

# Crossmedia (PF)

<b>Modulnummer</b>	<b>Workload</b>	<b>Credits</b>
2055	150 h	5
<b>Studiensemester</b>	<b>Häufigkeit des Angebot</b>	<b>Dauer</b>
4. Semester	jährlich / nach Bedarf	1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>Kontaktzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
a) Vorlesung b) Übung	4 SWS / 60 h	90 h
<b>geplante Gruppengröße</b>	<b>Kurzzeichen</b>	<b>Prüfungsnummer</b>
a) 70 Studierende b) 15-20 Studierende	CM	1520

<b>1</b>	<p><b>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</b>          Die Studierenden sollen im Anschluss an die Veranstaltung Grundlagen der Audioverarbeitung mit einem Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, crossmediale Produktionen eigenständig zu entwickeln und umzusetzen. Dabei wird ein Schwerpunkt auf das „Digitale Storytelling“ gelegt. Die Studierenden erlernen die Fähigkeit, vorhandene crossmediale Formate zu analysieren und redaktionell abzunehmen.</p>
<b>2</b>	<p><b>Inhalte</b>          Topic/Schlagworte: Crossmedia, Digitales Storytelling, Web-Documentary, interaktive Dokumentationen, Crossmedia-Management, Content Management Systeme</p> <p><b>Theory/Theorie:</b>Einführung in die Crossmedia-Konzeption (vergleichende Analyse). Dieser Kurs analysiert crossmediale Produktionen und erarbeitet Erzählstrategien für die digitalen Medien. Dieses passiert durch ausführliche Analyse existierenden Medienmaterials und die Produktion eigener crossmedialer Produkte, wie eine interaktive Dokumentation als Ergänzung für ein journalistisches Format in den klassischen Medien. Der Schwerpunkt der behandelten Produktionen liegt im journalistischen Bereich, es werden aber auch crossmediale Werbekampagnen berücksichtigt.</p> <p>Im Laufe des Semesters bearbeiten die Studierenden selbstständig wissenschaftlich ein Thema aus dem im Wandel befindlichen Komplex „Crossmedia“ und stellen diesen in Form von Referaten der Gruppe vor.</p> <p><b>Practice/Praxis:</b> Produktion eines crossmedialen Produkts inklusive Crossmedia Management</p>
<b>3</b>	<p><b>Lehrformen</b>          seminaristischer Unterricht und Projektarbeiten</p>
<b>4</b>	<p><b>Teilnahmevoraussetzungen</b>          Bestehen der Sperrfächer (§24)</p>
<b>5</b>	<p><b>Prüfungsformen</b>          Mündliche Präsentation (Referat) und schriftliche Abgabe</p>
<b>6</b>	<p><b>Voraussetzung für die Vergabe von Kreditpunkten</b>          Erfolgreiches Referat / Thesenpapier / Vortrag etc. in Veranstaltung</p>
<b>7</b>	<p><b>Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen)</b>          keine</p>

## Crossmedia (PF)

<b>Modulnummer</b>	<b>Workload</b>	<b>Credits</b>
2055	150 h	5
<b>Studiensemester</b>	<b>Häufigkeit des Angebot</b>	<b>Dauer</b>
4. Semester	jährlich / nach Bedarf	1 Semester
<b>Lehrveranstaltungen</b>	<b>Kontaktzeit</b>	<b>Selbststudium</b>
a) Vorlesung b) Übung	4 SWS / 60 h	90 h
<b>geplante Gruppengröße</b>	<b>Kurzzeichen</b>	<b>Prüfungsnummer</b>
a) 70 Studierende b) 15-20 Studierende	CM	1520
<b>8</b>	<b>Stellenwert der Note für die Endnote</b> Credit(s) *Note/210	
<b>9</b>	<b>Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende</b> Dr. Frank Lechtenberg	
<b>10</b>	<b>Sonstige Information / Literatur</b> Jakubetz, Christian (2011), Crossmedia, UVK Sturm, Simon (2013): Digitales Storytelling. SpringerVS Müller-Kalthoff, Björn (2012): Cross-Media Management, Springer	