung	10	
	Σ	90	34,5

Die für den Abschluss von Teil 1 des ULG zu erbringenden Leistungen von insgesamt 80 ECTS-Anrechnungspunkten sind zusätzlich zu den vorgeschriebenen Pflicht- und gebundenen Wahlfächern (PF/GWF) durch frei aus den gesamten restlichen gebundenen Wahlfächern der anderen Fachbereiche auszuwählende Lehrveranstaltungen zu erreichen.

5. Semester

5.	LV	ECTS	KStd.
1.	Masterarbeit (K.1)	20	
2.	Masterseminar (K.2)	5	2
3.	Masterprüfung (K.3)	5	
	Σ	30	2