

§ 1 Masterstudiengang Medienmanagement

Die folgende Prüfungsordnung gilt für Studierende, die sich ab Wintersemester 2022/23 in den Studiengang Medienmanagement eingeschrieben haben.

- (1) Der Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Module im Pflicht- und Wahlpflichtbereich beträgt 90 ECTS-Punkte.
- (2) Das Studium besteht aus einem Pflichtbereich im Umfang von 40 ECTS-Punkten und einem Wahlpflichtbereich im Umfang von 50 ECTS-Punkten.

Im Wahlpflichtbereich muss mindestens ein Studienschwerpunkt und dürfen höchstens drei Studienschwerpunkte erbracht werden. Ein Studienschwerpunkt gilt mit der Erbringung von drei Modulen im Umfang von 15 ECTS als erbracht. Enthält ein Studienschwerpunkt ein mit "Pflicht" gekennzeichnetes Modul gilt der Studienschwerpunkt nur dann als erbracht, wenn dieses mit "Pflicht" gekennzeichnetes Modul erbracht wurde. Die restlichen ECTS-Punkte können aus dem Wahlpflichtbereich frei gewählt werden.

Aus dem Angebot anderer Masterstudiengänge, die demselben SPO Teil A unterliegen, dürfen Module im Umfang von maximal 15 ECTS-Punkten erbracht werden.

- (3) Im Masterzeugnis werden auf Wunsch des Studierenden die im Wahlpflichtbereich gewählten Studienschwerpunkte ausgewiesen.
- (4) Im Modul "Internationales Studium" können maximal 30 ECTS anerkannt werden.
- (5) Das Qualifikationsprogramm Moderation ist ein zusätzliches Wahlangebot für Masterstudierende. Es wird jährlich zum Wintersemester angeboten. Das Zertifikat „Moderator (HdM)“ wird verliehen, wenn alle Pflichtmodule erbracht und aus dem Wahlpflichtbereich „Moderationspraxis Studio“ Module im Umfang von minimal 16 ECTS-Punkten und maximal 24 ECTS-Punkten erfolgreich absolviert wurden.

Diese insgesamt minimal 38 ECTS-Punkte und maximal 50 ECTS-Punkte müssen in zwei aufeinanderfolgenden Semestern erbracht werden. Im Masterstudiengang können 12 ECTS-Punkte der Module „Moderation theoretische Grundlagen“ und „Moderation journalistische Grundlagen“ aus dem Pflichtbereich angerechnet werden.

Zulassungsvoraussetzung zum Qualifikationsprogramm Moderation ist das erfolgreiche Bestehen des zweistufigen Auswahlverfahrens und des Castings. Eine Bewerbung an das Institut für Moderation (imo) an der HdM bis zum 15. Juli eines Jahres ist nötig. Einzelheiten zur Zulassung sind in einer gesonderten Regelung festgehalten und unter www.moderationzukunft.de bzw. beim Institut für Moderation einzusehen.

Tabelle 1: Pflichtbereich des Studien- und Prüfungsplans für den Medienmaster Medienmanagement

Teil 1: Pflichtbereich

Sem.	EDV-Nr.	Modul (Kurzbezeichnung) ggf. Lehrveranstaltung	Umfang		Prüfung
			SWS	ECTS	
1	VS: 254000	Englisch Einstufungstest <i>English Placement Test</i>	0	0	VS: LÜ
1	PL: 254001	Führungssysteme I <i>Management Systems I</i>	4	5	PL: KL, 120 Min
	254001a	Controlling	2	3	
	254001b	Personalmanagement & Organisation	2	2	
1	PL: 254002	Medienökonomie <i>Media Economics</i>	4	5	PL: KMP
1	PV: 254003				PV: ST
	254003a	Medienökonomie	2	2	
	254003b	Medienmärkte und -systeme	1	2	PV
	254003c	Informations- und Datenrecht	1	1	
3	PL: 254020	Masterarbeit* <i>Master Thesis</i>	0	28	PL: MA
1,2,3	PL: 254021	Tutorium <i>Tutorial</i>	0	2	PL: PA, 14 Wo

* Die Abschlussarbeit wird in einem Vortrag präsentiert.

Tabelle 2: Wahlpflichtbereich des Studien- und Prüfungsplans für den Medienmaster Medienmanagement

Teil 1: Wahlpflichtbereich

Sem.	EDV-Nr.	Modul (Kurzbezeichnung) ggf. Lehrveranstaltung	Umfang		Prüfung
			SWS	ECTS	
		<u>Studienschwerpunkt</u> <u>Digitale Medien und Marketing</u>			
1,2	PL: 254040	Strategie und Marketing (Pflicht) <i>Strategy and Marketing</i>	4	5	PL: PA
1,2	254040a	Strategisches Management	2	3	

1,2	254040b	Strategisches Marketing	2	2	
1,2 1,2	PL: 254041 PV: 254047	Digital Business	4	5	PL: ST PV: T
1,2	254041a	Digital Business	2	2	PV
1,2	254041b	Transferprojekt Digital Business	2	3	
1,2 1,2	PL: 254042 PV: 254048	CRM/Social Media	4	5	PL: ST PV: T
1,2	254042a	CRM/ Social Media	2	2	PV
1,2	254042b	Transferprojekt CRM	2	3	
1	PL: 254044	Empirische Medienforschung <i>Empirical Media Research</i>	4	5	PL: ST
	254044a	Digitalität und Gesellschaft	2	2	
	254044b	Empirische Forschung zur digitalen Gesellschaft	2	3	
1,2	PL: 254050	Advanced Customer Analytics <i>Advanced Customer Analytics</i>	4	5	PL: KMP
	254050a	Angewandte Marktforschung	2	2	
	254050b	Transferprojekt	2	3	
1,2	PL: 254092	Advertising & Customer Insights⁴⁾ <i>Advertising & Customer Insights</i>	4	5	PL: KMP
	254092a	Advertising & Customer Insights	2	2	
	254092b	Transferprojekt	2	3	
1,2	PL: 254086	Marketing Analytics <i>Marketing Analytics</i>	4	5	PL: KMP
	254086a	Grundlagen Data Analytics und Business Intelligence	2	2	
	254086b	Transferprojekt	2	3	
1,2	PL: 254087	Praxisprojekt Online Marketing I <i>Project Online Marketing I</i>	2	5	PL: PP
1,2	PL: 254088	Praxisprojekt Online Marketing II <i>Project Online Marketing II</i>	2	5	PL: PP

1,2	PL: 254127	Digital Media Technologies ³⁾ <i>Digital Media Technologies</i>	4	5	PL: KMP
1,2	254127a	Digital Media Technologies	2	2	
1,2	254127b	Transferprojekt Digital Media Technologies	2	3	
1,2	PL: 254091	Sustainability and Media <i>Sustainability and Media</i>	2	5	PL: KMP

Studienschwerpunkt
Innovationsmanagement &
Entrepreneurship

1,2	PL: 254120	Innovationsmanagement (Pflicht)	4	5	PL: ST
1,2	PV: 254125	<i>Innovation Management (Obligation)</i>			PV: T
1,2	254120a	Innovationsmanagement	2	2	PV
1,2	254120b	Transferprojekt Innovationsmanagement	2	3	

1	PL: 254121	Entrepreneurship	4	5	PL: ST
	254121a	Unternehmensgründung/ Unternehmensnachfolge	2	2	
	254121b	Geschäftsmodelle	1	2	
	254121c	Gesellschaftsrecht, Arbeitsrecht, Verträge	1	1	

1,2	PL: 254040	Strategie und Marketing <i>Strategy and Marketing</i>	4	5	PL: PA
1,2	254040a	Strategisches Management	2	3	
1,2	254040b	Strategisches Marketing	2	2	

1,2	PL: 254107	Innovationen im Marketing <i>Marketing Innovations</i>	4	5	PL: KMP
-----	------------	---	---	---	---------

Studienschwerpunkt Integrierte
TV-Formatentwicklung und
-vermarktung

1,2	PL: 254140	Management des Bewegtbildmarktes <i>Management Moving Image Industry</i>	4	5	PL: ST
1,2	254140a	Programmwirtschaft	2	2	
1,2	254140b	Vermarktung	2	3	

1,2	PL: 254141	Produktionsmanagement Film & TV <i>Management of Production (Film & TV)</i>	4	5	PL: PA
1,2	254141a	Konzeption/ Produktion Film, TV	2	2	
1,2	254141b	Filmfinanzierung, Recoupment	2	3	
1,2	PL: 254142	Produktionsleitung <i>Production Management</i>	4	5	PL: KMP
1,2	254142a	Drehplanung Film, TV	2	2	
1,2	254142b	Kalkulation AV-Medien	2	3	
1	PL: 254143	TV-Formatlab I <i>TV Format Lab I</i>	4	5	PL: PP
2	PL: 254144	TV-Formatlab II <i>TV Format Lab II</i>	4	5	PL: PP
1,2	PL: 254147	Moderation und Interview <i>Presentation and Interview</i>	4	5	PL: PA
1,2	254147a	Moderation	2	2	
1,2	254147b	Interview	2	3	
<u>Studienschwerpunkt</u> <u>Storytelling & Werteanalyse</u>					
1,2	PL: 254165	Think Tank	4	5	PL: TEA
1,2	PL: 254166	Ethik & Narrative Medienanalyse <i>Ethics and Narrative Media Analysis</i>	2	5	PL: ST
1	PL: 254044	Empirische Medienforschung <i>Empirical Media Research</i>	4	5	PL: ST
	254044a	Digitalität und Gesellschaft	2	2	
	254044b	Empirische Forschung zur digitalen Gesellschaft	2	3	
1,2	PL: 254167	Storytelling im Unternehmen <i>Corporate Storytelling</i>	2	5	PL: ST
<u>Sonstige Module</u>					
1,2	PL: 254108	Leadership <i>Leadership</i>	3	5	PL: KMP

1,2	PL: 254128	Anreiz- und Steuerungssysteme <i>Incentive and Controlling Systems</i>	4	5	PL: KMP
1,2	254128a	Anreiz und Steuerungssysteme	2	2	
1,2	254128b	Transferprojekt	2	3	
1,2	PL: 254102	Datenschutz, Medienrecht und –politik <i>Data Privacy, Media Law and Media Politics</i>	4	5	PL: ST
1,2	PL: 254104	Media Law & Entrepreneurship Clinic	4	5	PL: ST
1,2	PL: 254180	International Management	4	5	PL: ST
	254180a	Internationales Marketing- management	2	2	
	254180b	Public Diplomacy and Nation Branding	2	3	
1,2	PL: 254511	Projekt Medienmanagement 1 <i>Media Management Project 1</i>	1	2	PL: PA
1,2	PL: 254513	Projekt Medienmanagement 2 ²⁾ <i>Media Management Project 2</i>	1	3	PL: PA
2	PL: 254503	Forschungsprojekt 1) <i>Research Project</i>	2	5	PL: PA
2		Module anderer Masterstudiengänge der HdM <i>Modules of other Master Programs from the HdM</i>		max. 15	*)
2,3	PL: 254505	Tutorium 2 <i>Tutorial 2</i>	0	2	PL: PA
1,2	PL: 254509	Aktuelle Themen & Cases 1 <i>Current Topics & Cases 1</i>	2	5	PL: PA
1,2	PL: 254510	Aktuelle Themen & Cases 2 <i>Current Topics & Cases 2</i>	2	5	PL: PA

2,3 PL: 254507 Internationales Studium **max. *)**
International Studies **30**

- ¹⁾ Forschungsprojekte bedürfen der Zustimmung des Forschungsausschusses der Fakultät Electronic Media.
- ²⁾ Studierende, die das Modul 254512 erbracht bzw. angemeldet haben, dürfen das Modul 254513 nicht erbringen.
- ³⁾ Wer das Wahlpflichtmodul Digital Media Technologies (EDV-Nr. 254089) angemeldet oder erbracht hat, darf das neue Wahlpflichtmodul Digital Media Technologies (EDV-Nr. 254127) nicht erbringen
- ⁴⁾ Studierende, die das Modul 254080 erbracht bzw. angemeldet haben, dürfen das Modul 254092 nicht erbringen.
- ^{*)} Die Anzahl der ECTS in diesem Modul richtet sich an dem Umfang der gewählten Lehrveranstaltungen.

Teil 2: Qualifikationsprogramm Moderation

Tabelle 1: Pflichtbereich des Qualifikationsprogramms Moderation

Sem.	EDV-Nr.	Modul (Kurzbezeichnung) ggf. Lehrveranstaltung	Umfang		Prüfung
			SWS	ECTS	
1-2	PL: 254900	Moderation theoretische Grundlagen <i>Moderation Theoretical Fundamentals</i>	5	6	PL: ST
1	254900a	Personalisierung und Moderation	1	2	
1-2	254900b	Medienethik in der Moderation	2	2	
1-2	254900c	Moderationsanalyse	2	2	
1-2	PL: 254901	Moderation journalistische Grundlagen <i>Moderation Journalistic Fundamentals</i>	5	6	PL: PA
1	2549001a	Sprecherziehung / Stimmbildung	4	4	
2	2549001b	Texten für elektronische Medien	1	2	
1	PL: 254902	Moderation praktische Grundlagen <i>Moderation Practical Fundamentals</i>	4	6	PL: PP
	254902a	Rhetorik	1	2	
	254902b	Interviewführung und Kommunikationspsychologie	1	2	
	254902c	Sprechen mit dem Körper	2	2	
1-2	254903	Moderationswerkstatt <i>Presentation Garage</i>	4	4	PL: PA

1-2	254903a	Achtung Praxis: Profis berichten aus ihrem Alltag	2	2
1-2	254903b	Achtung Praxis: Individuelles Coaching	2	2

Tabelle 2: Wahlpflichtbereich des Qualifikationsprogramms Moderation

Sem.	EDV-Nr.	Modul (Kurzbezeichnung)	Umfang		Prüfung
		ggf. Lehrveranstaltung	SWS	ECTS	
<u>Wahlpflichtbereich</u> <u>Moderations-praxis Studio ¹⁾</u>					
2	PL: 254910	Fernsehen: Information und informative Unterhaltung <i>Television: Information and Informative Discussion</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254911	Fernsehen: Information und Politik <i>Television: Information and Politics</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254912	Hörfunk: Formatradio <i>Radio Broadcasting: Format Radio</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254913	Hörfunk: Information, Politik und Informierende Unterhaltung <i>Radio Broadcasting: Information, Politics, Informing Entertainment</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254914	Selbstfahrerstudio <i>One-person Studios</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254915	Fachmoderationen <i>Subject Presentation</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254916	Öffentliche Veranstaltung, Bühne, Podium <i>Public Event, Stage, Podium</i>	2	4	PL: PP
<u>Wahlpflichtbereich Moderation</u>					
2	PL: 254920	Der „Look“ von Formaten <i>The "Look" of Formats</i>	1	2	PL: PA
2	PL: 254921	Moderationspraxis <i>Professional Facilitators</i>	1	2	PL:PA

- ¹⁾ Aus dem Wahlpflichtbereich „Moderationspraxis Studio“ sind mindestens vier, höchstens aber sechs Module zu belegen. Insgesamt können in diesem Bereich 24 ECTS erworben werden.

§ 1 Masterstudiengang Unternehmenskommunikation

Die folgende Prüfungsordnung gilt für Studierende, die sich ab Wintersemester 2022/23 in den Studiengang Unternehmenskommunikation eingeschrieben haben.

- (1) Der Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Module im Pflicht- und Wahlpflichtbereich beträgt 90 ECTS-Punkte.
- (2) Das Studium besteht aus einem Pflichtbereich im Umfang von 40 ECTS-Punkten und einem Wahlpflichtbereich im Umfang von 50 ECTS-Punkten.

Im Wahlpflichtbereich muss mindestens ein Studienschwerpunkt und dürfen höchstens drei Studienschwerpunkte erbracht werden. Ein Studienschwerpunkt gilt mit der Erbringung von drei Modulen im Umfang von 15 ECTS als erbracht. Enthält ein Studienschwerpunkt ein mit „Pflicht“ gekennzeichnetes Modul gilt der Studienschwerpunkt nur dann als erbracht, wenn dieses mit „Pflicht“ gekennzeichnetes Modul erbracht wurde. Die restlichen ECTS-Punkte können aus dem Wahlpflichtbereich frei gewählt werden.

Aus dem Angebot anderer Masterstudiengänge, die demselben SPO Teil A unterliegen, dürfen Module im Umfang von maximal 15 ECTS-Punkten erbracht werden.

- (3) Im Masterzeugnis werden auf Wunsch des Studierenden die im Wahlpflichtbereich gewählten Studienschwerpunkte ausgewiesen.
- (4) Im Modul „Internationales Studium“ können maximal 30 ECTS anerkannt werden.
- (5) Das Qualifikationsprogramm Moderation ist ein zusätzliches Wahlangebot für Masterstudierende. Es wird jährlich zum Wintersemester angeboten. Das Zertifikat „Moderator (HdM)“ wird verliehen, wenn alle Pflichtmodule erbracht und aus dem Wahlpflichtbereich „Moderationspraxis Studio“ Module im Umfang von minimal 16 ECTS-Punkten und maximal 24 ECTS-Punkten erfolgreich absolviert wurden.

Diese insgesamt minimal 38 ECTS-Punkte und maximal 50 ECTS-Punkte müssen in zwei aufeinanderfolgenden Semestern erbracht werden. Im Masterstudiengang können 12 ECTS-Punkte der Module „Moderation theoretische Grundlagen“ und „Moderation journalistische Grundlagen“ aus dem Pflichtbereich angerechnet werden.

Zulassungsvoraussetzung zum Qualifikationsprogramm Moderation ist das erfolgreiche Bestehen des zweistufigen Auswahlverfahrens und des Castings. Eine Bewerbung an das Institut für Moderation (imo) an der HdM bis zum 15. Juli eines Jahres ist nötig. Einzelheiten zur Zulassung sind in einer gesonderten Regelung festgehalten und unter www.moderationzukunft.de bzw. beim Institut für Moderation einzusehen.

Tabelle 1: Pflichtbereich des Studien- und Prüfungsplans für den Medienmaster Unternehmenskommunikation

Teil 1: Pflichtbereich

Sem.	EDV-Nr.	Modul (Kurzbezeichnung) ggf. Lehrveranstaltung	Umfang		Prüfung
			SWS	ECTS	
1	VS: 255000	Englisch Einstufungstest <i>English Placement Test</i>	0	0	VS: LÜ
1,2 1,2	PL: 255001 PV: 255003	Management der Unternehmenskommunikation <i>Management of Corporate Communications</i>	4	5	PL: PP PV: T
1,2	255001a	Unternehmenskommunikation: Theorien & Instrumente	2	2	PV
1,2	255001b	Unternehmenskommunikation: Planung & Controlling	2	3	
1,2 1,2	PL: 255002 PV: 255004	Forschung in der Unternehmenskom- munikation <i>Research on Corporate Communications</i>	4	5	PL: ST PV: T
1,2	255002a	Forschungsmethoden der Unternehmenskommunikation	2	2	PV
1,2	255002b	Transferprojekt Forschungsmethoden der Unternehmenskommunikation	2	3	
3	PL: 255020	Masterarbeit* <i>Master Thesis</i>	0	28	PL: MA
1,2,3	PL: 255021	Tutorium <i>Tutorial</i>	0	2	PL: PA, 14 Wo

* Die Abschlussarbeit wird in einem Vortrag präsentiert.

Tabelle 2: Wahlpflichtbereich des Studien- und Prüfungsplans für den Medienmaster Unternehmenskommunikation

Teil 1: Wahlpflichtbereich

Sem.	EDV-Nr.	Modul (Kurzbezeichnung) ggf. Lehrveranstaltung	Umfang		Prüfung
			SWS	ECTS	
		<u>Studienschwerpunkt</u> <u>Kommunikationsmanagement</u>			

2 1	PL: 255040 PV: 255044	Content Strategie <i>Content Strategy</i>	4	5	PL: PP PV: T
1	255040a	Content Strategie: Konzeption	2	3	PV
2	255040b	Content Strategie: Realisation	2	2	
2 1	PL: 255041 PV: 255045	PR & Corporate Publishing	4	5	PL: ST PV: T
1	255041a	Public Relations	2	2	PV
2	255041b	Corporate Publishing	2	3	
1,2	PL: 255042	Crossmediale Kommunikation <i>Crossmedia Communications</i>	2	5	PL: PA
1,2	PL: 254166	Ethik & Narrative Medienanalyse <i>Ethics and Narrative Media Analysis</i>	2	5	PL: ST
1,2	PL: 255043	Politische Kommunikation <i>Political Communications</i>	4	5	PL: TEA
1,2	PL: 254147	Moderation und Interview <i>Presentation and Interview</i>	4	5	PL: PA
1,2	254147a	Moderation	2	2	
1,2	254147b	Interview	2	3	
1,2	PL: 255046	Trends in der Unternehmenskommunikation <i>Trends in Corporate Communications</i>	3	5	PL: KMP
		<u>Studienschwerpunkt Branding</u>			
1,2	PL: 255060	Markenstrategie und -kommunikation (Pflicht) <i>Brand Strategy and Communications</i>	4	5	PL: ST
1,2	255060a	Markenstrategie	2	2	
1,2	255060b	Markenkommunikation	2	3	
1,2	PL: 255061	Corporate Design	2	5	PL: PA
1,2	PL: 255062	Designkommunikation <i>Design Communications</i>	2	5	PL: PA

2	PL: 255070	Digital Brand Experience ⁶⁾	4	5	PL: KMP
1,2	255070a	Digital Brand Experience	2	2	
1,2	255070b	Transferprojekt Digital Brand Experience	2	3	
2	PL: 255065	Customer Experience	4	5	PL: PA
1	PV: 255068				PV: T
1	255065a	Customer Experience	2	2	PV
2	255065b	Transferprojekt Customer Experience	2	3	
<u>Studienschwerpunkt</u>					
<u>Digitale Medien und Marketing</u>					
1,2	PL: 254040	Strategie und Marketing (Pflicht) <i>Strategy and Marketing</i>	4	5	PL: PA
1,2	254040a	Strategisches Management	2	3	
1,2	254040b	Strategisches Marketing	2	2	
1,2	PL: 254041	Digital Business	4	5	PL: ST
1,2	PV: 254047				PV: T
1,2	254041a	Digital Business	2	2	PV
1,2	254041b	Transferprojekt Digital Business	2	3	
1,2	PL: 254042	CRM/Social Media	4	5	PL: ST
1,2	PV: 254048				PV: T
1,2	254042a	CRM/ Social Media	2	2	PV
1,2	254042b	Transferprojekt CRM	2	3	
1	PL: 254044	Empirische Medienforschung <i>Empirical Media Research</i>	4	5	PL: ST
1	254044a	Digitalität und Gesellschaft	2	2	
1	254044b	Empirische Forschung zur digitalen Gesellschaft	2	3	
1,2	PL: 254050	Advanced Customer Analytics <i>Advanced Customer Analytics</i>	4	5	PL: KMP
	254050a	Angewandte Marktforschung	2	2	
	254050b	Transferprojekt	2	3	
1,2	PL: 254092	Advertising & Customer Insights ⁸⁾ <i>Advertising & Customer Insights</i>	4	5	PL: KMP

	254092a	Advertising & Customer Insights	2	2	
	254092b	Transferprojekt	2	3	
1,2	PL: 254086	Marketing Analytics ²⁾ <i>Marketing Analytics</i>	4	5	PL: KMP
	254086a	Grundlagen Data Analytics und Business Intelligence	2	2	
	254086b	Transferprojekt	2	3	
1,2	PL: 254087	Praxisprojekt Online Marketing I ³⁾ <i>Project Online Marketing I</i>	2	5	PL: PP
1,2	PL: 254088	Praxisprojekt Online Marketing II ⁴⁾ <i>Project Online Marketing II</i>	2	5	PL: PP
1,2	PL: 254127	Digital Media Technologies ⁷⁾ <i>Digital Media Technologies</i>	4	5	PL: KMP
1,2	254127a	Digital Media Technologies	2	2	PV
1,2	254127b	Transferprojekt Digital Media Technologies	2	3	
1,2	PL: 254091	Sustainability and Media <i>Sustainability and Media</i>	2	5	PL: KMP
		<u>Studienschwerpunkt Integrierte TV-Formatentwicklung und -vermarktung</u>			
1,2	PL: 254140	Management des Bewegtbildmarktes <i>Management Moving Image Industry</i>	4	5	PL: ST
1,2	254140a	Programmwirtschaft	2	2	
1,2	254140b	Vermarktung	2	3	
1,2	PL: 254141	Produktionsmanagement Film & TV <i>Management of Production (Film & TV)</i>	4	5	PL: PA
1,2	254141a	Konzeption/ Produktion Film, TV	2	2	
1,2	254141b	Filmfinanzierung, Recoupment	2	3	
1,2	PL: 254142	Produktionsleitung <i>Production Management</i>	4	5	PL: KMP

1,2	254142a	Drehplanung Film, TV	2	2	
1,2	254142b	Kalkulation AV-Medien	2	3	
1	PL: 254143	TV-Formatlab I TV Format Lab I	4	5	PL: PP
2	PL: 254144	TV-Formatlab II TV Format Lab II	4	5	PL: PP
1,2	PL: 254147	Moderation und Interview <i>Presentation and Interview</i>	4	5	PL: PA
1,2	254147a	Moderation	2	2	
1,2	254147b	Interview	2	3	
<u>Studienschwerpunkt Storytelling & Werteanalyse</u>					
1,2	PL: 254165	Think Tank	4	5	PL: TEA
1,2	PL: 254166	Ethik & Narrative Medienanalyse <i>Ethics and Narrative Media Analysis</i>	2	5	PL: ST
	PL: 254044	Empirische Medienforschung <i>Empirical Media Research</i>	4	5	PL: ST
	254044a	Digitalität und Gesellschaft	2	2	
	254044b	Empirische Forschung zur digitalen Gesellschaft	2	3	
1,2	PL: 254167	Storytelling im Unternehmen <i>Corporate Storytelling</i>	2	5	PL: ST
<u>Sonstige Module</u>					
1,2	PL: 254102	Datenschutz, Medienrecht und –politik <i>Data Privacy, Media Law and Media Politics</i>	4	5	PL: ST
1,2	PL: 254104	Media Law & Entrepreneurship Clinic	4	5	PL: ST
1,2	PL: 254180	International Management	4	5	PL: ST

	254180a	Internationales Marketing- management	2	2	
	254180b	Public Diplomacy and Nation Branding	2	3	
1,2	PL: 255509	Projekt Unternehmens- kommunikation 1 <i>Corporate Communications Project 1</i>	1	2	PL: PA
1,2	PL: 255511	Projekt Unternehmens- kommunikation 2 ⁵⁾ <i>Corporate Communications Project 2</i>	1	3	PL: PA
2	PL: 255503	Forschungsprojekt ¹⁾ <i>Research Project</i>	2	5	PL: PA
2		Module anderer Masterstudiengänge der HdM		max. 15	*)
2,3	PL: 255505	Tutorium 2 <i>Tutorial 2</i>	0	2	PL: PA
1,2	PL: 254509	Aktuelle Themen & Cases 1 <i>Current Topics & Cases 1</i>	2	5	PL: PA
1,2	PL: 254510	Aktuelle Themen & Cases 2 <i>Current Topics & Cases 2</i>	2	5	PL: PA
2,3	PL: 255507	Internationales Studium <i>International Studies</i>		max. 30	*)

¹⁾ Forschungsprojekte bedürfen der Zustimmung des Forschungsausschusses der Fakultät Electronic Media.

²⁾ Studierende, die das Modul mit der EDV-Nr. 254081 erbracht bzw. angemeldet haben, dürfen das Modul mit der EDV-Nr. 254086 nicht erbringen.

³⁾ Studierende, die das Modul mit der EDV-Nr. 254083 erbracht bzw. angemeldet haben, dürfen das Modul mit der EDV-Nr. 254087 nicht erbringen.

⁴⁾ Studierende, die das Modul mit der EDV-Nr. 254084 erbracht bzw. angemeldet haben, dürfen das Modul mit der EDV-Nr. 254088 nicht erbringen.

⁵⁾ Studierende, die das Modul mit der EDV-Nr. 255510 erbracht bzw. angemeldet haben, dürfen das Modul mit der EDV-Nr. 255511 nicht erbringen.

⁶⁾ Wer das Wahlpflichtmodul Digital Brand Experience (EDV-Nr. 255064) angemeldet oder erbracht hat, darf das neue Wahlpflichtmodul Digital Brand Experience (EDV-Nr. 255070) nicht erbringen.

- 7) Wer das Wahlpflichtmodul Digital Media Technologies (EDV-Nr. 254089) angemeldet oder erbracht hat, darf das neue Wahlpflichtmodul Digital Media Technologies (EDV-Nr. 254127) nicht erbringen.
- 8) Studierende, die das Modul 254080 erbracht bzw. angemeldet haben, dürfen das Modul 254092 nicht erbringen.
- *) Die Anzahl der ECTS in diesem Modul richtet sich an dem Umfang der gewählten Lehrveranstaltungen.

Teil 2: Qualifikationsprogramm Moderation

Tabelle 1: Pflichtbereich des Qualifikationsprogramms Moderation

Sem.	EDV-Nr.	Modul (Kurzbezeichnung) ggf. Lehrveranstaltung	Umfang		Prüfung
			SWS	ECTS	
1-2	PL: 254900	Moderation theoretische Grundlagen <i>Moderation Theoretical Fundamentals</i>	5	6	PL: ST
1	254900a	Personalisierung und Moderation	1	2	
1-2	254900b	Medienethik in der Moderation	2	2	
1-2	254900c	Moderationsanalyse	2	2	
1-2	PL: 254901	Moderation journalistische Grundlagen <i>Moderation Journalistic Fundamentals</i>	5	6	PL: PA
1	2549001a	Sprecherziehung / Stimmbildung	4	4	
2	2549001b	Texten für elektronische Medien	1	2	
1	PL: 254902	Moderation praktische Grundlagen <i>Moderation Practical Fundamentals</i>	4	6	PL: PP
	254902a	Rhetorik	1	2	
	254902b	Interviewführung und Kommunikationspsychologie	1	2	
	254902c	Sprechen mit dem Körper	2	2	
1-2	254903	Moderationswerkstatt <i>Presentation Garage</i>	4	4	PL: PA
1-2	254903a	Achtung Praxis: Profis berichten aus ihrem Alltag	2	2	
1-2	254903b	Achtung Praxis: Individuelles Coaching	2	2	

Tabelle 2: Wahlpflichtbereich des Qualifikationsprogramms Moderation

Sem.	EDV-Nr.	Modul (Kurzbezeichnung) ggf. Lehrveranstaltung	Umfang		Prüfung
			SWS	ECTS	

Wahlpflichtbereich
Moderationspraxis Studio ¹⁾

2	PL: 254910	Fernsehen: Information und informative Unterhaltung <i>Television: Information and informative Discussion</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254911	Fernsehen: Information und Politik <i>Television: Information and Politics</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254912	Hörfunk: Formatradio <i>Radio Broadcasting: Format Radio</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254913	Hörfunk: Information, Politik und Informierende Unterhaltung <i>Radio Broadcasting: Information, Politics, Informing Entertainment</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254914	Selbstfahrerstudio <i>One-person Studios</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254915	Fachmoderationen <i>Subject Presentation</i>	2	4	PL: PP
2	PL: 254916	Öffentliche Veranstaltung, Bühne, Podium <i>Public Event, Stage, Podium</i>	2	4	PL: PP

Wahlpflichtbereich Moderation

2	PL: 254920	Der „Look“ von Formaten <i>The "Look" of Formats</i>	1	2	PL: PA
2	PL: 254921	Moderationspraxis <i>Professional Facilitators</i>	1	2	PL: PA

¹⁾ Aus dem Wahlpflichtbereich „Moderationspraxis Studio“ sind mindestens vier, höchstens aber sechs Module zu belegen. Insgesamt können in diesem Bereich 24 ECTS erworben werden.