

Modulhandbuch

B.A. Sportjournalismus [B.A. SPJ]

Studienabschnitte:

Berufsorientiertes Studium

Profilvertiefung

Gültig für Studienanfänger/innen: Wintersemester 2017/18 bis aktuell



**Deutsche
Sporthochschule Köln**
German Sport University Cologne

Die Absolvent/innen des BA Sportjournalismus verfügen über Kenntnisse und Fertigkeiten, journalistische Inhalte sowie Mittel kommerzieller Kommunikation im Umfeld des Sports zu entwickeln und zu publizieren.

Sie kennen verschiedene Felder der Sport- und der Kommunikationswissenschaften, verfügen über Fachwissen und ordnen Erkenntnisse im Rahmen des Forschungsstandes zu Sport in den Medien ein.

Des Weiteren haben die Absolvent/innen gelernt, journalistische Inhalte für die Formate Text, Bild, TV und Hörfunk zu produzieren. Dabei können sie die Inhalte auswählen, recherchieren und unter Berücksichtigung rechtlicher und ethischer Grundsätze professionell und kreativ umsetzen.

Sie sind in der Lage, ihre eigene Arbeit und die anderer zu beurteilen, über Bewertungen zu diskutieren und ihren Standpunkt argumentativ zu vertreten. Sie können dabei Anforderungen kritisch reflektieren, bewerten und ihnen angemessen begegnen. Des Weiteren können sie im Team strukturiert und ergebnisorientiert arbeiten.

Konkret formuliert können die Absolvent/-innen

- Grundlagenwissen der Journalistik-Forschung beschreiben und für die aktuelle journalistische Praxis kritisch reflektieren
- Themenvorschläge für mediale Inhalte erarbeiten, recherchieren und bewerten
- mediale Inhalte zu verschiedenen Sportthemen in Text, Ton, Bild und Bewegtbild produzieren
- Besonderheiten von Sport als Medieninhalt begreifen und bei ihrer Arbeit berücksichtigen
- ideenreich und künstlerisch und zugleich zielorientiert sowie unter Druck arbeiten
- ihr späteres Berufsfeld erfassen und sich und ihre eigenen Fähigkeiten verorten
- sich in Arbeitsgruppen untereinander abstimmen, organisieren und Projektarbeiten gemeinsam umsetzen
- rechtliche und ethische Handlungsvorgaben reflektieren und verantwortungsvoll handeln
- analytisch und kritisch bei der Bewältigung von Aufgaben und möglichen Problemen vorgehen
- sich auf unterschiedliche Aufgabenbereiche und Anforderungen schnell einstellen und spezifische Anforderungen erkennen

Modul:	Print
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2017/18

Modultitel (Englisch)	Print
Kurzbezeichnung	SPJ1
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	2. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	300 / 10
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	<ul style="list-style-type: none"> a) Printjournalismus 2.0/ 30/ 40/ 2/ SE/ deutsch/ Nein b) Sportfotografie 2.0/ 30/ 40/ 2/ SE/ deutsch/ Nein c) Schreib- und Medienwerkstatt 2.0/ 30/ 60/ 2/ SE/ deutsch/ Nein d) Recherche und Themenfindung 2.0/ 30/ 40/ 2/ SE/ deutsch/ Nein
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>In diesem Modul sollen die Studierenden die wichtigsten Aspekte des Printjournalismus und seine Spezifika im Ressort Sport kennen lernen sowie den diesbezüglich aktuellen Forschungsstand aufarbeiten. Die für die Journalismusforschung im Bereich Print zu erarbeitenden relevanten Ansätze sowie Kenntnisse der Grundlagen des Tageszeitungs- und Zeitschriftenjournalismus versetzen die Studierenden in die Lage, die Journalistik-Forschung wie die aktuelle journalistische Praxis kritisch zu reflektieren und damit die wesentlichen Grundlagen des Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus benennen, verstehen und angemessen anwenden zu können. Darüber hinaus erlangen die Studierenden die Fähigkeit, medienspezifische Produktionsbedingungen und Abläufe des Printjournalismus, die dort angewandten journalistischen Darstellungsformen sowie Aspekte der Sportfotografie und grundlegende Aspekte der Recherche und Themenfindung erläutern und in eigenen Umsetzungen anwenden zu können. Die Studierenden erhalten Einblick in die verschiedenen Arbeitsfelder des Printjournalismus und lernen, eigenständig Projekte im Printjournalismus umzusetzen. Die Studierenden erlangen somit die Befähigung zur Reflexion und kritischen Analyse des Anwendungs- und Forschungsbereichs Printjournalismus, die Befähigung zur Einordnung und Analyse wissenschaftlicher sowie praktischer Konzepte des Printjournalismus und der Sportfotografie. Zu dem erlangen sie die Befähigung zur Recherche und Umsetzung von Texten in verschiedenen journalistischen Darstellungsformen im Feld des Printjournalismus, zur Durchführung von Interviews und zur Einbeziehung von Sportfotografie. Diesbezüglich erlangen die Studierenden grundlegend die Fähigkeit eigene</p>

	<p>Wissenslücken zu erkennen und zu schließen und werden zudem insbesondere in die Lage versetzt, strukturiert und effizient auf ein Ziel hin zu arbeiten, journalistische Schreibkompetenz sowie Kreativität zu entwickeln, und auch unter Druck eigenverantwortlich sowie im Team mit anderen zu arbeiten.</p>
<p>Zentrale Inhaltsbereiche</p>	<p>a) Printjournalismus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Rahmenbedingungen des Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus • Allgemeine Entwicklungen des Tageszeitungsmarktes • Allgemeine Entwicklungen des Zeitschriftenmarktes • Entwicklungen des Tageszeitungs- und Zeitschriftenmarktes unter besonderer Berücksichtigung des Sports • Nachrichtenproduktion und Verarbeitungsmuster im redaktionellen Kontext • Berufsfeld Sportjournalismus im Printsektor • Selbst- und Fremdverständnis von Sportjournalisten im Bereich Print • Spezifika des Sportjournalismus im Sektor Print <p>b) Sportfotografie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Text- und Bildkommunikation • Grundlagen der visuellen Kommunikation • Entwicklungen der visuellen Inszenierung des Sports • Gesellschaftliche Bedeutung von Sportfotografie • Technische Grundlagen der Sportfotografie • Berufsbild und Selbstverständnis von Sportfotografen • Ästhetische Techniken • Spezifika der Sportfotografie in Bezug auf einzelne Sportarten <p>c) Schreib- und Medienwerkstatt</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verfassen und Redigieren von Texten in unterschiedlichen Darstellungsformen • Interviewtechniken • Recherche, Dokumentation und Präsentation von Texten • Produktionsabläufe im Printjournalismus • Beispielhafte Umsetzung eines Projektes <p>a) Recherche und Themenfindung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriff, Theorie und Systematik des Recherchierens • Erweiterte Methoden, Techniken, Verfahren und Organisationsformen der Recherche • Entwicklung von Themen

	<ul style="list-style-type: none"> • Spezifische Aspekte der Themenfindung im Ressort Sport • Computergestützte Recherche • Umgang mit Quellen und Informanten • Rechtliche Rahmenbedingungen der Recherche • Investigative Recherche • Aufarbeitung sportspezifischer Fallbeispiele komplexer Recherchen • Entwicklung und Ausarbeitung eines eigenen Themenansatzes • Umsetzung eines eigenen Rechercheprojekts
Lehr- und Lernmethoden	Seminar mit Gruppen-, Kleingruppen- und Partnerarbeit sowie unterschiedlichen Arbeits- und Präsentationsformen; Projektarbeit
Empfohlene Literatur	<p>Weischenberg, S. (2004). Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Bd 1-2. Opladen: Westdeutscher Verlag.</p> <p>Pürer, H. und Raabe, J. (2007): Presse in Deutschland. Konstanz: UTB.</p> <p>Schierl, T. (2008): Die Visualisierung des Sports in den Medien. 2., überarbeitete Auflage. Köln: Herbert von Halem.</p> <p>Wolff, V. (2011): Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus. Konstanz: UVK.</p> <p>La Roche, W. v. (2008): Einführung in den praktischen Journalismus. Berlin: Econ.</p> <p>Haller, Michael (2008): Recherchieren. 7. Auflage. Konstanz: UVK.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	90-minütige Recherche-Klausur nach vorheriger dreitägiger journalistischer Recherche zu einem vorgegeben Thema
Gewichtung der Modulnote	100 %
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten

Modul: Grundlagen der Kommunikations- und Medienforschung

Studiengang: B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)

Studienabschnitt: Berufsorientiertes Studium

Gültig für Studienanfänger/innen ab: Wintersemester 2019/20

Modultitel (Englisch)	Fundamentals of communication and media research
Kurzbezeichnung	SPJ2
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	1. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	270 / 9
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	<p>a) Grundlagen der Kommunikationswissenschaft 2.0/ 30h/ 60h/ 1.FS o. 2.FS/ VL/ deutsch/ Nein</p> <p>b) Grundlagen der Medienwirkungsforschung 2.0/ 30h/ 60h/ 1.FS o. 2.FS / VL/ deutsch/ Nein</p> <p>c) Einführung in die Medienorganisation und Medienökonomie 2.0/ 30h/ 60h/ 1.FS o. 2.FS / VL/ deutsch/ Nein</p>
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>Die Studierenden können Grundbegriffe der Kommunikationswissenschaft definieren und einordnen. Sie sind in der Lage, unterschiedliche theoretische Zugangsweisen zu den Forschungsfeldern des Faches zu benennen. Auf der Basis von ausgewählten methodischen Verfahren können sie Fragestellungen der Kommunikationswissenschaft bearbeiten. Sie können empirisch-sozialwissenschaftlich fundierte Konzepte darlegen. Zudem sind sie fähig, interdisziplinäre Ansätze, etwa aus der Politikwissenschaft, der Soziologie und der Psychologie, zu verfolgen und zusammenzuführen. Die Studierenden können das gegenwärtige Mediensystem in der Bundesrepublik Deutschland beschreiben.</p>
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Grundlagen der Kommunikationswissenschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand und Entwicklung des Faches • Das Lehr- und Forschungsfeld • Theoretische Ansätze der Kommunikationsforschung • Grundbegriffe der Kommunikation (Kommunikation/ Massenkommunikation) • Kommunikator- / Journalismusforschung • Medieninhalts- / Mediaussagenforschung • Medienforschung • Rezipientenforschung <p>b) Medienwirkungsforschung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gegenstand und Entwicklung der Medienwirkungsforschung • Zentrale Theorien der Medienwirkungsforschung • Psychologische Aspekte der KW • Soziologische Aspekte der KW • Sozialpsychologische Aspekte der KW • Unternehmerische Aspekte der KW <p>c) Medienorganisation und Medienökonomie</p>



	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Situation und Entwicklung der Massenmedien • Medienstrukturen in Deutschland • Organisationsformen der Massenmedien • Pressewesen in Deutschland • Rundfunkwesen in Deutschland • Digitalisierung und Neue Medien in Deutschland • Konvergenz der Medien und Crossmedialität • Medienpolitik und Regulierung • Finanzierung der Medien <p>Ökonomische Aspekte der Massenmedien</p>
Lehr- und Lernmethoden	
Empfohlene Literatur	<p>Beyer, A. & Carl, P. (2012). Einführung in die Medienökonomie. (3., überarbeitete Auflage). Konstanz: UTB.</p> <p>Jäckel, M. (2011). Medienwirkungen. (5., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Pürer, H. (2014). Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (2., überarbeitete Auflage). Konstanz: UTB.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	<p>Klausur nach dem Antwort-Wahl Verfahren</p> <p>Gewichtung der Modulnote mit Faktor 2 im berufsorientierten Studium (inkl. Profilvertiefung)</p>
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten

Modul:	TV- und Radio-Journalismus
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2014/15

Modultitel (Englisch)	TV and Radio Journalism
Kurzbezeichnung	SPJ3
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	3. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	270 / 9
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	<p>a) TV-Journalismus I 2.0/ 30/ 30/ 3/ SE/ deutsch/ Ja</p> <p>b) TV-Journalismus II 2.0/ 30/ 30/ 3/ SE/ deutsch/ Ja</p> <p>c) Radiojournalismus 2.0/ 30/ 60/ 3/ SE/ deutsch/ Ja</p> <p>d) Sprache und Sprechen 2.0/ 30/ 30/ 3/ ÜB/ deutsch/ Ja</p>
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>In diesem Modul sollen die Studierenden die wichtigsten Aspekte des TV- und Radiojournalismus und ihre Spezifika im Ressort Sport kennen lernen und beispielhaft praktisch umsetzen. Des Weiteren sollen Sie diesbezüglich den aktuellen Forschungsstand aufarbeiten.</p> <p>Die Studierenden erhalten von Grund auf Einblick in medien spezifische Produktionsbedingungen und Abläufe des audiovisuellen Journalismus, dieser befähigt sie die aktuelle Situation auf dem Sektor erfassen und verstehen zu können. Zentral ist hierbei die praktische Anwendung aller zur Verfügung stehenden journalistischer Instrumente, die zur Erstellung eigenständiger Beiträge im TV- und Radiobereich dienen. Im weiteren Verlauf sollen diese auch in fortgeschrittenen und komplexeren Anwendungsgebieten zum Einsatz kommen und in Teamarbeit umgesetzt werden. Die für die Journalismusforschung im Feld des Bereichs der AV-Medien zu erarbeitenden relevanten Ansätze sowie Kenntnisse der Grundlagen des TV- und Radiojournalismus versetzen die Studierenden in die Lage, die Forschung wie die aktuelle journalistische Praxis kritisch zu reflektieren.</p>
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) TV-Journalismus I</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technische und redaktionelle Grundlagen der TV-Produktion • Grundlagen des Verfassens von TV-Beiträgen • Produktion und Verarbeitungsmuster im redaktionellen Kontext • Grundlagen der Interview- und Moderationstechnik <p>b) TV-Journalismus II</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen und Rahmenbedingungen des Fernsehmarktes

	<ul style="list-style-type: none"> • Spezifika des TV-Sportjournalismus im öffentlichen und privaten Fernsehen • Entwicklungen des Fernseh- und TV-Sportrechtmarktes • Berufsfeld Sportjournalismus im TV-Sektor und seine Veränderungen und Herausforderungen <p>c) Radiojournalismus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technische und redaktionelle Grundlagen der Hörfunk-Produktion • Grundlagen des Verfassens von Hörfunk-Beiträgen • Grundlagen und Rahmenbedingungen des Hörfunkmarktes • Produktion und Verarbeitungsmuster im redaktionellen Kontext • Spezifika des TV-Sportjournalismus im öffentlichen und privaten Hörfunk • Entwicklungen der Sportberichterstattung im Radio • Berufsfeld Sportjournalismus im Hörfunk-Sektor und seine Veränderungen und Herausforderungen <p>d) Sprache und Sprechen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sprech- und Sprachübungen • Stimmtraining • Grundlagen der Rhetorik • Spezifika des Sprechens für den Rundfunk • Sportsprache im Rundfunk • Vertonung und Einsprechen von Beiträgen/Kommentaren
Lehr- und Lernmethoden	Seminar mit Gruppen-, Kleingruppen- und Partnerarbeit sowie unterschiedlichen Arbeits- Übungs- und Präsentationsformen
Empfohlene Literatur	<p>La Roche, Walther von [Hrsg.] (2013): Einführung in den klassischen Journalismus. 13., vollst. aktualisierte Aufl.</p> <p>La Roche, Walther von [Hrsg.] (2009): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 9., vollst. aktualisierte Aufl., auch zu crossmedialem Arbeiten und Podcasting. Berlin: Econ.</p> <p>Buchholz, Axel u. Schulte, Gerhard: Fernseh-Journalismus: Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis (Journalistische Praxis) Springer VS; Auflage: 8. Aufl. 2011</p> <p>Kühnert, Daniela (2009): Sportfernsehen und Fernsehsport. München: Fischer.</p> <p>Gerhard Schult, Axel Buchholz (Hrsg.) (2011): Fernseh-</p>

	Journalismus. Berlin: Econ. Michael Rossié (2011): Sprechertraining. Berlin: Econ.
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	Projektarbeit in Form eines TV- und Radiobeitrages
Gewichtung der Modulnote	100 %
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten

Modul:	Online
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2017/18

Modultitel (Englisch)	Online
Kurzbezeichnung	SPJ4
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	4. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	240 / 8
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	<p>a) Online-Journalismus 2.0/ 30/ 50/ 4/ SE/ deutsch/ Ja</p> <p>b) Online-Redaktion I 2.0/ 30/ 50/ 4/ SE/ deutsch/ Ja</p> <p>c) Online-Redaktion II 2.0/ 30/ 50/ 4/ SE/ deutsch/ Ja</p>
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>In diesem Modul übertragen die Studierenden ihre bisher erworbenen journalistischen Basiskenntnisse auf den Onlinebereich. Sie erhalten Einblick in Besonderheiten der Online-Medien und lernen welche Konsequenzen diese für die journalistische Arbeit sowohl für textliche als auch audiovisuelle Aufbereitung von Content haben. Die Studierenden erlernen webspezifische Such- und Recherchestrategien und lernen die Ergebnisse einzuordnen und zu bewerten. Vermittelt werden zudem der Aufbau von Online-Redaktionen, die spezifischen Arbeitsabläufe sowie die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zu klassischen Redaktionsstrukturen. Die Studierenden werden in die Lage versetzt selbst Abläufe und Zuständigkeiten in Online-Redaktionen zu konzipieren, Arbeit in Teams zu organisieren und die onlinespezifischen Kommunikationstechniken hierfür gewinnbringend einzusetzen.</p> <p>Darüber lernen sie die Funktionsweise von Datenbanken und der verschiedenen Dienste im Internet kennen. Die Studierenden werden mit den technischen Grundlagen und der Funktionsweise des Webs vertraut gemacht sowie im praktischen Umgang mit (Web-)Content-Management-Systemen geschult. Die Studierenden sind anschließend in der Lage selbstständig mit gängigen Web-CMS journalistische Arbeiten online zu publizieren.</p>
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Online-Journalismus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Multi-mediale Darstellungsformen • Online-Recherche • Qualität im Web • Partizipativer Journalismus • Blogging • Social Networks <p>b) Online Redaktion</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Redaktionsorganisation • Kollaboratives Schreiben • Wissensmanagement • Modularisierung und Vernetzung von Organisationen • Redaktionsmarketing • SEO & SEM • Content-Syndication • Cross Media Publishing • Datenbanksysteme • (Web-) Content Management Systeme <p>c) Technische Grundlagen der Online-Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Datenformate im Internet • Metadaten, Indexierung, Social Tagging • Grundlagen HTML • Grundlagen CSS • Funktionsweise des Semantic Web • Web 2.0 • Grundlagen Content Management Systeme (Typo 3; Joomla!)
Lehr- und Lernmethoden	Referate / Präsentationen; Praktische Übungen; Gruppenarbeit
Empfohlene Literatur	<p>Beck, K. & Schweiger, W. (Hrsg.) (2010). Handbuch Onlinekommunikation (1. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Fraas, C., Meier, S. & Pentzold, C. (2012). Online-Kommunikation. München: Oldenbourg, R.</p> <p>Grimm, R. (2005). Digitale Kommunikation. München: Oldenbourg.</p> <p>Matzen, N. (2011). <i>Onlinejournalismus</i> (Wegweiser Journalismus, 8) (2. Aufl.). Konstanz: UVK.</p> <p>Scherfer, K. (Hrsg.) (2008). Webwissenschaft. Eine Einführung. Berlin ;, Münster: Lit.</p> <p>Sydow, J. & Windeler, A. (Hrsg.) (2004). Organisation der Content-Produktion (1. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	Klausur (90 Minuten)
Gewichtung der Modulnote	100 %
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte



Änderungen vorbehalten

Modul:	Aspekte der Sportkommunikation
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Profilvertiefung
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2017/18

Modultitel (Englisch)	Aspects of Sport Communication
Kurzbezeichnung	SPJ5
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	3. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	240 / 8
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	<p>a) Medienethik 2.0/ 30/ 50/ 3/ SE/ deutsch/ Nein</p> <p>b) Critical Topics des Sportjournalismus 2.0/ 30/ 50/ 3/ SE/ deutsch/ Nein</p> <p>a) Geschichte des Sports in den Medien 2.0/ 30/ 50/ 3/ SE/ deutsch/ Nein</p>
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>In diesem Modul erlangen Studierende die Fähigkeit, wichtige Aspekte der Sportkommunikation zu benennen sowie diese an Beispielen zu beschreiben und zu erörtern. Die Studierenden werden in die Lage versetzt kritische Aspekte des Sportjournalismus angemessen einzuschätzen. Die Studierenden werden darüber hinaus befähigt journalistisch verantwortungsvoll zu handeln. In den Blick genommen werden Medienethik, kritische Themen sowie Recherche des Sports in den Medien. Besondere Berücksichtigung erfahren sportpolitische Entwicklungen und Problemfelder. Die behandelten Aspekte des Seminars versetzen die Studierenden in die Lage, die Forschung wie die aktuelle journalistische Praxis kritisch zu reflektieren, zu verstehen und zu durchdringen. Darüber hinaus setzen sich die Studierenden in eigenständiger Arbeit mit den für ein umfassendes Berufsverständnis des Sportjournalisten wichtigen Feldern auseinander und entwickeln eigenständige Ansätze im Umgang mit medienethischen Fragestellungen sowie in der Recherche und Aufarbeitung kritischer, hintergrundbezogener Topics.</p>
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Medienethik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ethische Theorien • Medienethik / Journalismusethik / Ethik in Werbung und Public Relations • ‚offene‘ Berufsfelder als ethisches Problemfeld • Leitbilder, Pressecodex und Selbstverpflichtungen • Ethische Kontrollinstanzen im Journalismus (u.a. Presserat) • Ethik im Sportjournalismus • Sport und Ethik <p>b) Critical Topics des Sportjournalismus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Merkmale des kritischen Sportjournalismus • Akteure und Institutionen des kritischen

	<p>Sportjournalismus</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbereitung ausgewählter Themen (u.a. Doping, Wettmanipulation im Sport sowie Kommerzialisierung des Sports) • Aufbereitung ausgewählter sportpolitischer Aspekte (u.a. Korruption, Verbands- und Vereinsentwicklung) <p>a) Geschichte des Sports in den Medien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen der Sportgeschichte • Grundlagen der Mediengeschichte • Entwicklung der Sportberichterstattung im Print • Entwicklung der Sportberichterstattung im Radio • Entwicklung der Sportberichterstattung im Fernsehen • Sportberichterstattung im Nationalsozialismus • Sportberichterstattung in der DDR • Entwicklung der Sportberichterstattung bei den „Neuen Medien“ • Internationale Aspekte der Entwicklung der Sportberichterstattung
Lehr- und Lernmethoden	Seminare mit Einzel-, Gruppen-, Kleingruppen- und Partnerarbeit sowie Präsentationen, Referate und Fallstudien
Empfohlene Literatur	<p>Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hrsg.) (2010): Handbuch Medienethik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaft.</p> <p>Schierl, Thomas (Hrsg.) (2007): Handbuch Medien, Kommunikation und Sport. Schorndorf.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	Hausarbeit
Gewichtung der Modulnote	100 %
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten

Modul:	Marketing
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2014/15

Modultitel (Englisch)	Marketing
Kurzbezeichnung	SPJ6
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	4. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	210 h / 7
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	<p>a) Einführung in das Marketing 2.0/30 h/120 h/4. FS/VL/deutsch/nein</p> <p>b) Kommunikationspolitik 2.0/30 h/30 h/4. FS/SE/deutsch/nein</p>
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>a) Die Studierenden können Grundbegriffe, Konzepte, Methoden und Instrumente des Marketings als Teilgebiet der BWL und zentrale Aufgabe des Managements von Organisationen benennen. Sie können die Funktion, die Bedeutung und das Grundverständnis von Marketing als markt- und kundenorientierte Denkhaltung sowie dessen vielfältiges Aufgabenspektrum, deren Kern eine zielorientierte Gestaltung der Austausch- und Leistungsbeziehungen zwischen Organisation und Umwelt bzw. zu deren relevanten Stakeholder-Gruppen bildet, beschreiben.</p> <p>Die Studierenden können den Aufbau und Ablauf des Marketingmanagementprozesses und ausgewählten Erkenntnissen und Ergebnissen der Konsumverhaltensforschung beschreiben. Sie können die in den verschiedenen Aufgabenfeldern des Marketings (Situationsanalyse, Strategieentwicklung, Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik) relevanten Entscheidungstatbestände und Handlungsoptionen, sowie die wichtigsten der hierfür bereit stehenden Konzepte, Methoden und Instrumente benennen und kritisch reflektieren. Insbesondere können Studierende einschätzen und beurteilen, welche Potentiale und Grenzen sowie Vor- und Nachteile mit dem Einsatz verschiedener „tools“ und Techniken bzw. Instrumente des Marketings verbunden sind und an welche Bedingungen und Voraussetzungen ihr erfolgreicher Einsatz geknüpft ist.</p> <p>b) Die Studierenden können das Leitkonzept integrierter Kommunikation beschreiben und auf dieser Grundlage das kommunikative Handeln von Unternehmen und anderen Organisationen im Sport analysieren. Die Studierenden sind in die Lage, die theoretischen Inhalte auf das kommunikative Handeln von Organisationen anzuwenden.</p> <p>Die Studierenden können die Spezifika und Einsatzbereiche verschiedener Kommunikationsinstrumente benennen. und eine Strategie für deren Anwendung entwickeln. Sie können Kommunikationsmaßnahmen in konkreten Kontexten diskutieren und bewerten und in Arbeitsgruppen Entscheidungen zur Vorgehensweise treffen. Sie können die entwickelten Strategien in einer Projektpräsen-</p>

	tation darlegen und ihr Vorgehen argumentativ verteidigen.
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Einführung in das Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begriffliche und konzeptionelle Grundlagen • Historie, Entwicklungsphasen und Kritik des Marketings • Methoden der Markt- und Marketingforschung • Modelle und Ergebnisse der Konsumverhaltensforschung • Strategische Marketingplanung • Strategieoptionen • Produktpolitik • Preispolitik • Kommunikationspolitik • Distributionspolitik • Marketing-Kontrolle <p>b) Kommunikationspolitik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definition, Entwicklungsphasen, Funktionen und Merkmale • Konzepte integrierter Kommunikation • Kommunikationspolitische Ziele und Strategien • Zielgruppenbeschreibung • Kommunikationspolitische Planung • Merkmale und konzeptionelle Ausgestaltung von Instrumenten der Kommunikationspolitik • Wirkungsforschung und Wirkungskontrolle in der Kommunikationspolitik
Lehr- und Lernmethoden	<p>Vorlesung mit Diskussion</p> <p>Seminar: Referate / Präsentationen / Gruppenarbeit</p>
Empfohlene Literatur	<p>Bruhn, M. (2014). Marketing – Grundlagen für Studium und Praxis (12. Aufl.) Wiesbaden: Springer.</p> <p>Bruhn, M. (2015). Kommunikationspolitik – Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen (8. Aufl.). München: Vahlen.</p> <p>Esch, F. R., Herrmann, A. & Sattler, H. (2013). Marketing – eine managementorientierte Einführung (4. Aufl.). München: Vahlen.</p> <p>Kotler, P., Keller, K. L. & Opresnik, M. O. (2015). Marketing-Management – Konzepte, Instrumente, Unternehmensfallstudien (14., aktualisierte Aufl.). Hallbergmoos: Pearson.</p> <p>Meffert, H., Burmann, C. & Kurc, M. (2014). Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung – Konzepte – Instrumente – Fallbeispiele (12., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Konkrete Angaben hierzu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	<p>Klausur nach dem Antwortwahlverfahren</p> <p>Gewichtung der Modulnote mit Faktor 2 im Berufsorientierten Studium (inkl. Profilvertiefung)</p>
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Modul: Sport-/Medienrecht
Studiengang: B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt: Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab: Wintersemester 2014/15

Modultitel (Englisch)	Sport Law and Media Law
Kurzbezeichnung	SPJ7
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	5. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	120 / 4
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	a) Sportrecht 1.0/ 15h/ 15h/ 5.FS/ VL/ deutsch/ nein b) Medienrecht 1.0/ 15h/ 15h/ 5.FS/ VL/ deutsch/ nein c) Vertiefendes Seminar 2.0/ 30h/ 30h/ 5.FS/ SE/ deutsch/ ja
Kompetenzorientierte Lernziele	Die Studierenden können die Grundzüge des Sport- und Medienrechts benennen. Die Studierenden können bereichsspezifische Probleme des Sportrechts erörtern.
Zentrale Inhaltsbereiche	a) Sportrecht <ul style="list-style-type: none"> • Zweisäulensystem (Regeln/Rechtsnormen) • Doping • Korruption • Gewalt • Diskriminierung b) Medienrecht <ul style="list-style-type: none"> • Verfassungsprinzipien • Meinungsfreiheit • Persönlichkeitsschutz • Recht am eigenen Bild c) Vertiefendes Seminar: Die Gegenstände der Vorlesung werden vertieft.
Lehr- und Lernmethoden	
Empfohlene Literatur	Nolte. M (2017). Sport- und Medienrecht (3. Aufl.). Köln: Institut für Sportrecht.
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	Klausur
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Modul:	Forschungsmethoden
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2012/13

Modultitel (Englisch)	Forschungsmethoden
Kurzbezeichnung	SPJ8
Studiensemester	4. FS / 1
Studiendauer (Semester)	210 / 7
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	<p>a) Methoden der empirischen Kommunikationsforschung (Datenerhebungsverfahren) 2.0/ 30/ 60/ 4/ SE/ deutsch/ Nein</p> <p>b) Statistik für Journalisten 2.0/ 30/ 90/ 4/ SE/ deutsch/ Nein</p>
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>In diesem Modul lernen die Studierenden die relevanten Forschungsmethoden der Kommunikationswissenschaft insbesondere des Bereichs Sportjournalismus kennen. Es werden die grundlegenden Datenerhebungsverfahren der Kommunikationswissenschaft Beobachtung, Befragung, Inhaltsanalyse sowie apparative Verfahren wie Blickaufzeichnung vermittelt und ihre Anwendungsweise in der praktischen empirischen Forschung erlernt. Eine weitere erlernte Kompetenz ist die Fähigkeit der Übersetzung der Forschungsfrage in ein empirisches Forschungsdesign und darin die angemessene Auswahl für eine oder mehrere Datenerhebungsmethoden zu treffen.</p> <p>In Bezug auf die Analyse empirischer Daten werden die Studierenden in die Lage versetzt, angemessene Maßzahlen zur Beschreibung von Verteilungen der unterschiedlichen Messniveaus zu bestimmen, anzuwenden und zu interpretieren. Das Konzept der statistischen Inferenz und damit der unterschiedlichen Signifikanz-Tests bilden die Voraussetzung für die Verallgemeinerung der durch Stichproben gewonnen Befunde. Mit diesen Kenntnissen erlangen die Studierenden die Fähigkeiten, wissenschaftliche Studien in ihrer journalistischen Arbeit angemessen zu interpretieren, zu beurteilen und entsprechende Schlussfolgerungen zu ziehen.</p>
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Methoden des empirischen Kommunikationsforschung (Datenerhebungsverfahren)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experimentelle Designs • Quantitative Befragung • Qualitative Befragung • Experteninterviews • Fokusgruppeninterviews • Quantitative Formen der Inhaltsanalyse • Qualitative Formen der Inhaltsanalyse • Formen der Text-und Bildanalyse

	<ul style="list-style-type: none"> • Teilnehmende Beobachtung • Nichtteilnehmende Beobachtung <p>b) Statistik für Journalisten</p> <ul style="list-style-type: none"> • Univariate Maße der zentralen Tendenz • Streuungsmaße • Bivariate Assoziationsmaße nominaler Variablen • Bivariate Assoziationsmaße ordinaler Variablen • Das PRE-Modell (Proportional Reduction of Error) • Bivariate Assoziationsmaße metrischer Variablen • Bivariate Korrelation und Regressionsanalyse • Eta-Koeffizienten zum Zusammenhang zwischen nominalen und metrischen Variablen • Wahrscheinlichkeitstheorie und Signifikanztest
Lehr- und Lernmethoden	Seminar mit Gruppen-, Kleingruppen- und Partnerarbeit sowie unterschiedlichen Arbeits- und Übungsformen
Empfohlene Literatur	<p>Benninghaus, H. (2002): Deskriptive Statistik. Eine Einführung für Sozialwissenschaftler. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Brosius, H.B., Koschel, F. & Haas, A. (2008): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. 4. Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	Klausur (90 Minuten)
Gewichtung der Modulnote	100 %
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten

Modul:	Praktikumsvor- und -nachbereitung
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2012/13

Modultitel (Englisch)	Planning and Evaluation of Internship
Kurzbezeichnung	SPJ9
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	3. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	60 / 2
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	Praktikumsvor- und -nachbereitung 2.0/ 30h/ 30h/ 3. FS/ SE/ deutsch/ ja
Kompetenzorientierte Lernziele	Die Studierenden erwerben arbeitsmarkt- und berufsbezogenes Orientierungswissen und sollen somit in der Lage versetzt werden, den Praktikumsmarkt und seine Anforderungen zu überblicken. Sie werden befähigt, sich selbstständig und zielgerichtet auf geeignete Stellen zu bewerben. Zudem erhalten sie Anreize, ihr Handeln und ihre Rolle im Praktikum zu reflektieren und zu bewerten.
Zentrale Inhaltsbereiche	<ul style="list-style-type: none"> • Funktionen von studienbegleitenden Praktika • Informationsquellen und Möglichkeiten der Informationsbeschaffung über Praktikumsplatzanbieter bzw. -angebote • Bewerbungsformen und -strategien, Bewerbungsgespräche • Bewertungs- und Auswahlkriterien für Praktikumsplatzangebote, • Gestaltung des Praktikumsverlaufs (typische Probleme, Lösungen etc.) • Praktika im Ausland • Verhältnis von berufspraktischen Anforderungen und Studieninhalten in verschiedenen Tätigkeitsfeldern / Branchen • Erfahrungsberichte von Studierenden mit abgeschlossenem Praktikum mit anschließender Diskussion
Lehr- und Lernmethoden	Präsentation und Diskussion
Empfohlene Literatur	
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	Keine Prüfung
Gewichtung der Modulnote	
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte



Änderungen vorbehalten

Modul:	Public Relations
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2017/18

Modultitel (Englisch)	Public Relations
Kurzbezeichnung	SPJ10.1
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	5. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	180 / 6
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	<p>a) Öffentlichkeitsarbeit 2.0/ 30/ 30/ 5/ SE/ deutsch/ ja</p> <p>b) Mediengestaltung 2.0/ 30/ 30/ 5/ SE/ deutsch/ ja</p> <p>c) Media 2.0/ 30/ 30/ 5/ SE/ deutsch/ ja</p>
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>In diesem Modul sollen die Studierenden die wesentlichen Aspekte von Public Relations als ein Teilsystem des publizistischen Systems einer Gesellschaft kennen lernen. Sie sollen einen Überblick über die theoretischen Grundlagen und Ansätze von Public Relations erhalten. Darüber hinaus sollen sie in die Lage versetzt werden, für anstehende Fragen der Unternehmenskommunikation, Methoden, Gestaltungsmöglichkeiten und geeignete Kanäle der Medien zur Planung, Umsetzung und Optimierung von Kommunikationskonzepten zu kennen und anzuwenden. Auch die Einordnung wissenschaftlicher sowie praktischer Konzepte der Unternehmenskommunikation stehen als Lernziele im Mittelpunkt des Moduls.</p>
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Öffentlichkeitsarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und Geschichte der PR • Ein- und Abgrenzung von PR zu Werbung, Marketing, Journalismus • Ausgewählte Theorien der Unternehmenskommunikation • Strukturen, Handlungsfelder und Instrumente der Unternehmenskommunikation • Mikroebene: Integrierte Kommunikation • Meso- und Makroebene • Planung und Optimierung • Krisen-Kommunikation • Berufsfeld PR • Anforderungsprofile auf dem Stellenmarkt PR • Internationale Unternehmenskommunikation <p>b) Mediengestaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Grundlagen der Mediengestaltung • Medienanalyse und Medienvergleich • Gestaltungsgrundlagen • Gestalttheorien, Gestaltgesetze, Gestaltungslehren

	<ul style="list-style-type: none"> • Methoden und Instrumente der Konzeptionstechnik • Analyse und Wirkungsweise von PR-Kampagnen • Grafik/Print: Grundlagen und Anwendungsgebiete • Film/Video: Narration, Dramaturgie • Erstellung eigenständig gestalteter PR-Konzepte <p>c) Media</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redaktionelle Publikumsforschung vs. Media-/Werbeträgerforschung • Grundlagen der Mediaplanung • Budgetierung • Inter-Mediaselektion und Intra-Mediaselektion • Grundbegriffe und Methoden der Mediaforschung • Reichweitenmessungen • Probleme der Kontaktmessungen • Kontaktqualität • Kontaktvalidierung • Werbemonitoring • Präsentationstechniken
Lehr- und Lernmethoden	Seminar mit Gruppen-, Kleingruppen- und Partnerarbeit sowie unterschiedlichen Arbeits- und Präsentationsformen.
Empfohlene Literatur	<p>Bentele, G., Fröhlich, R., Szyka, P. (Hrsg.) (2005). Handbuch der Public Relations. Wiesbaden: VS Verlag</p> <p>Mast, M. (2010). Unternehmenskommunikation. Stuttgart: Lucius & Lucius</p> <p>Kleinsteuber, Hans J., Pörksen, B., Weischenberg, S. (Hg.) (2005). Handbuch Journalismus und Medien. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH</p> <p>Fraas, C., Meier, S. & Pentzold, C. (2012). Online-Kommunikation. München: Oldenbourg, R.</p> <p>Grimm, R. (2005). Digitale Kommunikation. München: Oldenbourg</p> <p>Radtke, S. P., Pisani, P., Wolters, W. (2001). Handbuch visuelle Mediengestaltung. Visuelle Sprache, Gestaltungselemente des Grafik-Design, Konzeption im Webdesign. Berlin: Cornelsen</p> <p>Schellmann, B., Gaida, P., Gläser, M. Kegel, T. (2001). Medien verstehen gestalten produzieren. Eine Einführung in die Praxis. Haan-Gruiten: Europa-Lehrmittel</p> <p>Frey-Vor, Gerlinde; Siegert, Gabriele; Stiehler, Hans-Jörg: Mediaforschung. Konstanz 2008, UTB-Verlag</p> <p>Hofsäss, Michael.; Engel, Dirk.: Praxishandbuch Mediaplanung. Berlin. 2003. Springer</p>



Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	Dokumentation (15 Seiten)
Gewichtung der Modulnote	100 %
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten

Modul: Medienwirtschaft
Studiengang: B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt: Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab: Wintersemester 2014/15

Modultitel (Englisch)	Economics of Media
Kurzbezeichnung	SPJ10.2
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	5. oder 6. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	180 / 6
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	<p>a) Sportwerbung 2.0/ 30h/ 30h/ 5./6.FS/ SE/ deutsch/ Nein</p> <p>b) Ausgewählte Felder der Medienökonomie 2.0/ 30h/ 30h/ 5./6.FS/ SE/ deutsch/ Nein</p> <p>c) Ausgewählte Felder der Medienwirtschaft 2.0/ 30h/ 30h/ 5./6.FS/ SE/ deutsch/ Nein</p>
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>Die Studierenden können nach Abschluss der Seminare Sportwerbung, Ausgewählte Felder der Medienökonomie und Ausgewählte Felder der Medienwirtschaft,</p> <ul style="list-style-type: none"> zentrale Begriffe und Definitionen aus den Bereichen Sportwerbung, Medienökonomie und Medienwirtschaft benennen, richtig darstellen und einordnen, medienwirtschaftliche, medienökonomische und -rechtliche sowie kommunikationswissenschaftliche theoretische Grundlagen in den Feldern Sportwerbung, Medienökonomie und Medienwirtschaft benennen und verstehen, anhand von ausgewählten Fragestellungen aus der Sportwerbung, Medienökonomie und Medienwirtschaft erste konzeptionelle Überlegungen entwickeln und den verhandelten Wissenskontext anwenden sowie beurteilen, ausgewählte Frage- und Problemstellungen aus der Sportwerbung, Medienökonomie und Medienwirtschaft ableiten, auf Grundlage des vermittelten Wissens analysieren und kritisch beurteilen. Darüber hinaus können Studierende medienwirtschaftliche, medienökonomische und -rechtliche sowie kommunikationswissenschaftliche Besonderheiten in einen erweiterten Kontext stellen und diese vergleichen, eigene Lösungsansätze für medienwirtschaftliche, medienökonomische und -rechtliche sowie kommunikationswissenschaftliche Frage- und Problemstellungen konzeptionell entwickeln, diese an Beispielen erklären und in einer Diskussion argumentativ vertreten, aktuelle Entwicklungen in den Bereichen Sportwerbung, Medienökonomie und Medienwirtschaft, beurteilen und einschätzen. Darüber hinaus können Studierende aktuelle Entwicklungen interdisziplinär verknüpfen und die Notwendigkeit von potentiellen Forschungsfeldern bewerten.
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Sportwerbung</p> <ul style="list-style-type: none"> Die Geschichte des Markenartikels und der Markenwerbung

- Werbung als Marketinginstrument
- Veränderte Kommunikationsbedingungen und Marktverhältnisse
- Werbung für und mit dem Sport
- Vergleich von Werbung, Sponsoring und PR sowie integrative Ansätze
- Die Aufgabe von Markenpolitik in übersättigten Märkten
- Wertewandel: Erlebniswelten und Selbstinszenierungen
- Wirkungen und Möglichkeiten kommerzieller Kommunikation
- Spezifische Aufgaben und Wirkungen der Werbung im Sport
- Machbarkeit und Grenzen
- Werbung und Gesellschaft
- Erstellung von Präsentationen eigenständig entwickelter Werbestrategien

b) Ausgewählte Felder der Medienökonomie

- Grundfragen der Medienökonomie (Bestimmung des Gegenstandes, wissenschaftliche Verortung)
- Das Mediensystem
- Der Mediensektor (Volumen, Strukturen, Funktionen, gesamtwirtschaftliche Bedeutung)
- Konzepte der ökonomischen Analyse des Mediensektors
- Kommunikations- und Medienmärkte
- Sport als Medieninhalt (Sportrechte)
- Medienproduktion im Schnittfeld zwischen Ökonomie und Medienpolitik
- Struktur der Medienmärkte
- Medienkonzentration
- Regulierung und Liberalisierung
- Digitalisierung und Konvergenz
- Internationalisierung und Globalisierung
- Medienökonomie und Medienkultur (Medien als Wirtschafts- und Kulturgut)
- Wandel des Mediensystems
- Eigenständig moderierte Diskussionen verschiedener Probleme der Medienökonomie

c) Ausgewählte Felder der Medienwirtschaft

- Grundlagen des Medienmanagements
- Besonderheit von Medienmärkten
- Wertschöpfungsstrukturen, Geschäfts- und Erlösmodelle
- Strategisches Medienmanagement
- Beschaffungsmanagement bei Medien
- Redaktionsmanagement
- Innovationsmanagement
- Produktionsmanagement
- Absatzmanagement
- Spezifisches TV-Management

	<ul style="list-style-type: none"> • Spezifisches Print-Management • Spezifisches Internet-Management • Eigenständige Erstellung einer Managementstrategie
Lehr- und Lernmethoden	
Empfohlene Literatur	<p>Heinrich, J. (2010). Medienökonomie. Band 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt. Wiesbaden: VS Verlag.</p> <p>Heinrich, J. (2010). Medienökonomie. Band 2: Hörfunk und Fernsehen. Wiesbaden: VS Verlag.</p> <p>Schweiger, G. & Schrattenecker, G. (2017). Werbung. Eine Einführung. München: UTB.</p> <p>Wirtz, B. W. (2016). Medien- und Internetmanagement. Wiesbaden: Springer Gabler.</p>
Modulart	Wahlpflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	Hausarbeit
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten

Modul:	Medienangebote und -wirkungen
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2014/15

Modultitel (Englisch)	Media Offerings and Effects
Kurzbezeichnung	SPJ10.3
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	5. oder 6. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	180 / 6
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	<p>a) Medieninhaltsforschung 2.0/ 30h/ 30h/ 5./6.FS/ SE/ deutsch/ Nein</p> <p>b) Kommunikatorforschung 2.0/ 30h/ 30h/ 5./6.FS/ SE/ deutsch/ Nein</p> <p>c) Rezipienten- und Wirkungsforschung 2.0/ 30h/ 30h/ 5./6.FS/ SE/ deutsch/ Nein</p>
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>Die Studierenden können den aktuellen Stand der theoretischen und empirischen Forschung der Bereiche Medieninhaltsforschung, Kommunikatorforschung sowie Rezipienten- und Inhaltsforschung beschreiben/erläutern.</p> <p>Sie können diese Befunde kritisch reflektieren und diskutieren.</p> <p>Sie können unterschiedliche theoretische Ansätze hinsichtlich ihrer Relevanz beurteilen und für ihre eigene Forschung nutzen.</p> <p>Sie können Projekte in den Inhaltsbereichen planen und die einschlägigen Methoden fachgerecht anwenden.</p> <p>Sie sind in der Lage wissenschaftliche Beiträge zu verfassen.</p>
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Medieninhaltsforschung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Methoden: Inhaltsanalyse, Stichprobenverfahren • Verfahren der Datenauswertung • Konzentration und Programmvielfalt • Medienspezifische Profile • Programme, Formate, Genres • Funktionen journalistischer Darstellungsformen • Strukturmerkmale von Medieninhalten • Wirklichkeit und Medienrealität • Eigengesetzlichkeiten der Medien • Verstehbarkeitsforschung • Latente und manifeste Inhalte • Implizite Kommunikation • Bildforschung • Inhaltsanalyse im Internet • Aktuelle Studien der Sportmedieninhaltsforschung • Eigenständige Forschungsprojekte unter kontrollierten Arbeitsbedingungen <p>b) Kommunikatorforschung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berufsbilder und -felder • Berufsverständnis in der Medienbranche, z.B. Professionalität und Qualität

	<ul style="list-style-type: none"> • Anforderungsprofile, Erwartungen • Aus- und Weiterbildung • Mobilität, Migration, Globalismus • Produktionsabläufe und ihre Veränderung durch technologischen Wandel • Eigen- vs. Fremdbeschaffung von Informationen • Studien zur Kommunikatorforschung • Gatekeeping • Agenda Setting • soziale Netzwerktheorien • Aktuelle Studien der Sportkommunikatorforschung • Erstellung eigenständiger Präsentationen zum Forschungsstand <p>c) Rezipienten- und Wirkungsforschung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medienwirkungen als Forschungsbereich • Mediennutzungsforschung • Klassische Wirkungsforschung: Sozialpsychologische Ansätze • Klassische Wirkungsforschung: Soziologische Ansätze • Neue Perspektiven: Medienzuwendung als soziales Handeln • Neue Perspektiven: Rezeption und Verarbeitung • Neue Perspektiven: Kognitive Medieneffekte • Wirkungsforschung: Befunde • Systemtheorie als Basistheorie der Wirkungsforschung • Konstruktivismus als Basistheorie der Wirkungsforschung • Allgemeine und sportspezifische Studien der Wirkungsforschung • Interpretation und Diskussion von medienwissenschaftlichen Texten zum Thema Wirkung von Medien • Eigenständig moderierte Diskussionen verschiedener Probleme der Wirkungsforschung
Lehr- und Lernmethoden	
Empfohlene Literatur	<p>Bilandzic, H., Schramm, H. & Matthes, J. (2015). Medienrezeptionsforschung. Konstanz: UVK. Rössler, P. (2005). Inhaltsanalyse. Konstanz: UVK. Meier, K. (2007). Journalistik. Konstanz: UTB basics.</p>
Modulart	Wahlpflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	Hausarbeit
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten

Modul:	Praktikum
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2012/13

Modultitel (Englisch)	Placement
Kurzbezeichnung	SPJ11
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	5. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	240 / 8
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	Dauer Die Mindestdauer eines Praktikums beträgt sechs Wochen Vollzeit, d. h. es sollte einen Umfang von mindestens 240 Arbeitsstunden betragen. Die Verteilung dieser Studienzahl kann individuell geregelt werden, d. h. neben einem mind. sechswöchigen Vollzeit-Praktikum ist auch eine tage- oder stundenweise Ableistung über einen entsprechend längeren Zeitraum hinweg möglich. In diesem Fall sollte die Praktikumsbescheinigung bzw. das Praktikumszeugnis eindeutige Angaben zum zeitlichen Umfang des gesamten Praktikums enthalten.
Kompetenzorientierte Lernziele	Die Studierenden sollen durch das Praktikum zielorientiertes und selbständiges Arbeiten, Team- und Integrationsfähigkeit, praxisorientierte Umsetzung von Fachkompetenz, Problemlösungsfähigkeit erlernen. Zudem sollen Anpassungsfähigkeit und Flexibilität geschult werden.
Zentrale Inhaltsbereiche	Es muss sichergestellt werden, dass das Praktikum in einer journalistischen Redaktion bzw. einem redaktionellen Umfeld absolviert wird. Das Praktikum sollte deutliche Bezüge zum Studiengang „Sportjournalismus“ aufweisen und tätigkeitsbezogen etwas mit Kommunizieren, Konzipieren, Gestalten, Planen, Umsetzen, Publizieren, etc. zu tun haben. Diese Bezüge sind in aller Regel gegeben im Falle eines Praktikums bei: <ul style="list-style-type: none"> • Verlage (Print und Online) • Rundfunkanstalten (TV und Hörfunk) • Werbe-; PR- und Medianagenturen • in einem Unternehmen der Medienbranche • einer Organisation des Non-Profit-Sektors des Sports (Sportverein, Sportverband, kommunale Sportverwaltung) Nicht als Praktikum anerkannt werden <ul style="list-style-type: none"> • rein sportpraktische Tätigkeiten, wie z. B. die Arbeit als Übungsleiter/-in oder Trainer/-in • Neben-/Ferien-/Studentenjobs zur Studienfinanzierung (auch wenn diese einen

	<p>Sportbezug aufweisen, z. B. Verkaufshilfe im Sportfachgeschäft, studentische Hilfskraft an der Sporthochschule)</p> <ul style="list-style-type: none"> • rein kaufmännische berufliche Tätigkeiten/ Büroarbeiten vor oder während des Studiums ohne Sportbezug • kaufmännische Berufsausbildungen, • ehrenamtliche Tätigkeiten
Lehr- und Lernmethoden	
Empfohlene Literatur	
Modulart	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Das Praktikum sollte in der zweiten Hälfte des Studiums, d.h. frühestens nach dem dritten Semester abgeleistet werden. Die Anerkennung von vor dem Studium abgeleisteten Praktika ist nur in Ausnahmefällen und nach individueller Prüfung durch den/die Modulbeauftragte/n bzw. die verantwortlichen Lehrpersonen des Seminars Praktikumsvor- und -nachbereitung möglich.
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	Keine Prüfung
Gewichtung der Modulnote	
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten

Modul:	Thesis
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2012/13

Modultitel (Englisch)	Thesis
Kurzbezeichnung	SPJ12
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	6. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	360 / 12
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	
Kompetenzorientierte Lernziele	Die Studierenden sollen durch die Erstellung der Bachelorarbeit in die Lage versetzt werden, ein Problem zu identifizieren und zu analysieren. Die Studierenden werden befähigt, theoretische Ansätze darzustellen und zu beurteilen. Sie sollen das Problem in einer vorgegebenen Frist unter Anwendung einer wissenschaftlichen Methode bearbeiten. Strukturiertes Arbeiten und wissenschaftliche Schreibkompetenz werden dabei erlernt.
Zentrale Inhaltsbereiche	Das Thema sollte einen deutlichen Bezug zum Bereich Sportjournalismus und/oder Sportkommunikation aufweisen.
Lehr- und Lernmethoden	
Empfohlene Literatur	Empfohlene Literatur zur inhaltlichen und formalen Gestaltung einer Bachelorarbeit <ol style="list-style-type: none"> 1. Leitfaden zur Erstellung von Bachelorarbeiten (pdf) (Sportmanagement und Sportkommunikation) 2. Hinweise zur Anfertigung der Bachelorarbeit (pdf) Homepage der Deutschen Sporthochschule unter Studium > Prüfungsangelegenheit > Bachelor
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	
Prüfungsleistung	Thesis
Gewichtung der Modulnote	
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten

Modul:	Wissenschaftliches Projekt
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2012/13

Modultitel (Englisch)	Scientific Projekt
Kurzbezeichnung	SPJ13
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	5. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	180 / 6
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	a) Forschungsprojekt I 4.0/ 60/ 60/ 5/ SE/ deutsch/ ja b) Forschungsprojekt II 2.0/ 30/ 30/ 5/ SE/ deutsch/ ja
Kompetenzorientierte Lernziele	Das Forschungsseminar soll den Studierenden erste Erfahrungen in der Organisation und Durchführung eines empirischen Forschungsprojektes im Bereich der Kommunikationswissenschaft/Journalismusforschung vermitteln. Kernkompetenzen sind hierbei im Wesentlichen die Organisation, Analyse und Präsentation von komplexen wissenschaftlichen Fragestellungen innerhalb eines realen empirischen Projekts. Hierbei können sowohl Projekte aus dem akademischen als auch aus dem wirtschaftlichen Umfeld unter Anleitung durchgeführt werden. Zentrale Kompetenzen, die durch die Veranstaltung vermittelt sowie erlernt werden sollen, sind strukturiertes Arbeiten, analytisches Denken, wissenschaftliche Schreib- und Methodenkompetenz, Kreativität, Selbstreflexion, Kritikfähigkeit sowie Teamarbeit.
Zentrale Inhaltsbereiche	<ul style="list-style-type: none"> • Themenfindung und Forschungsfragen • Theoriebildung • Ableitung von Hypothesen • Operationalisierung theoretischer Konstrukte • Konstruktion eines Erhebungsinstrumentes • Durchführung einer Erhebung • Analyse der erhobenen Daten • Hypothesentest • Präsentation/Dokumentation der Ergebnisse
Lehr- und Lernmethoden	Seminar mit Gruppen-, Kleingruppen- und Partnerarbeit sowie unterschiedlichen Arbeits- und Übungsformen.
Empfohlene Literatur	Brosius, H.B., Koschel, F.& Haas, A. (2008): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. 4. Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. Schöneck, N.M., Voß, W. (2005) Das Forschungsprojekt. Planung, Durchführung und Auswertung einer quantitativen Studie. Wiesbaden. VS-Verlag
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben



	dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	Hausarbeit
Gewichtung der Modulnote	
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten