

Bachelorstudium Multimedia Production Media Engineering

# Modulübersicht

# Modulübersicht Bachelorstudium Multimedia Production

## **Pflichtmodule**

Audiovisuelles Erzählen 1 .....	4
Audiovisuelles Erzählen II .....	5
Audiovisuelles Erzählen III .....	6
Bachelor-Lehrprojekt.....	7
Bachelorthesis .....	8
Corporate Communications I: Grundlagen und Konzepte.....	9
Corporate Communications II: Relations.....	10
Interaktive Medien I.....	11
Interaktive Medien II.....	12
Interaktive Medien III.....	13
Interaktive Medien IV .....	14
Interaktive Medien V .....	15
Medienethik / Markt- und Medienforschung I.....	16
Medienethik / Markt- und Medienforschung II.....	18
Medienethik / Markt- und Medienforschung III .....	19
Medienrecht / Medien-Betriebswirtschaftslehre I.....	20
Medienrecht / Medien-Betriebswirtschaftslehre II.....	21
Medienrecht / Medien-Betriebswirtschaftslehre III.....	23
Schreiben und Sprechen I.....	24
Schreiben und Sprechen II.....	25
Schreiben und Sprechen III.....	26
Schreiben und Sprechen IV .....	27
Schreiben und Sprechen V.....	28
Visualisieren I .....	29
Visualisieren II.....	30

Visualisieren III .....	31
Visualisieren IV.....	32
Visualisieren V.....	33
<b>Wahlpflichtmodule</b>	
Konvergent Produzieren I.....	34
Konvergent Produzieren II .....	35
Konvergent Produzieren III .....	36
Konvergent Produzieren IV .....	37
Minor 3D-Motion-Design-Grundkurs.....	38
Minor Audio für das 21. Jahrhundert.....	39
Minor Corporate Social Media .....	40
Minor Event-Inszenierung .....	41
Minor Experience Reality with xR .....	43
Minor Filmisches Erzählen .....	44
Minor Financier dir deinen Traum .....	45
Minor Infografik .....	46
Minor Internationale & interkulturelle Kommunikation.....	47
Minor Make it Sound.....	48
Minor Markenführung & ICH-Marke.....	49
Minor New Local Media .....	50
Minor Projektmanagement.....	51
Minor Postproduction.....	52
Minor Public Communication .....	53
Minor Designing a Videogame.....	54
Minor Werbespot & Imagefilm .....	55
Minor WebTech.....	56
Minor Zeichnen .....	57
Major Branded Motion I.....	58
Major Branded Motion II.....	59
Major Digital Communications Management I: Conception.....	60
Major Digital Communications Management I: Campaigning.....	61
Major Journalismus Multimedial I .....	62
Major Journalismus Multimedial II .....	63
Major Live Communication I .....	64

Major Live Communication II .....	65
Major Media Applications I .....	66
Major Media Applications II .....	67
Major Radio Production I .....	68
Major Radio Production II .....	69
Major Videoformate Nonfiktional I .....	70
Major Videoformate Nonfiktional II .....	71
<b>Wahlmodule</b>	
Stage .....	72

# Pflichtmodule

## Audiovisuelles Erzählen 1

### Leitidee

In diesem Modul werden Gestaltungsgrundlagen in der Umsetzung von Bewegtbildinhalten, die professionelle Nutzung von Audio- und Videokomponenten sowie der Umgang mit ausgewählten Software-Tools der Adobe Creative Cloud vermittelt und von den Studierenden an praktischen Beispielen geübt.

### Typ

Pflichtmodul

### Umfang

6 ECTS-Punkte

### Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme sind die Studierenden in der Lage, ausgehend von den vermittelten theoretischen Grundlagen, audiovisuelle Hard- und Software zu nutzen. Durch das Umsetzen eigener Projekte sind sie mit den wichtigsten Aspekten audiovisueller Arbeit vertraut.

# Audiovisuelles Erzählen II

## Leitidee

Der projektorientierte Unterricht bietet eine vertiefte Auseinandersetzung mit dem Medium Film sowie einen intensiven Umgang mit Kamera, Schnittprogramm und Tontechnik. Im Zentrum steht das Realisieren eines filmischen Berichts mit all seinen Komponenten. Parallel zur inhaltlichen und gestalterischen Arbeit eignen sich die Studierenden vertiefte technische Kompetenzen in Bild und Ton an.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- konkrete Aufgabenstellungen in der Produktion audiovisueller Inhalte, wie z.B. Konzeption und Realisation eines Filmberichts, eigenständig umzusetzen;
- allfällige Unzulänglichkeiten in den produzierten Inhalten zu analysieren;
- erkannte Fehler durch Überarbeitung ihrer Projekte in eine modifizierte Version zu überführen.

# Audiovisuelles Erzählen III

## Leitidee

Die Studierenden vertiefen ihre Kompetenzen im Bereich der audiovisuellen Narration und festigen die damit verbundenen technischen und gestalterischen Fertigkeiten. Im Zentrum stehen Konzeption und Umsetzung eigener Bewegtbildbeiträge von der Idee zum professionell geschnittenen und vertonten Film. Der Unterricht erfolgt in Werkstattform und ist praxisbezogen. Die Dreharbeiten erfolgen im Rahmen eines einwöchigen Workshops, der in Berlin durchgeführt wird.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- anspruchsvolle audiovisuelle Beiträge zu realisieren, und zwar in Konzeption, Planung/Recherche sowie in der sachgerechten Umsetzung in Bild und Ton einschliesslich Postproduktion;
- in Teamarbeit komplexe audiovisuelle Abläufe zu planen und umzusetzen;
- die passende Tongestaltung in der Postproduktion zu entwickeln;
- die Ergebnisse ihrer Projektarbeit professionell zu beurteilen.

# Bachelor-Lehrprojekt

## **Leitidee**

Im Modul «Lehrprojekt» entwickeln und realisieren die Studierenden selbständig ein grösseres mediales Projekt. Mit dieser praktischen Arbeit erbringen sie den Nachweis, dass sie selbständig als Multimedia Producer arbeiten können.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

10 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Das erstellte mediale Produkt bringt zum Ausdruck, dass die Studierenden zum einen in der Lage sind, mediale Formen an den Inhalt anzupassen und zum anderen die Kernkompetenzen des multimedialen Produzierens (Visualisierung, Media-Engineering und Erzählen von Inhalten) auf einen selbst gewählten Gegenstand unterschiedlich ausgeprägt anwenden können.



# Bachelorthesis

## **Leitidee**

Die Studierenden zeigen mit ihrer Bachelorthesis, dass sie fähig sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Thema aus dem Bereich der Kommunikations- und Medienwissenschaft mit den angemessenen theoretischen und methodischen Zugängen auf Grundlage wissenschaftlicher Standards zu analysieren.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

12 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Schriftliche Arbeit, welche die Analyse eines Themas aus dem Bereich der Kommunikations- und Medienwissenschaft auf Grundlage einschlägiger wissenschaftlicher Standards darstellt.

# Corporate Communications I: Grundlagen und Konzepte

## **Leitidee**

Die Studierenden erhalten ein Tool-Set für die Analyse, Planung und Umsetzung von Kommunikationssituationen und -Projekten in agilen Arbeitswelten.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage, Kommunikationsprojekte systematisch, konzeptionell und kreativ zu planen und dabei die Bedürfnisse und Potenziale des Teams zu berücksichtigen.

## Corporate Communications II: Relations

### **Leitidee**

Die Studierenden setzen sich in diesem Modul mit den Beziehungen von Unternehmen bzw. Organisationen auseinander, die diese zu ihren unterschiedlichen Stakeholdergruppen pflegen. Im Mittelpunkt stehen 3 Situationen:

1. Media Relations
2. Sponsoring
3. Change- und Krisenkommunikation

### **Typ**

Pflichtmodul

### **Umfang**

4 ECTS-Punkte

### **Lernergebnisse**

Im Rahmen von Praxisprojekten oder CASE-Studies lernen sie, die Situation zu analysieren, strategische Lösungen zu formulieren und passende Massnahmen zu entwickeln und zu produzieren.

# Interaktive Medien I

## Leitidee

Die Studierenden lernen die Grundlagen des Konzipierens und Umsetzens von statischen Web-Applikationen. Sie erhalten dadurch eine anwendungsorientierte Fertigkeit in der Umsetzung sowie in die Möglichkeiten, Grenzen und Funktionsweise der Web-Technologien und Usability-Methoden.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die Funktionsweise des Internets und des World Wide Webs zu erklären
- den grundlegenden Aufbau von Web-Applikationen zu beschreiben
- die wesentlichen Methoden von Konzeption, Interaktionsdesign und Usability anzuwenden
- eine Web-Site zu konzipieren
- eine einfache Web-Site mit HTML und CSS umzusetzen
- den technischen Aufbau einer Web-Site kritisch zu beurteilen

# Interaktive Medien II

## Leitidee

Die Studierenden lernen durch die praktische, anwendungsorientierte und spielerische Anwendung mit Javascript die Grundelemente von Programmiersprachen kennen, mit ihnen umzugehen, ihre Einsatzmöglichkeiten zu verstehen und sie praktisch zu nutzen. Die Studierenden sind in der Lage, eigenständig einfache Interaktionen im Web zu konzipieren und zu programmieren.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die Grundfunktionen und Ereignisse von Javascript zu erklären
- Frameworks in Websites einzubinden
- Beispiele aus anderen Quellen in ihrem eigenen Code zu verwenden
- einfache Interaktionen und Datenvisualisierungen im Web zu programmieren

# Interaktive Medien III

## Leitidee

Im Modul werden die Grundlagen von Client- und Server-Anwendungen anwendungsorientiert vermittelt. Die Studierenden lernen die grundlegende Funktionsweise von dynamischen Web-Anwendungen (wie zum Beispiel Facebook) und Content-Management-Systemen (wie zum Beispiel Word-Press).

Ein weiterer Schwerpunkt liegt bei der Theorie und Praxis zu User Experience, Usability, Konzeption, Prototyping und Usability Testing, mit besonderem Fokus auf dem Interaktionsdesign.

Das vermittelte Wissen, die gelernten Fertigkeiten und resultierenden Kompetenzen helfen, in anderen Modulen Web-Projekte zu realisieren.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die Unterschiede zwischen clientseitigen und serverseitigen Programmiersprachen zu erklären
- Einsatzgebiete von clientseitigen und serverseitigen Programmiersprachen zu benennen
- die grundlegenden Methoden von Konzeption, Interaktionsdesign und Usability anzuwenden
- die Architektur von Datenbanksystemen zu skizzieren
- Datenbanktabellen zu normalisieren
- Entity Relationship Diagramme zu planen
- bestehende Entity Relationship Diagramme zu bewerten
- mit der Abfragesprache SQL sowie serverseitiger Programmierung eine Datenbank zu verändern

# Interaktive Medien IV

## Leitidee

Das Modul erweitert den Unterrichtsstoff der früheren Semester auf das Gebiet xRealities. Im ersten Kurs lernen die Studierenden eine interaktive Installation als Virtual Reality Lösung für Bildschirm und Cardboard zu konzipieren und zu programmieren.

Im zweiten Kurs liegt der Schwerpunkt bei User Research, Konzeption, Prototyping und User Testing von xR Anwendungen (AR, MR, VR).

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die Änderungen und Besonderheiten der UX mit xR zu erklären
- ein Grobkonzept einer xR-Anwendung zu erstellen
- über die technischen Aspekte und Technologien Auskunft zu geben
- virtuelle Welten mit Interaktivität für Browser oder Cardboard als Prototypen zu programmieren

# Interaktive Medien V

## Leitidee

Der erste Teil des Moduls basiert auf dem Unterrichtsstoff der früheren Semester und greift das Thema Content-Management-Systeme auf. Am Beispiel eines mit WordPress erstellten Portfolios wird geübt, die Software an die Anforderungen des gewünschten Inhalts, Designs, der Funktionalität und Gestaltung anzupassen.

Im zweiten Teil werden datenbankbasierte innovative Web-Projekte konzipiert und umgesetzt. Bei den Aufgaben geht es um die Themenkreise Lösungssuche, Innovation, Präsentation von Inhalten und Kennenlernen neuer Technologien sowie dynamische iterative Prototypen. Die Studierenden bilden Gruppen, wählen ein Projekt und setzen dieses im Blockunterricht um.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- Einsatzgebiete, Möglichkeiten und Grenzen von Content-Management-Systemen zu beurteilen
- den Installationsprozess, den grundlegenden Aufbau und die Bedienung des Backends eines Content-Management-Systems zu erklären
- ihr Wissen der Web-Technologien HTML, CSS, JavaScript, PHP und Datenbanken der früheren Semester praktisch anzuwenden
- ein eigenes Theme für Layout- und Gestaltungsänderungen zu erstellen
- anspruchsvollere Web-Applikationen zu programmieren



# Medienethik / Markt- und Medienforschung I

## Leitidee

Wissenschaftliche Studien sind im Journalismus, für Unternehmen und Politik wichtige Informationsquellen und/oder Entscheidungsgrundlagen. Um die Qualität solcher Studien zu beurteilen und für Auftraggeber in der Praxis selber wissenschaftliche Studien durchzuführen, vermittelt das Modul elementare handwerkliche Fähigkeiten und Fertigkeiten des wissenschaftlichen Arbeitens. Zielsetzung des Moduls ist, dass die Studierenden die Anforderungen an Transparenz von Inhalten und Methoden kennen, grundlegende wissenschaftliche Arbeitsmethoden selbständig anwenden können. Die Studierenden sollen in der Lage sein, eine wissenschaftliche Problemstellung unter Anwendung inhaltlicher und formaler Kriterien zu bearbeiten. Dabei konzentriert sich das Modul auf wichtige Begriffe, Methoden und Funktionen der angewandten Medien- und Marktforschung. Im Medienethik-Kurs werden die Studierenden mit Grundsatzfragen der Hermeneutik bzw. der Interpretation medialer Praktiken vertraut gemacht. Die Studierenden lernen die zentralen Begriffe, Themen und Methoden, die bei der Auseinandersetzung mit medienethischen Fragestellungen relevant sind. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls kennen die Studierenden die Charakteristika und Anwendungsbereiche ausgewählter Methoden der empirischen Forschung und sind zur kritischen Analyse der mit ihnen erzielten Ergebnisse befähigt. Die Studierenden können einzelne Arbeitsschritte dieser Methoden selber durchführen.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul:

Die Studierenden

- haben eine konkrete Vorstellung davon, was wissenschaftliches Arbeiten besagt und welche Anforderungen damit an Hochschulen verbunden sind;
- können unterschiedliche Formen wissenschaftlichen Arbeitens unterscheiden;
- wissen, wie eine wissenschaftliche Arbeit gegliedert ist bzw. wie diese inhaltlich und formal aufgebaut ist;
- können ein Thema systematisch aufbereiten, festlegen, gliedern und eingrenzen;
- können Medien in ihrem sozialen und kulturellen Kontext verorten, sie analysieren und medienethisch reflektieren;

- können zentrale medientheoretische Begriffe und Kategorien kritisch beurteilen und selbständig anwenden;
- können die Methoden der quantitativen und qualitativen angewandten Markt- und Medienforschung unterscheiden.

# Medienethik / Markt- und Medienforschung II

## Leitidee

Diverse Verfahren der kommunikationswissenschaftlichen Markt- und Medienforschung werden vorgestellt und an Beispielen erläutert. Theoretische Grundlagen zum Thema „Ansätze der Medienwirkungsforschung“ werden vermittelt und diskutiert. Dazu werden Selektions- und Nutzungsmotive beleuchtet.

Die gesamtgesellschaftlichen Wirkungen von Massenmedien werden in den Blick genommen, die sich mit der Frage beschäftigen, wie die Medien die öffentliche Kommunikation bestimmen und strukturieren (Agenda Setting) oder sich auf die gesellschaftliche Verteilung von Wissen auswirken (Wissensklufthypothese). Mittels Kultivierungshypothese wird diskutiert, wie Medien unsere Realitätswahrnehmung beeinflussen.

Die Studierenden lernen grundsätzliche Begriffe und Theorien der Medienethik und Medientheorie sowie unterschiedliche Methoden der Bild-, Film- und Textanalyse. Der Medienethik-Kurs zielt darauf ab, den Studierenden Wissen und Kompetenzen zu vermitteln, die eine kritische und differenzierte Auseinandersetzung mit unterschiedlichen medialen Formaten, Artefakten und Handlungen ermöglichen.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- die wichtigsten Teilgebiete der Mediennutzungs- und Medienwirkungsforschung zu erkennen;
- Analyse- und Reflexionskompetenzen auf dem vermittelten Wissen zu den Teilgebieten aufzubauen;
- eigenständig und begründet Basiswissen auf aktuelle Entwicklungen und Problemstellungen der Medienlandschaft anzuwenden;
- sich selbständig mit ausgewählten Fragestellungen der angewandten Markt- und Medienforschung auseinanderzusetzen;
- Medien in ihrem sozialen, politischen und kulturellen Kontext zu verorten, zu analysieren und medienethisch zu untersuchen;
- medienethische Probleme zu erkennen und kritische Fragestellungen zu formulieren;
- argumentativ schlüssige Texte zu verfassen.

## Medienethik / Markt- und Medienforschung III

### Leitidee

Das praxisbasierte Modul vertieft die bisher vermittelten Einsichten und Erkenntnisse der angewandten Markt- und Medienforschung anhand aktueller Forschungsfragen und -projekte.

Einschlägige Sachverhalte und Befunde der wissenschaftlichen Theorie- und Methodendiskussion werden gemeinsam erarbeitet, hinsichtlich auf ihre Anwendung hinterfragt, im „empirischen Feld“ getestet und schliesslich aufgrund der Ergebnisse bewertet. Basierend auf theoretischen Grundlagen werden Gruppenarbeiten in Form eines Forschungsprojekts durchgeführt.

Der Kurs „Medienethik“ vermittelt Grundwissen zur zentralen Rolle der Begriffe „Macht“ und „Verantwortung“ für die Medienethik anhand von drei thematischen Vertiefungen: Digital turn, Journalistische Ethik, mediale Körperinszenierungen.

### Typ

Pflichtmodul

### Umfang

4 ECTS-Punkte

### Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- relevante wissenschaftliche Quellen kompetent zu recherchieren, analysieren und interpretieren;
- Ergebnisse der empirischen Medien- und Marktforschung zu verstehen und auszulegen;
- sich selbständig mit ausgewählten Fragestellungen der angewandten Medien- und Marktforschung auseinanderzusetzen;
- theoretische Behauptungen und Erklärungen auf ihren empirischen Gehalt hin zu überprüfen;
- selbstständig kriterienbasiert Ergebnisberichte anzufertigen;
- Medien in ihrem sozialen, politischen und kulturellen Kontext zu verorten, zu analysieren und medienethisch zu untersuchen;
- medienethische Probleme zu erkennen und kritische Fragestellungen zu formulieren;
- eigene Meinung mündlich und schriftlich zu artikulieren und zu verteidigen. und schriftlich zu artikulieren und zu verteidigen.

# Medienrecht / Medien-Betriebswirtschaftslehre

I

## **Leitidee**

Die Studierenden werden auf die späteren mannigfaltigen Medienberufe vorbereitet, ob kreativ oder businessorientiert. Sie lernen die Grundlagen und die wichtigsten Elemente des Medienrechts kennen und können diese im Berufs-alltag anwenden. Sie analysieren die Medien- und Kommunikationsindustrie und erarbeiten Instrumente, um eigene Geschäftsideen generieren und bis zur Marktreife entwickeln können.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Das Lernziel ist erreicht, wenn die Studierenden die Bausteine des Canvas-Modells kennen, sodass sie ein eigenes Geschäftsmodell entwickeln können. Sie sind mit den Mechanismen der Medienindustrie vertraut und kennen die relevanten Unternehmen und Geschäftsmodelle im Schweizer und internationalen Geschäft und sind vertraut mit den wichtigsten Strategien sowie den zukunftsweisenden Entwicklungen. Damit direkt verbunden ist das Lernziel, dass die Studierenden die Verknüpfungen des Medienschaffens mit den rechtlichen Rahmenbedingungen erkennen, verbinden und anwenden können.

# Medienrecht / Medien-Betriebswirtschaftslehre II

## Leitidee

Nach dem Studium der Grundlagen im ersten Semester erhalten die Studierenden einen vertieften Einblick in die spezifischen Rechtsgebiete: Persönlichkeitsrechte (ZGB 28), RTVG, Urheberrechte (Copyright), Datenschutz und Werberecht. Anhand von vielen aktuellen Beispielfällen können die Studenten nach diesem Semester die wichtigsten Grundpfeiler dieser Rechtsgebiete anwenden. Dieses Können soll die Studierenden auf ihren künftigen Eintritt in einen Beruf in der Medienindustrie Sicherheit verleihen und vorbereiten.

Thematisch mit Teilen der Medienrechts-Vorlesungen verknüpft erhalten die Studierenden in Medien-BWL nach dem Studium der Grundlagen im ersten Semester einen vertieften Einblick in die vier dominierenden, Content-getriebenen Medienkanäle Print, Internet, Radio und TV sowie in die Strategien der grossen US-amerikanischen und chinesischen High-Techkonzerne wie Google Facebook oder Tencent.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden verfügen nach Besuch des Moduls über folgende Kompetenzen – erhalten das Wissen und Können zur selbstsicheren Anwendung:

- Persönlichkeitsrechte: Wann ist eine Person geschützt und wie weit geht der Schutz?
- Urheberrechte: Was bedeutet heute das Copyright, vor allem für Medienschaffende? Welche Werke sind wie lange und auf welche Weise geschützt? Wie beschaffe ich mir legal Fotos, Designs, Logos, Musik und Film... – Rechte?
- Datenschutz: Wie werden die eigenen und fremden Daten sicher und legal behandelt? Was ist in der «Social-Media-Welt» zu beachten?
- Werberechte: Wie wird heute weltweit geworben, was ist legal, was ist illegal? Wie funktioniert die Werbebranche?

Die Studierenden verfügen nach Besuch des Moduls über folgende Kompetenzen:

- Sie kennen Geschichte und Funktionsweise der grossen vier Mediengattungen.
- Sie wissen um die Bedeutung sowie Vor- und Nachteile (USP) der Medienkanäle in Nutzer- und Werbemarkt.

- Sie wissen, in welche Richtung sich diese Mediengattungen in technologischer Sicht sowie bezüglich Nutzung entwickeln.
- Sie haben profunde Kenntnis über die Strategien der global dominierenden amerikanischen Technologie-Konzerne/Medienunternehmen Alphabet (Google), Apple, Amazon, Facebook und Microsoft: Geschichte, Geschäftsfelder, Entwicklungen, Strategie der Ökosysteme sowie Bedeutung in Nutzer- und Werbemarkt.

# Medienrecht / Medien-Betriebswirtschaftslehre III

## Leitidee

Das dritte Semester baut auf den ersten beiden Semestern auf. Dabei werden im Kurs Medienrecht die rundfunkrechtlichen Spezifikationen, das Markenrecht, das Wettbewerbsrecht und Subventionsrechts ausgeführt.

In Medien-BWL II wurden im ersten Semester Business- und Markt-Kompetenz vermittelt, im zweiten die Kanal-Kompetenz.

Im dritten Semester werden diese Kenntnisse durch Vorlesungen ergänzt und vertieft und in einer Projektarbeit in Kleingruppen praktisch umgesetzt.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Lernziele sind erreicht, wenn die Studierenden:

- Die Bestimmungen des RTVG, RTVV und der Konzession für die SRG beherrschen
- Die Erfordernisse der privaten Radio- und TV-Betreiber verstehen.
- Die Qualitätskriterien für Radio-, TV- und Internet anwenden können und den Service Public in allen Facetten beherrschen.
- Das Markenrecht und Wettbewerbsrecht anwenden können.

In Medien-BWL sind die Lernziele sind erreicht, wenn die Studierenden:

- Ein eigenes Geschäftsmodell mittels dem Business Model Canvas darstellen können.
- Dieses Geschäftsmodell mit einem Business-Plan unterlegen können.
- Ihr Geschäftsmodell überzeugend gegen aussen vertreten können (z.B. gegenüber einem Investoren-Gremium).
- Auch im dritten Semester über die permanenten Veränderungen im nationalen und globalen Mediengeschäft orientiert sind.



# Schreiben und Sprechen I

## Leitidee

Die Studierenden setzen sich mit der Bedeutung und Wirkung von Sprache als Kommunikationsmittel und Ausdrucksform im medialen Umfeld auseinander. Sie entwickeln respektive stärken ihre Freude am Schreiben, mündlichen Ausdruck und selbstbewussten Auftreten. Die Studierenden lernen, Inhalte zu entwickeln, mediengerecht zu strukturieren und mittels Sprache plattform- und zielgruppenspezifisch zu gestalten. Um die während des Semesters erworbenen interdisziplinären Kompetenzen zu verbinden, entwickeln sie modulübergreifend ein mediales Produkt. Auf den erarbeiteten erzähltheoretischen Grundlagen fassen sämtliche narrativen Formate, die die Studierenden im Verlaufe des Studiums kennenlernen werden.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden sind in der Lage,

- ein Thema vertieft und von mehreren Seiten zu beleuchten und in einem sachbezogenen Text sowohl objektiv als auch subjektiv/narrativ ansprechend und zielgruppengerecht zu vermitteln;
- basierend auf den Grundlagen des Erzählens eine spannende und/ oder berührende fiktionale Kurzgeschichte zu schreiben;
- beim Auftreten vor Publikum unterschiedliche Ausdrucksweisen situationsgebunden einzusetzen und deren Wirkung zu reflektieren.

# Schreiben und Sprechen II

## Leitidee

Die Studierenden setzen sich mit non-fiktionalen und künstlerischen Textgattungen auseinander und erarbeiten die Grundlagen der journalistischen Recherche. Damit schaffen sie die Voraussetzung für die folgenden Semester, in denen sie sich mit den Textsorten im Journalismus und Unternehmenskontext befassen werden. Ein weiterer Schwerpunkt ist das Entwickeln von Texten für Audio- und Videobeiträge. Dabei erarbeiten die Studierenden den Off-Text für den Filmbericht aus dem Modul «Audiovisuelles Erzählen II».

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden sind in der Lage,

- Texte aus non-fiktionalen und künstlerischen Textgattungen strukturell und stilistisch zu beurteilen sowie eigenständig zu verfassen;
- nach journalistischen Kriterien eigenverantwortlich zu recherchieren und die Instrumente der Recherche im weiteren Verlauf des Studiums für journalistische Produkte anzuwenden;
- Texte fürs Hören zu formulieren und zu sprechen, dabei Sachverhalte präzise wiederzugeben und Originaltöne einzubetten;
- sprecherische Mittel in Videoformaten bewusst einzusetzen und mit Text, Bild und Ton die Aufmerksamkeit der Rezipientin, des Rezipienten so zu steuern, dass diese die Inhalte einfach rezipieren können.

# Schreiben und Sprechen III

## Leitidee

Im dritten Semester steht das Schreiben mit unterschiedlichen Haltungen und Perspektiven im Zentrum. Die Studierenden erhalten eine Einführung in den Journalismus und lernen die Textformen Nachricht, Bericht und Interview kennen. Daneben befassen sie sich mit dem zielorientierten Schreiben im Unternehmenskontext und setzen sich mit den Textformen Medienmitteilung und Blogbeitrag auseinander. Die Studierenden arbeiten zudem an ihrer Auftrittskompetenz und lernen, mit dem Publikum zu interagieren.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden sind in der Lage,

- Texte im Rahmen der journalistischen Formate Nachricht, Bericht und Interview zu kreieren;
- ein einfaches Corporate Wording zu entwickeln und ihre Texte im entsprechenden Sprachklima zu gestalten;
- ein einfaches Kommunikationskonzept zu entwickeln und Botschaften daraus über die Textformen Medienmitteilung und Blogbeitrag wirkungsvoll zu kommunizieren;
- geführte Videoreportagen sprecherisch zu gestalten und vor der Kamera adäquat zu agieren;
- beim Auftreten vor Publikum ihre Ressourcen und Ausdrucksmöglichkeiten zu nutzen, ihre Persönlichkeit zum Ausdruck zu bringen und mit dem Publikum zu interagieren.

# Schreiben und Sprechen IV

## Leitidee

Im vierten Semester wenden die Studierenden ihre Narrationskompetenz bei der Textkreation weiterer journalistischer Formate und für Corporate Medien an. Zudem entwickeln sie eine Radiosendung und festigen als Vorbereitung auf die bewerteten Präsentationen im Bachelorsemester ihre Sprech- und Auftrittskompetenz.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden sind in der Lage,

- die Qualität von journalistischen Beiträgen in Print, Radio und TV zu beurteilen;
- Texte in den journalistischen Formaten Reportage und Feature zu entwickeln, dazu Vorgänge präzise zu beobachten, wiederzugeben und einen Handlungsstrang zu entwickeln;
- im Unternehmenskontext Medien wie Corporate Websites, Social Media und Printpublikationen mit professionellen Texten zu bespielen und dabei Botschaften unternehmens-, medien- und zielgruppen-gerecht zu übermitteln;
- Onlinetexte für Suchmaschinen zu optimieren, um die Chance auf eine gute Platzierung in den Ergebnislisten zu maximieren;
- Unternehmenswerte und Nutzenargumente zu einem wirkungsstarken und eingängigen Claim zu verdichten;
- bei Auftritten vor Publikum Inhalte klar und gewinnend zu vermitteln, sicher im Raum zu agieren und Medien sinnvoll einzusetzen;
- Audioinhalte so zu sprechen, dass sie vom Publikum einfach verstanden und rezipiert werden können.

# Schreiben und Sprechen V

## **Leitidee**

Die Studierenden werden bei der Vorbereitung auf die Bachelorarbeit vom Ideenfindungsprozess über das wissenschaftliche Schreiben bis zur Abgabe des Exposés begleitet. Zudem finden zwei Modulabschlussveranstaltungen statt: Am Journalismustag wird ein journalistisches Brennpunktthema vertieft, und in den kreativen Schreibateliers experimentieren die Studierenden ohne Leistungsdruck mit weiteren Schreibgenres.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Die Studierenden sind in der Lage,

- ein wissenschaftliches Thema zu finden und einzugrenzen;
- eine wissenschaftliche Fragestellung zu formulieren;
- erfolgreich eine wissenschaftliche Recherche und Quellenbewertung durchzuführen;
- die Quellen zu verarbeiten, richtig zu verweisen und zu zitieren;
- ein Exposé mit kommentierter Bibliografie für ihre Bachelorarbeit zu verfassen und dabei sowohl inhaltlich als auch formal einwandfrei, klar und verständlich zu formulieren;
- ihre Thesis inhaltlich zu gliedern, den Forschungsstand zusammenzufassen und eine Argumentation aufzubauen.

# Visualisieren I

## Leitidee

Die Studierenden erarbeiten sich grundlegende visuelle Kompetenzen in den Bereichen Sketch&Draw und Mediengestaltung<sup>1</sup>. Hier werden die Grundlagen vermittelt. Ziel ist es, sehen, analysieren und beobachten zu lernen. Die Skizze dient dazu, Ideen und Vorstellungen visuell adäquat notieren zu können sowie die Skizze als planerisches Tool einzusetzen.

Bei den typografischen Grundlagen geht es neben der Wahl einer Schrift, ihrer Lesbarkeit und der Anwendung in einem Layout um Leseführung, Hierarchien, Gewichtung, Proportionen und Gliederung von Text. Theorieinputs ergänzen die praktische Arbeit. Die Studierenden schaffen sich so ein Referenzsystem, in dem sie ihre eigene Fertigkeit anwenden und einordnen können. Die Projektarbeit kann von anderen Modulen bedient, weitergeführt oder mitentwickelt werden.

Im vergleichenden Selbststudium zwischen Mediengestaltung und Sketch&Draw beginnen Studierende skizzierend, eigene visuelle Ausdrucksweisen zu entwickeln. Es wird analog und digital gearbeitet. Die Schulung der visuellen Kompetenz in der visuell-kommunikativen Anwendung steht im Zentrum.

Das Modul vernetzt die Inhalte mit weiteren Modulen.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul Visua 1 sind die Studierenden in der Lage Gegenstände und ihre Umwelt skizzierend darzustellen. Perspektiven können sicher angewendet werden. Ebenso sind die Studierenden fähig, Inhalte mittels Typografie und Gestaltung adäquat wiederzugeben.

# Visualisieren II

## **Leitidee**

Nachdem die Studierenden im Modul Visua 1 durch Üben der 10 Regeln von Sketch&Draw 1 gelernt haben, werden die Skizzierfähigkeiten weiter geübt und im Kontext angewendet.

Mediengestaltung erweitern die Grundlagen der Typografie und sensibilisieren für den Umgang mit Form und Fläche zur gelenkten visuellen Rezeption.

## **Typ**

Pflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- zeichnerisch planen und visuelle Gegebenheiten digital und analog skizzieren können;
- ein Thema einzugrenzen sowie eine Frage zu formulieren;
- erfolgreich eine Recherche durchzuführen;
- eine eigenständige Idee zu entwickeln;
- die Idee visuell darzustellen mittels Skizzen und Verwendung von Bildern;
- sowohl visuell als auch konzeptionell klar und verständlich zu kommunizieren;
- die Bedeutung der einzelnen Arbeitsschritte sowie das eigentliche Ziel einer Ideenvisualisierung zu verstehen und im Studium zu transferieren.

# Visualisieren III

## Leitidee

Aufbau der analytischen Kompetenzen im Bereich Bild und Bewegtbild durch «Reverse Engineering» mittels Skizzieren. In der Filmanalyse wird das Werkzeug vermittelt, Bilder durch die Dekonstruktion zu analysieren und zu verstehen. Die Skizze dient der sorgfältigen Beobachtung, zur Beurteilung von Bildern und von Bewegtbild. Ebenso wird das Formgefühl geübt.

Vermittlung der Grundlagen animierter dreidimensionaler Gestaltung führen die Filmanalyse in den dreidimensionalen Raum weiter. Die Arbeit an der 3D-Software zur Konzeption und Gestaltung von Räumen und Bewegung wird grundlegend vermittelt. Kamera und Kamerabewegung, Animation, Licht sowie Rendering bilden die Basis der 3D-Grundausbildung.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- Filmszenen zu analysieren. Also zu verstehen, warum was wie umgesetzt wurde, so dass diese Erfahrung in die eigene Gestaltung übernommen werden kann;
- selbständig ein Storyboard für ein Filmkonzept zu erstellen;
- 3D-Objekte zu erstellen und zu bearbeiten;
- Textur und Farbe im 3D-Raum anzuwenden;
- Bewegungen, Skalierungen und Morphing im Raum anzuwenden;
- Kamera und Licht anzuwenden;
- Animationsfilme auszuspielen;
- Daten für die 3D-Integration auf dem Web herzustellen;
- einen Sachverhalt oder eine Geschichte darzustellen.



# Visualisieren IV

## Leitidee

Der Unterricht vertieft in allen Belangen die Darstellung und somit anspruchsvolle Umsetzung von komplexen Inhalten in flächiger und linearer Form sowie bis in den 3D-Raum. Die Kompetenz der visuellen narrativen Kommunikation wird gefestigt. Gestützt auf die Design-Thinking-Methode bietet das Modul eine weitere Möglichkeit, den Workflow von der Skizze bis zur digitalen Ausführung zu üben. Skizzieren dient weiterhin als Denk- und Planungswerkzeug sowie Beobachtungsmittel für die direkte Umsetzung mit Animation und Raum.

Im Bereich Mediengestaltung wird 3D ausgeweitet auf komplexere Animation und Visualisierungen, so dass damit diverse Ausspielkanäle bedient werden können, im Besonderen VR und AR.

In Sketch&Draw wird die zeichnerische Kompetenz im Analogen und im Digitalen vertieft und mit der Animation und dem 3D-Raum zusammengeführt.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- den dreidimensionalen Raum in seiner Komplexität zu verstehen;
- Objekte zu animieren;
- Kamera und Licht als Gestaltungsmittel zu führen;
- Animationen skizzierend zu planen.
- Szenen skizzierend zu entwickeln und anschliessend in der Software umzusetzen.

# Visualisieren V

## Leitidee

Das Modul Visualisieren V versteht sich als Studioarbeit (Atelier), in welchem unterschiedliche inhaltliche, im Besonderen nachhaltige, also wirtschaftliche, gesellschaftliche, soziale Problemstellungen angegangen und visuell umgesetzt werden. Dabei werden die in den bisherigen Modulen erworbenen Kompetenzen des Studiums zu den visuellen Kompetenzen herangezogen und im Teamteaching, teilweise interdisziplinär umgesetzt. Es werden mit der Innovationsmethode Design Thinking, welche den Kurationsprozess auf den gesamten Auftragsprozess überträgt, neue anwendungsorientierte Artefakte mit hohem visuellem Wert entworfen und fertig umgesetzt. Die Auseinandersetzung mit dem Thema und die Entwicklung von visuellen Lösungen ist im Zentrum. Ebenso wichtig ist ein ausgereiftes Produkt. Der Unterricht baut auf eigenständigen Projektideen auf. Das verbindende inhaltliche Thema liegt im Bereich der Nachhaltigkeit.

## Typ

Pflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- eine visuelle Fragestellung einzugrenzen sowie eine vertiefte Auseinandersetzung zu führen;
- erfolgreich eine gestalterische Recherche und Analyse durchzuführen;
- die gefundenen Referenzprojekte zu verarbeiten und eigenständige Lösungen zu entwickeln;
- Tools der zweidimensionalen Gestaltung, von 3D mit Programmieren zu verbinden;
- eigenständig gestaltete Artefakte auf ihre Usability und Lesbarkeit, Rezeption im Allgemeinen zu prüfen;
- sowohl inhaltlich als auch formal ansprechend zu gestalten;
- Templates auszuwählen und den Bedürfnissen der Informationsarchitektur anzupassen;
- Templates eigenständig weiterzuentwickeln;
- eine kundenorientierte Lösung entwickeln.

# Wahlpflichtmodule

## Konvergent Produzieren I

### Leitidee

«Digezz» ist die Bezeichnung für das Erarbeiten experimenteller multimedialer Inhalte im Rahmen der Modulfolge «Konvergent Produzieren». «Digezz» ist zugleich der Name der Webplattform des Moduls ([www.digezz.ch](http://www.digezz.ch)), im Rahmen dessen die Studierenden eigenständig Beiträge konzipieren und produzieren. Inhalte können, den jeweiligen Erfordernissen entsprechend, in allen Medienformen und -mischungen realisiert werden (Text, Zeichnung, Grafik, Audio, Foto, Video, Animation, E-Book, Web/Mobile App, Web-/Subsite etc.).

### Typ

Wahlpflichtmodul

### Umfang

4 ECTS-Punkte

### Lernergebnisse

In «Digezz» nehmen die Studierenden eine forschende Haltung ein und wenden an, was sie insbesondere in den Modulfolgen «Audio- und Kameratechnik», «Visualisieren», «Schreiben und Sprechen» sowie «Interaktive Medien» gelernt haben. Im Vordergrund steht dabei nicht nur die mediale Qualität eines Beitrags, sondern ebenso das Ausloten neuer medialer Möglichkeiten im Rahmen eines Medienexperiments sowie eine kritische Selbstreflexion bezüglich Konzept, Erfahrungen und Erkenntnissen mit Blick auf eingesetzte Technik, gewählte Medien, auf Workflows und Zusammenarbeit innerhalb des Produktionsteams.

## Konvergent Produzieren II

### Leitidee

«Digezz» ist die Bezeichnung für das Erarbeiten experimenteller multimedialer Inhalte im Rahmen der Modulfolge «Konvergent Produzieren». «Digezz» ist zugleich der Name der Webplattform des Moduls ([www.digezz.ch](http://www.digezz.ch)), im Rahmen dessen die Studierenden eigenständig Beiträge konzipieren und produzieren. Inhalte können, den jeweiligen Erfordernissen entsprechend, in allen Medienformen und -mischungen realisiert werden (Text, Zeichnung, Grafik, Audio, Foto, Video, Animation, E-Book, Web/Mobile App, Web-/Subsite etc.).

### Typ

Wahlpflichtmodul

### Umfang

4 ECTS-Punkte

### Lernergebnisse

In «Digezz» nehmen die Studierenden eine forschende Haltung ein und wenden an, was sie insbesondere in den Modulfolgen «Audio- und Kameratechnik», «Visualisieren», «Schreiben und Sprechen» sowie «Interaktive Medien» gelernt haben. Im Vordergrund steht dabei nicht nur die mediale Qualität eines Beitrags, sondern ebenso das Ausloten neuer medialer Möglichkeiten im Rahmen eines Medienexperiments sowie eine kritische Selbstreflexion bezüglich Konzept, Erfahrungen und Erkenntnissen mit Blick auf eingesetzte Technik, gewählte Medien, auf Workflows und Zusammenarbeit innerhalb des Produktionsteams.

# Konvergent Produzieren III

## Leitidee

«Digezz» ist die Bezeichnung für das Erarbeiten experimenteller multimedialer Inhalte im Rahmen der Modulfolge «Konvergent Produzieren». «Digezz» ist zugleich der Name der Webplattform des Moduls ([www.digezz.ch](http://www.digezz.ch)), im Rahmen dessen die Studierenden eigenständig Beiträge konzipieren und produzieren. Inhalte können, den jeweiligen Erfordernissen entsprechend, in allen Medienformen und -mischungen realisiert werden (Text, Zeichnung, Grafik, Audio, Foto, Video, Animation, E-Book, Web/Mobile App, Web-/Subsite etc.).

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

In «Digezz» nehmen die Studierenden eine forschende Haltung ein und wenden an, was sie insbesondere in den Modulfolgen «Audio- und Kameratechnik», «Visualisieren», «Schreiben und Sprechen» sowie «Interaktive Medien» gelernt haben. Im Vordergrund steht dabei nicht nur die mediale Qualität eines Beitrags, sondern ebenso das Ausloten neuer medialer Möglichkeiten im Rahmen eines Medienexperiments sowie eine kritische Selbstreflexion bezüglich Konzept, Erfahrungen und Erkenntnissen mit Blick auf eingesetzte Technik, gewählte Medien, auf Workflows und Zusammenarbeit innerhalb des Produktionsteams.

# Konvergent Produzieren IV

## Leitidee

«Digezz» ist die Bezeichnung für das Erarbeiten experimenteller multimedialer Inhalte im Rahmen der Modulfolge «Konvergent Produzieren». «Digezz» ist zugleich der Name der Webplattform des Moduls ([www.digezz.ch](http://www.digezz.ch)), im Rahmen dessen die Studierenden eigenständig Beiträge konzipieren und produzieren. Inhalte können, den jeweiligen Erfordernissen entsprechend, in allen Medienformen und -mischungen realisiert werden (Text, Zeichnung, Grafik, Audio, Foto, Video, Animation, E-Book, Web/Mobile App, Web-/Subsite etc.).

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

In «Digezz» nehmen die Studierenden eine forschende Haltung ein und wenden an, was sie insbesondere in den Modulfolgen «Audio- und Kameratechnik», «Visualisieren», «Schreiben und Sprechen» sowie «Interaktive Medien» gelernt haben. Im Vordergrund steht dabei nicht nur die mediale Qualität eines Beitrags, sondern ebenso das Ausloten neuer medialer Möglichkeiten im Rahmen eines Medienexperiments sowie eine kritische Selbstreflexion bezüglich Konzept, Erfahrungen und Erkenntnissen mit Blick auf eingesetzte Technik, gewählte Medien, auf Workflows und Zusammenarbeit innerhalb des Produktionsteams.

# Minor 3D-Motion-Design-Grundkurs

## Leitidee

Was in der Film-, Werbe- und Architekturbranche schon lange Standard ist, erreicht nun auch immer mehr die Medienressorts von Grosskonzernen und KMU. Gemeint ist der Trend zum verbreiteten Einsatz von Erklär-, Web-

oder Produktvideos, die mit Hilfe einer 3D Software umgesetzt werden. Immer öfters werden darum in Stellenausschreibungen 3D Grundkenntnisse gefordert, insbesondere bei In-House Medienabteilungen von Grosskonzernen und KMU, Agenturen oder Produktionshäusern.

In diesem Modul erlangen die Studierenden ein solides Grundwissen über das breite Gebiet des 3D Motion Design. Dazu lernen Sie, wie sie mit der passenden 3D-Software richtig umgehen und durchlaufen alle relevanten Themen-gebiete, um sich selbst in der 3D Welt kreativ ausleben zu können.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Kursteilnahme sind die Studierenden in der Lage, selbst ein eigenes 3D Motion Design Projekt zu planen und umzusetzen. Sie entwickeln ein Storyboard für einen fiktiven Station TV-Ident und wenden das im Kurs erlernte Wissen für die praktische Umsetzung an.

Schlussendlich kennen die Studierenden alle dafür nötigen Arbeitsschritte und wissen, wie sie ihr eigenes Projekt technisch und visuell umsetzen können. Das Endergebnis ist ein maximal 12 Sekunden langer TV-Ident.

# Minor Audio für das 21. Jahrhundert

## Leitidee

Video do not kill the Radiostar

Der Begriff «Radio» kommt vom lateinischen «radius». Er bedeutet «strahlen». Daraus ergibt sich, dass Radio etwas ist, was strahlt, also sendet. So liegt das klassische Radioverständnis denn auch beim «Sender»: Eine Radiostation sendet ein Programm, auf der anderen Seite sind die Empfänger, die dieses Programm anhören, dann, wenn der Sender dieses sendet. Gespräche, Musik, Nachrichten – das, was eine Redaktion als «sendewürdig» definiert.

Seit es für die Übertragung von Radio das Internet gibt, müssen wir den Radio-Begriff vielschichtiger auslegen und nicht mehr auf «lineare Übertragung» (live) beschränken. Daraus ergeben sich vielfältige neue Möglichkeiten und Chancen. Radio ist nicht tot, wir müssen es nur neu erfinden.

Das tun wir!

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Teilnehmer wissen, was heute Radio bedeutet, wohin die Entwicklung bei auditiven Medien geht und wo deren Vorteile und grossen Chancen liegen. Anhand von Beispielen aus der Praxis lernen sie die unterschiedlichen Audioformen kennen und sinnvoll einzusetzen.

Das Seminar verbindet Vorlesungselemente zu den Grundlagen mit Praxisübungen zur Vorbereitung der Projektarbeit, der Produktion einer eigenen «nicht lineare Sendung» (Podcast).



# Minor Corporate Social Media

## Leitidee

Social Media verändern unser Kommunikations- und Medienverhalten radikal. Auf einmal sind wir alle Reporter, Experten, Influencer, Botschafter etc. Unternehmen und Organisationen stellt das vor ganz neue Herausforderungen. Einerseits sind da grosse Chancen wie der Dialog, die Daten, schnelle und direkte Kommunikation mit Konsumenten, neue Targetingmöglichkeiten und viel mehr. Auf der anderen Seite gibt es Shitstorms, Leserreporter, schlechte Reviews, Fake News und und und. Unternehmen müssen ihre Kommunikation auf Social Media neu ausrichten. Wie gelingt das? Was sind überhaupt die neuen Chancen und wie kann man diese nutzen? Und wie geht man mit den Risiken um? Diese und mehr Fragen werden im Modul behandelt, diskutiert und bearbeitet.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden

- beherrschen Grundlagen strategischer Planung/Konzeption.
- Kennen Methoden und Instrumente von Social Media und Content Marketing und können sie in einen unternehmerischen Kontext einordnen.
- Können Corporate Communications-Aufgabenstellungen differenziert betrachten.
- Übernehmen Projekt-, Führungs- und Teamverantwortung.
- Können sich in unterschiedliche Auftraggebersituationen hineindenken und gemeinsam eine akzeptierte Lösung entwickeln.
- Können das erlernte Wissen anwenden.
- Sind in der Lage, systematisch konzeptionell zu planen und zu arbeiten.
- Können aus der Vielfalt vorhandener Social Media und Digital-Instrumente und -Massnahmen die für den Auftrag passenden auswählen.

# Minor Event-Inszenierung

## Leitidee

Heutzutage wird es immer anspruchsvoller, Besuchern von Brandlands, Restaurants, Events, Einkaufszentren oder Museen ein Erlebnis anzubieten, das beeindruckt. Dabei will man eine Botschaft oder ein Produkt mit Emotionen verbinden, oft mit dem Ziel, den Absatz zu fördern, Aufmerksamkeit zu generieren oder eine Marke stärker zu verankern.

Wichtige Werkzeuge zur Emotionalisierung von Besuchern sind Storytelling im Kontext mit den verschiedenen Inszenierungselementen, wie Geräuschen, Sounds, Farben, Duft, visuelle oder haptischen Reizen. In diesem praxisnahen Minor lernst Du bestehende inszenierte Welten und Atmosphären zu analysieren und zu verstehen, sowie ein neues Erlebnis-Konzepte zu erstellen aufgrund von Inputs aus verschiedenen Workshops mit Praxispartnern. Storytelling, das Du kennst, lernst Du im Raum mit verschiedenen medialen Gestaltungselementen einbetten und inszenieren.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden wissen um die vielfältigen Formen und Ausgestaltungen der Eventinszenierung und kennen die Prozesse und einzelnen Massnahmen, die für deren Realisation notwendig sind. Darüber hinaus erhalten sie praktische Kompetenz in der Zusammenfassung und Aufbereitung von relevanten Informationen aus Exkursionen, Fachliteratur und Projektberichten. Die Studierenden sind in der Lage, diese Informationen für eigene Projekte zu generalisieren und nutzen.

### Fach-Kompetenz

- Kennen von Inszenierungsgrundsätzen für Events und Restauration
- Zusammenhänge verstehen vom Behavior Setting
- Fachkompetenz erlangen über atmosphärische Gestaltung

### Methoden-Kompetenz

- Anwenden des Erlebnissettings nach Scheurer für Konzeptarbeiten
- im Bereich der Inszenierung
- Analysieren von räumlichen Atmosphären

### Sozialkompetenz

- Zusammenarbeit im Team

Selbstkompetenz

- Selbstkritische Reflexion

# Minor Experience Reality with xR

## Leitidee

Wie funktionieren Storytelling, multimediale Kommunikation und die Ermöglichung von Sinneserfahrungen mit Augmented, Virtual und Mixed Reality? Welche neuen Formate für Inhalte sind erforderlich, damit sie optimal mit der realen Welt und den Menschen interagieren? Welche Formen der User Experience sind möglich? Welche Technologien können genutzt werden? Brauchen wir neue Formen des Erzählens? Dies sind die Hauptfragen, denen dieser Kurs nachgeht und bei denen die Bereiche Konzeption, User Experience und Technologie zusammenwirken. In kleinen Gruppen werden Ideen in interaktive Prototypen umgesetzt, die dann mit realen Nutzern getestet werden.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme

kennen die Studierenden:

- die Grundlagen, Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Virtual, Augmented und Mixed Reality
- verschiedene Anwendungsbereiche und bewährte Praktiken
- die gebräuchlichsten Geräte, die verschiedenen Verfolgungsmethoden und ihre Grundprinzipien
- die Bedeutung von umfassenden Benutzertests

können die Studierenden:

- ihr Verständnis von UX/UI in einem xR-Konzept verbessern
- eine zielorientierte Benutzerprüfung entwickeln
- die Ergebnisse von Benutzertests in die Verbesserung eines Prototyps übertragen
- xR-Projekte in Bezug auf User Experience und User Interface bewerten

# Minor Filmisches Erzählen

## **Leitidee**

Die Studierenden lernen in Praxis und Theorie unterschiedliche Formate filmischen Erzählens kennen. Das Minor vermittelt grundlegende Kenntnisse, die verschiedenen dramaturgischen Modelle sowohl für längere dokumentarische Filmformate als auch für Filmclips – zum Beispiel in den sozialen Kanälen – anzuwenden.

## **Typ**

Wahlpflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Die Studierenden kennen unterschiedliche Modelle und Grundregeln von Doku-Formaten. Sie lernen, welche Themen sie am besten in welchem Format umsetzen können. Sie haben die dramaturgischen Grundlagen der visuellen Filmanalyse kennengelernt. Kompetenz in der Realisation eigener dokumentarischer Filmprojekte. Sie besitzen Kenntnisse in den Grundlagen des Produktionsmanagements für Doku-Formate.

# Minor Financier dir deinen Traum

## **Leitidee**

Die Studentinnen und Studenten sollen in diesem Kurs die Anforderungen an eine Projektbeschreibung lernen, mit der sie bei Stiftungen und anderen Institutionen die Finanzierung ihrer Projekte beantragen können. Die Struktur der Förderlandschaft gehört zum vermittelten Wissen genauso dazu wie der Ablauf einer Projektförderung, die Regeln für die Antragstellung und die unterschiedlichen Finanzierungsmodelle. Der Kurs beinhaltet Projektmanagement, Marketing bis hin zu Storytelling.

## **Typ**

Wahlpflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Die Studentinnen und Studenten sind fähig, Projektbeschreibungen und Dossiers zu erstellen, mit denen sie sich bei öffentlichen und privaten Finanzierungsquellen um Mittel für ihre Projekte bewerben können. Sie sind in der Lage, Finanzierungs- und Budgetpläne für ihre Projekte zu erstellen. Sie kennen die Struktur der Förderlandschaft der Schweiz und die Abläufe und Regeln von Projektförderung.

# Minor Infografik

## Leitidee

In den kommenden Jahren werden mehr Daten generiert und archiviert, als in der gesamten Menschheitsgeschichte zuvor. Das exponentielle Datenwachstum wird durch die automatisierte Erfassung von Daten in praktisch allen Lebensbereichen vorangetrieben. Doch Daten alleine liefern noch keinen Mehrwert. Erst wenn sie in einen Kontext gesetzt und neue Zusammenhänge aufgezeigt werden, entsteht Information. Unser Hirn verarbeitet visuelle Reize um ein Mehrfaches schneller als Text und Zahlen. Ziel der Informationsgrafik ist es, komplexe Zusammenhänge in kürzester Zeit erfassbar zu machen und sie einer festgelegten Zielgruppe verständlich und sichtbar zu kommunizieren.

Im Vordergrund des praxisorientierten Minors stehen das Aufbereiten, Verarbeiten und Visualisieren von Daten.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden können

- experimentelle und explorative Strategien zur Entwicklung von geeigneten und datengerechten Visualisierungen konzipieren;
- Datensätze analysieren und strukturieren;
- Informationsgrafiken und Datenvisualisierungen lesen, analysieren, diskutieren und interpretieren;
- zweidimensionale Datenvisualisierungen in ihren einzelnen Prozessschritten von den Rohdaten bis zur Informationsgrafik umsetzen.

# Minor Internationale & interkulturelle Kommunikation

## Leitidee

Die Welt rückt zusammen. Durch neue Technologien und internationale Vernetzung arbeiten und leben wir immer globaler. Kommunizieren und verstehen wir einander dadurch besser?

Hier sind neue Kompetenzen gefordert: Erfolgreiche interkulturelle Kommunikation beginnt mit der Wahrnehmung der eigenen Kultur und der eigenen mentalen Systeme. Wenn wir uns dieser bewusst sind, können wir beginnen, fremde Kulturprägungen zu verstehen, kulturelle Unterschiede differenziert zu erfahren und dadurch unsere interkulturelle Kommunikation verbessern.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Knowledge: Umfassendes Kulturverständnis und -wissen; kulturelle Selbstreflexion; kulturspezifische Informationen; soziolinguistisches Bewusstsein

Skills: Kompetenz, effektiv und angemessen in interkulturellen Situationen zu interagieren

Competences: Verlagerung des Referenzsystems; Anpassungsfähigkeit, Flexibilität und Empathie  
Relativierung der ethnozentrischen Sicht



# Minor Make it Sound

## Leitidee

Multimediaprodukte enthalten oft Musik oder Klang (Songs, Loops, Sound-teppiche, Geräusche, Jingles etc.). Das Minor „Make it sound“ verfolgt das Ziel, die Studierenden in die Lage zu versetzen, Multimediaprodukte ganzheitlich, von der einzelnen Tonspur bis hin zur auskomponierten Filmmusik, selbständig zu vertonen.

Das Wahlpflichtmodul „Make it sound“ vermittelt die Grundlagen der Audio-produktion, des Sounddesigns und der Filmvertonung. In diesem Minor sollen in stufengerechter Form Aufnahmetechnik und digitale Audioproduktions-tools, Instrumentenkunde und Musikgeschichte, Gehörbildung und Harmonielehre sowie Komposition und Notation vermittelt werden.

Das Lernziel ist es, die Studierenden zu befähigen, ein Soundkonzept zu erstellen, die Musik dazu zu komponieren und zu produzieren sowie mithilfe eigener Tonaufnahmen, Produktionstools und Sound Design einen vollwertigen Soundtrack zu realisieren.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden kennen die Grundlagen der Musikproduktion und des Audiodesigns, sind in der Lage, musikalische Ideen adäquat zu konzipieren und zu kommunizieren und sie selbst oder in Zusammenarbeit mit Musikern einzuspielen und professionell zu verarbeiten.

Am Ende des Kurses produzieren die Studierenden eigene Songs, Loops, Soundteppiche oder Jingles, die sie zuvor komponiert, notiert sowie auf realen oder virtuellen Instrumenten eingespielt haben.

Im Kurs kommen Methoden des Frontal- oder Klassenunterrichts zum Zug, alternierend mit praktischen Kompositions-, Vertonungs- und Soundübungen in Einzel- oder Gruppenarbeit und mit anschließender gemeinsamer Beurteilung und Gruppenfeedback.

Zusätzlich können im Verlauf des Semesters Referate zu vorgegebenen oder selbst gewählten Themen stattfinden (Einzel- oder Gruppenarbeiten, fakultativ).

# Minor Markenführung & ICH-Marke

## Leitidee

Die Studierenden lernen Zusammenhänge von Marke, Strategie und Kommunikation besser zu verstehen, damit sie ihre Business- und Multimediakompetenz später in Beratung, Führung und Produktion einsetzen können. Anhand von vertieftem Einblick in markennahes mobiles Webdesign sollen sie gleichzeitig ihr Gefühl für Design in den digitalen Medien weiterentwickeln und ihre eigenen, bereits erworbenen Design- und Managementfähigkeiten im Web einsetzen können. Es wird eine Übersicht über gängige Markenmodelle und Tools der Markenentwicklung vorgestellt. Der Fokus liegt dabei auf Unternehmernmarken und Unternehmenskommunikation, weshalb Modelle und Tools gelehrt werden, mit denen Markenidentität analysiert und Unternehmensmarken strategisch geplant, entwickelt und geführt werden können. Marketing-Methoden oder -Tools sind ausdrücklich nicht Gegenstand des Moduls.

Die Theorie wird in einem praktischen Teil für die eigene ICH-Marke prototypisch angewendet – mit zweifachem Effekt: Einerseits wird dadurch gelerntes Wissen ansatzweise und spielerisch als Fertigkeit erfahren. Andererseits lernen die Studierenden sich selbst besser kennen und können sich deshalb in den Sozialen Kanälen bewusster positionieren und abgrenzen.

Das Minor wird auch den Studierenden des Studiengangs Digital Business Management angeboten und gemeinsam durchgeführt.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Absolventen und Absolventinnen kennen die Wirkung und die Funktionsweise von Marke und deren strategische Bedeutung für Unternehmen. Sie sind fähig, in der Kommunikation und in Strategieprozessen Marke in die Konzeption mit einzubeziehen, geeignete Modelle und Methoden der Markenführung zu evaluieren und an der Schnittstelle zur visuellen Kommunikation zu arbeiten. Als Side Effect und Added Value haben sie ein Gefühl und vielleicht eine Vorstellung dafür entwickelt, wie sie sich selbst im digitalen Raum zeigen und damit positionieren wollen.

# Minor New Local Media

## Leitidee

Die Studierenden erhalten durch theoretische Grundlagen, umfassende Praxiseinblicke und praktische Anwendungen einen vertieften Einblick in die neue Online-Lokalmedien-Welt. Die Studierenden können bestehende oder potenzielle Online-Lokalmedien aus publizistischer, kommerzieller, technischer und unternehmerischer Sicht beschreiben und bewerten. Dabei greifen die Studierenden auch auf bisher Gelerntes zurück; sie wenden ihre Kompetenzen und Fertigkeiten in vernetzter Form an.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden ...

- erhalten einen umfassenden Einblick in die neue Online-Lokalmedien-Welt, die Schwerpunkte bilden dabei publizistische, kommerzielle und technische Fragestellungen
- kennen die kritischen Erfolgsfaktoren von neuen Online-Lokalmedien sowie unternehmerische Konzepte innerhalb des Themenbereichs
- kennen Fallbeispiele aus der Praxis, können diese beschreiben und bewerten
- können bisher im Studium Erlerntes aus Sicht eines neuen Online-Lokalmedien-Verlags adaptieren und einordnen

# Minor Projektmanagement

## Leitidee

Die Studierenden erhalten durch theoretische Grundlagen und praktische Anwendungen allgemeine Projektmanagement-Kompetenzen und -Fertigkeiten.

Das Fach Projektmanagement geht auf anwendungsorientierte Fragestellungen von praktizierenden Multimedia-Ingenieuren ein und knüpft an betriebswirtschaftliche Fragestellungen an.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden ...

- erhalten Einblick in die grundlegenden Aspekte von Projekten: Projektdefinition, Einführung in die Planung, Steuerung und Kontrolle von Projekten
- kennen die Elemente, Gremien und Instrumente des Projektmanagements sowie die Rollen in Projektteams
- kennen die Stolpersteine des Projektmanagements und lernen gängige Projektmanagement-Konzepte kennen
- werden befähigt, selbstständig und resultatorientiert zu planen und umzusetzen sowie sich für den angemessenen Umfang der vielfältigen Projektmanagement-Möglichkeiten zu entscheiden
- kennen Fallbeispiele aus der Praxis
- optimieren die persönliche Arbeitstechnik

# Minor Postproduction

## Leitidee

Das Minor «Postproduction» bietet einen praxisorientierten Überblick über die wichtigsten Produktions- und Nachbearbeitungstechniken von digitalem Bildmaterial. Die Studierenden vertiefen ihre Kompetenzen im Umgang mit After Effects und Premiere Pro, und sie lernen den Umgang mit der Software DaVinci Resolve.

Die Studierenden entwickeln ein eigenes Projekt, das sie mithilfe von fachkundiger Unterstützung umsetzen.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden in der Lage,

- digitalen Bewegtbild-Content mit 3D-Compositing zu bearbeiten;
- professionelle Editing-Anwendungen des kreierte Materials einzusetzen;
- die passende Postproduktionstechnik für das jeweilige Projekt auszuwählen und umzusetzen.

# Minor Public Communication

## Leitidee

Das Ziel ist, dass die Studierenden einen Einblick in die NGO-Landschaft in der Schweiz erhalten. Sie setzen sich mit Akteuren und deren Arbeitsweisen sowie die politischen Rahmenbedingungen auseinander. Sie beschäftigen sich mit dem Zweck und den Zielen der NGO-Kommunikation sowie dem spezifischen Umfeld, in dem die NGOs kommunikativ agieren.

In der Umsetzungsphase erlernen die Studierenden, wie sie die einzelnen Kommunikationskanäle am besten bespielen und wie erfolgreiche Kommunikationsstrategien aussehen könnten. Im letzten Teil steht die Frage im Zentrum, wie die StudentInnen ihr Projekt an den Mann/an die Frau bringen können.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Kenntnisse der NGO-Landschaft Schweiz (Akteure, Organisation, Wege der Einflussnahme) und deren spezifischen Kommunikationsbedürfnisse. Die Teilnehmenden können multimediale Kommunikationsstrategien ausarbeiten und konkrete Kampagnen planen. Sie wissen, welche Kanäle sie für bestimmte Zwecke einsetzen müssen. Bei der Präsentation der Ergebnisse wissen die Teilnehmenden, wie sie ihr Projekt am besten «verkaufen» können und lernen mit knappen Ressourcen möglichst viel zu erreichen (z.B. möglichst hohe Aufmerksamkeit).

# Minor Designing a Videogame

## **Leitidee**

Die Studierenden lernen wichtige Aspekte des Videospieldesigns kennen, wie z. B. Spieldesignprinzipien, Spielmechaniken, Geschichtenerzählen, Erfinden von Welten und Charakterdesign. Es wird vorwiegend praktisch sein. Für jedes Thema, das wir behandeln, müssen sie ein Artefakt produzieren. Dazu gehören Prototypen der Spielmechanik, Storyboards, Konzeptzeichnungen und handgezeichnete Charakterstudien. Am Ende hat jeder Student/jede Studentin verschiedene Aspekte eines Videospieles entworfen und in verschiedenen Formen dokumentiert.

## **Typ**

Wahlpflichtmodul

## **Umfang**

4 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Die Studierenden lernen das Erstellen von unterschiedlichen Prototypen und wichtige Aspekte der Spielmechanik kennen. Sie werden verstehen, wie Geschichte in einem Videospiele erzählt werden kann und wie imaginäre Welten erfunden werden können. Sie lernen wichtige Aspekte des Charakterdesigns kennen und können verschiedene Arten von Charakteren definieren.

# Minor Werbespot & Imagefilm

## Leitidee

Die Studierenden stärken ihre Kompetenzen in Bezug auf die Wirkung von Bildern, Tönen und Musik: Über das Entwickeln und Umsetzen kurzer Werbefilme, Imagefilme und Radiospots lernen sie, Storytelling gezielt einzusetzen und Botschaften emotional zu kommunizieren – mittels einer auf das Produkt und das Zielpublikum zugeschnittenen Geschichte.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme am Modul sind die Studierenden

- mit der Entwicklung audiovisueller Werbung in den letzten Jahrzehnten vertraut und kennen ihre Einsatzmöglichkeiten;
- mit den verschiedenen Erzählstilen vertraut;
- in der Lage, im Team einen Werbespot zu konzipieren und zu realisieren;
- in der Lage, Potential und Grenzen von Radiospots zu benennen;
- vertraut mit den geläufigsten Erzählstilen in der Radiowerbung und mit den Hilfsmitteln, mit denen Aufmerksamkeit von Hörern geweckt werden kann;
- in der Lage, einen Radiospot zu konzipieren und zu produzieren.



# Minor WebTech

## Leitidee

Im Minor WebTech lernen die Studierenden den vertieften Umgang mit den gängigen Webtechnologien wie HTML, CSS, JavaScript, PHP, Datenbanken etc. Anhand von eigenen Projekten werden alle Aspekte der Webentwicklung detailliert geplant, umgesetzt und dokumentiert.

Die Projekte befassen sich dabei nur mit ganz spezifischen Teilaufgaben einer Website.

In Einzel- oder Gruppenreferaten stellen die Studierenden den Einstieg in Webtechnologien vor.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden ...

- verstehen die Einsatzzwecke und Zusammenhänge der verschiedenen Webtechnologien.
- können sich neue Webtechnologien selbstständig erarbeiten und präsentieren.
- können verschiedene Technologien gezielt einsetzen.
- können Code lesbar und nachvollziehbar schreiben.
- können eine nachvollziehbare technische Dokumentation schreiben.
- können ihr Projekt in einem Vortrag präsentieren.

# Minor Zeichnen

## Leitidee

Der Kurs befasst sich mit den zahlreichen Möglichkeiten des Zeichnens.

Geleitet und inspiriert von der künstlerischen Zeichnung, von der Henri Matisse einmal treffend behauptete "L'exactitude n'est pas la vérité", werden SuS ermuntert, ihre eigene zeichnerische Sprache zu entdecken und weiterzuentwickeln. Die persönliche Handschrift steht dabei ebenso im Zentrum wie die unterschiedlichsten zeichnerischen Konzepte, die kennenzulernen unumgänglich sind auf dem Weg zum individuellen Ausdruck.

Die künstlerische Zeichnung im 20. Jahrhundert scheint befreit vom akademischen Kanon der Renaissance. "Möglichkeit ist Wirklichkeit", schreibt Robert Walser an einer Stelle. Wir suchen die Möglichkeiten und schauen, dass wir dabei nicht verloren gehen.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

4 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach Absolvieren des Kurses sind SuS sensibilisiert auf die verschiedenen Ausdrucksformen der zeitgenössischen Zeichnung und verfügen über differenzierte Wahrnehmungskonzepte in der zeichnerischen Dokumentation unserer Umwelt. In der freien Arbeit durchlaufen SuS den Weg von der Idee bis zur zeichnerischen Realisation.

# Major Branded Motion I

## Leitidee

Die Modulfolge "Branded Motion I und II" beschäftigt sich über zwei Semester hinweg mit Bewegtbild in der Kommunikation von Corporate Brands. Sie vermittelt – eingebettet in praktische Cases von realen Wirtschaftspartnern – die Theorie zur Markenführung, gibt eine Einführung in Behavioral Economics und Corporate Storytelling, und vertieft die aus dem Grundstudium vorhandenen Kenntnisse von Filmdramaturgie und -technik. Praktische Fertigkeit in Motion Graphics (2D-Animation und Compositing) ergänzen schwerpunktmässig das filmische Handwerk. Experimentiert wird mit bekannten und neuen Formaten für unterschiedliche Kanäle.

"Branded Motion I" vermittelt die Grundlagen der Markentechnik und der Markenkommunikation. Ein Schwerpunkt wird auf filmische Erklärstücke mit Storytelling gesetzt. Wahrnehmungspsychologie und Behavioral Economics werden eingeführt. Mittels 2D-Animation werden am Beispiel kanalspezifischer Erklärvideoformate für real existierende Unternehmensmarken Theorie und Handwerk praktisch angewendet.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

8 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Lernergebnis ist ein grundlegendes Verständnis der Markentechnik sowie die Kompetenz, mit 2D-Animation markentypische, erzählerische Erklärvideos konzipieren und kanalspezifisch realisieren zu können. Abgestimmt auf und eingeordnet in Markenkommunikationskonzepte und mediengerecht aufbereitet für die Publikation über zeitgemässe Soziale Medien.

# Major Branded Motion II

## Leitidee

Die Modulfolge "Branded Motion I und II" beschäftigt sich über zwei Semester hinweg mit Bewegtbild in der Kommunikation von Corporate Brands. Sie vermittelt – eingebettet in praktische Cases von realen Wirtschaftspartnern – die Theorie zur Markenführung, gibt eine Einführung in Behavioral Economics und Corporate Storytelling, und vertieft die aus dem Grundstudium vorhandenen Kenntnisse von Filmdramaturgie und -technik. Praktische Fertigkeit in Motion Graphics (2D-Animation und Compositing) ergänzen schwerpunktmässig das filmische Handwerk. Experimentiert wird mit bekannten und neuen Formaten für unterschiedliche Kanäle.

"Branded Motion II" setzt mit der Fortführung zu Corporate Storytelling ein und vertieft die Theorie der Markenführung auf strategischer Ebene. Filmisches Erzählen mittels Realbild und Compositing will die internen und externen Zielgruppen eines Unternehmens erreichen. Filmische Geschichten, welche die Identität (Marke) der Organisation stärken, das Image pflegen und den Abverkauf von Produkten fördern, werden produziert. Gegen Ende des Semesters wird das Major mit Reflexionsveranstaltungen zur Unternehmenskultur (Corporate Identity) abgerundet.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

8 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Lernergebnis ist ein Verständnis der strategischen und unternehmenskulturellen Bedeutung von Unternehmensmarken sowie der zugehörigen Modelle Methoden. Weiter die Kompetenz, mit Realbildfilm und Compositing unterschiedliche Filmformate der Unternehmenskommunikation markentypisch konzipieren und kanalspezifisch realisieren zu können. Auch im zweiten Modul des Major Branded Motion wieder abgestimmt auf und eingeordnet in Markenkommunikationskonzepte und mediengerecht aufbereitet für die Publikation über zeitgemässe Soziale Medien.

# Major Digital Communications Management I: Conception

## Leitidee

Die Studierenden entwickeln ein Kommunikationskonzept inkl. prototypischer Umsetzungen für einen Digitalisierungsprozess und arbeiten hier mit einem externen Auftraggeber zusammen.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

8 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme können die Studierenden

- den Digitalisierungsstatus des Partners bestimmen;
- ausgehend vom Status weitere zielführende Recherchen und Analysen aufsetzen und durchführen;
- in Abstimmung mit dem Partner eine geeignete Interne und externe Digital-strategie festlegen;
- ein Set von digitalen integrierten Kommunikationsmassnahmen für diverse (interne und externe) Stakeholder planen (inkl. Projektmanagement und Budgetierung);
- eine ausgewählte zentrale Massnahme konzipieren (z.B. mit Storyboard), prototypisch umsetzen (z.B. Website, SoMe-Plattform, Video-, Audiobeitrag, Event, Wettbewerb etc.) und crossmedial verknüpfen;
- ein Measuring zur Planung, Steuerung, Korrektur und Erfolgsmessung auf- und umsetzen.

# Major Digital Communications Management I: Campaigning

## Leitidee

Die Studierenden entwickeln in Wettbewerbssteams ein Konzept für eine Kommunikationskampagne. Unter Kommunikationskampagnen werden dramaturgisch angelegte, thematisch begrenzte, zeitlich befristete kommunikative Strategien zur Erzeugung öffentlicher Aufmerksamkeit verstanden, die auf ein Set unterschiedlicher kommunikativer Instrumente und Techniken sowie vernetzte klassische und digitale Massnahmen zurückgreifen. Im Mittelpunkt zeitgemässer Kampagnen stehen die Zielgruppen, die als Akteure längst auch in die Planung und Umsetzung einbezogen werden.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

8 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Nach erfolgreicher Teilnahme können die Studierenden eine soziale Kampagne zur Sensibilisierung eines Themas oder eine kommerzielle Kampagne zur Bekanntmachung eines Angebots konzipieren.

- Sie sind in der Lage, den Partner/Auftraggeber dabei zu beraten und gemeinsam mit ihm eine tragfähige (Marken konforme) Leitidee und eine geeignete Message-Strategie für die Zielgruppen zu entwickeln.
- Sie wissen, wie sie eine Kampagnendramaturgie gestalten und durch ein begleitendes Measuring immer wieder nachjustieren können.
- Sie nutzen Theorien und Modelle aus der Medien- und Werbepsychologie, um in den verschiedenen Kampagnenphasen Wahrnehmung, Einstellung und Verhalten zu beeinflussen.
- Ihre Themenplanung stützen sie auf theoretischen Konzepte wie Purpose oder Agenda Setting ab.
- Für die Verbreitung ihrer Massnahmen (entwickeln sie einen HUB und) setzen eine passende Content- und Distributionsstrategie (owned, earned, paid) ein.

# Major Journalismus Multimedial I

## Leitidee

Im Major "Journalismus – Multimedial" soll das Wissen um journalistisches Arbeiten, um die ethischen Voraussetzungen und die Rolle des Journalismus für die Gesellschaft vermittelt werden. Recherche, Contentplanung, Redaktionsarbeit und die Produktion von journalistischen Inhalten sollen geübt und vertieft erlernt werden.

Neben den dargestellten Kursen werden durch Redaktionsgespräche unterschiedliche Perspektiven auf dieses Berufsfeld vermittelt. Die Rolle des Journalismus in der Gesellschaft und das Netz als Raum der Publikation werden reflektiert.

Insgesamt verfolgt das Modul konsequent einen Coachingansatz. Im Dialog sollen Inhalte erarbeitet werden und im Dialog sollen die Lehrprojekte realisiert werden. Ziel ist es, eine journalistische Publikation zu erarbeiten, in einer Redaktionsstruktur und über beide Semester hinweg.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

8 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden sollen sich über die Dimension journalistischen Arbeitens in einer Demokratie und für die Gesellschaft im Klaren sein. Die Entscheidungsprozesse, die Planungs- und Produktionsweisen im Journalismus werden kennengelernt und im Lehrprojekt angewandt. Die handwerklichen Fähigkeiten sollen weiterentwickelt und in der Praxis angewandt werden.

# Major Journalismus Multimedial II

## Leitidee

Im Major "Journalismus – multimedial" soll das Wissen um journalistisches Arbeiten, um die ethischen Voraussetzungen und die Rolle des Journalismus für die Gesellschaft vermittelt werden. Recherche, Contentplanung, Redaktionsarbeit und die Produktion von journalistischen Inhalten sollen geübt und vertieft erlernt werden.

Neben den dargestellten Kursen werden durch Redaktionsgespräche unterschiedliche Perspektiven auf dieses Berufsfeld vermittelt. Die Rolle des Journalismus in der Gesellschaft und das Netz als Raum der Publikation werden reflektiert.

Insgesamt verfolgt das Modul konsequent einen Coachingansatz. Im Dialog sollen Inhalte erarbeitet werden und im Dialog sollen die Lehrprojekte realisiert werden. Ziel ist es, eine journalistische Publikation zu erarbeiten, in einer Redaktionsstruktur und über beide Semester hinweg.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

8 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden sollen sich über die Dimension journalistischen Arbeitens in einer Demokratie und für die Gesellschaft im Klaren sein. Die handwerklichen Fähigkeiten sollen weiterentwickelt und in der Praxis angewandt werden. Hierzu gehören ausserdem das Wissen um die Möglichkeiten des Daten-Journalismus, sowie eine Verbesserung der individuellen Schreibfähigkeit.



# Major Live Communication I

## Leitidee

In der heutigen Live Communication werden viele unterschiedliche und neuzeitige Event-Formate für online und offline entwickelt, sogenannte hybride Events. Für Botschaften wird dadurch eine wichtige Brücke zwischen virtuellem und Live-Erlebnis gebaut. Entsprechend hoch ist die Komplexität und der Anspruch Produkte- und Markenbotschaften bei Events online und offline erlebnisorientiert und multimedial in Szene zu setzen.

Im Major Live Communication entwickeln und planen wir neuzeitige Event-Formate nach dem 5 Phasenmodell und produzieren multimediale Inhalte für das Live-Erlebnis.

Ziel ist die Berufsbefähigung als Multimedia Producer für Events, als Eventmanager, Projektleiter für Multimedia- und Showtechnik oder als Creator von multimedialen Event-Erlebnisse.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

8 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Sie lernen die theoretischen und praktischen Grundlagen von Event- und Livecommunication und können als Multimediaproducer in einer Agentur oder Firma als Producer, Creator, Leader oder Seller arbeiten.

# Major Live Communication II

## **Leitidee**

Das Modul Live Communication II ist die Fortsetzung vom Modul Live Communication I. Dabei steht die Umsetzung der im Modul I erstellten Eventkonzepte und Praxiserfahrung im Mittelpunkt. Die Studierenden übernehmen im Team Verantwortung über die Kommunikation, Detailplanung und Realisierung von verschiedenen Events. Anhand von kleineren Eventformaten werden Kommunikation, Ablaufplanung, Regieführung, Managementkompetenz und Nachbearbeitung geübt.

Nebst dem Besuch von diversen Livecommunication-Firmen und Liveevents reflektieren sich die Studierenden an ihrem Eigenevent, welcher zugleich als Prüfungs-event zählt.

## **Typ**

Wahlpflichtmodul

## **Umfang**

8 ECTS-Punkte

## **Lernergebnisse**

Die Studierenden können spezielle Eventformate entwickeln und einen Corporate Event von A-Z professionell umsetzen. Die Livecommunications-Branche wird in ihren Zusammenhängen verstanden.

# Major Media Applications I

## Leitidee

Die Studierenden erarbeiten sich vertiefte Kenntnisse und Anwendungskompetenzen in modernen Webtechnologien. Gleichzeitig konzipieren und planen sie die Projekte, welche im Herbstsemester umgesetzt werden. Auch werden die notwendigen Grundlagen vermittelt, wie ein Projekt mit realen Bedingungen umgesetzt werden kann.

Im ersten Kurs des Majors liegt der Fokus auf den Grundlagen des Usability Testings. Der Kurs vermittelt Grundlagen des Usability Testings mit Schwerpunkt auf nutzerbasierten Verfahren.

Im zweiten Kurs wird gezeigt, wie sich mit Hilfe von Javascript Frameworks (Phone Gap / Cordova) hybride Applikationen erstellen und gerätetypische Komponenten von Android- oder Apple-Smartphones ansprechen lassen.

Die Studierenden lernen im dritten Kurs mit Hilfe objektorientierter Programmierung, auch bei komplexen Software-Projekten den Überblick zu behalten.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

8 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden

- kennen die Grundlagen von Usability Testing.
- kennen die Unterschiede zwischen nutzerbasierten und expertebasierten Verfahren.
- können einen nutzerbasierten Test planen und durchführen.
- können eine Auswertung und eine Berichterstattung erstellen.
- verstehen die Unterschiede zwischen nativen, hybriden und webbasierten Applikationen.
- kennen die Möglichkeiten, mit Javascript Frameworks hybride Applikationen zu programmieren.
- verstehen, wie Augmented Reality Plug-Ins in Cordova integriert werden.
- kennen das OOP-Paradigma und das MVC-Entwurfsmuster.
- können eigenständig Klassen und deren Beziehungen untereinander konzipieren, mit PHP programmieren und das MVC-Entwurfsmuster (am Beispiel von Codeigniter) umsetzen und anwenden.
- sind in der Lage, Frontend Applikationen mit Vue.js, Github, AJAX, APIs, SASS etc. zu bauen.
- sind in der Lage kleine Webprojekte selbständig zu organisieren.

# Major Media Applications II

## Leitidee

Das Modul vermittelt den weiterführenden praktischen Einsatz höherer Programmiersprachen. Die Studierenden lernen, eigene Applikationen auf der Basis von Client- und/oder Serverseitigen-Technologien zu realisieren. Dabei wird die Kompetenz zur strukturierten und abstrakten Denkweise gefördert. Der Fokus liegt in diesem Modul auf der Erstellung von dynamischen User Interfaces im Internet. Für das Verständnis der Programmierung verschiedener Endgeräte werden auch «Web of Things»-Applikationen umgesetzt und dabei auf externe Sensoren und Aktuatoren zugegriffen. Zusätzlich werden aktuelle Frameworks aufgezeigt und ein erstes Mal verwendet. Um den Unterricht abzurunden, gibt es noch Expertengespräche aus der Praxis für alle Studierenden.

Bei Bedarf wird jeweils am Vormittag Wissen zu verschiedenen Themen vermittelt, welches direkt in die Umsetzung der Projekte einfließen kann.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

8 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden

- kennen und verstehen fortgeschrittene Konzepte und Frameworks höherer Programmiersprachen.
- können Programmiersprachen für die Lösung einfacher Realwelt-Probleme einsetzen.
- verstehen die objektorientierten Konzepte sowie Software-Patterns und können diese anwenden.
- sind in der Lage, dynamische User Interfaces im Web im einem geräte-unabhängigen Context zu realisieren.
- verstehen das Zusammenspiel von Webtechnologien mit Client und Server.
- sind in der Lage, einfache «Web of Things»-Projekte zu konzipieren und umzusetzen. Sie sind in der Lage, ihre Fähigkeiten in der Geschäftswelt einzuschätzen.

# Major Radio Production I

## Leitidee

Die Studierenden erlernen das «Radiomachen». Dabei sind die Schwerpunkte auf den vier Säulen: Information, Unterhaltung, Public Services und Marketing. Anhand des Projektes SwissMountainHolidayRadio bauen die Studierenden parallel dazu ein Radio auf bzw. aus. Dabei erlernen sie die neuste Technologie und sind in der Lage, von einem Laptop aus ein Radioprogramm zu bestreiten.

Das Modul steht für sich alleine und hat lediglich im Bereich der angewandten EDV und der Produktion von Bewegtbild Berührungspunkte mit den Majors Videoformate Nonfiktional und Branded Motion.

Lernmethoden: Vorlesung, Gruppenarbeiten, Übungen, Selbststudium, Diskussionen, Gastdozenten, Praxiseinsätze bei Radio Südostschweiz und SwissMountainHolidayRadio.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

8 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden verstehen das «Radiomachen» und sind bereit, zusätzliche Elemente wie Bewegtbild hinzuzufügen.

# Major Radio Production II

## Leitidee

Die Studierenden erlernen das «Radiomachen». Dabei sind die Schwerpunkte auf den vier Säulen: Information, Unterhaltung, Public Services und Marketing. Anhand des Projektes SwissMountainHolidayRadio bauen die Studierenden parallel dazu ein Radio auf bzw. aus. Dabei erlernen sie die neuste Technologie und sind in der Lage, von einem Laptop aus ein Radioprogramm zu bestreiten.

Das Modul steht für sich alleine und hat lediglich im Bereich der angewandten EDV und der Produktion von Bewegtbild Berührungspunkte mit den Majors Videoformate Nonfiktional und Branded Motion.

Lernmethoden: Vorlesung, Gruppenarbeiten, Übungen, Selbststudium, Diskussionen, Gastdozenten, Praxiseinsätze bei Radio Südostschweiz und SwissMountainHolidayRadio.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

8 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden können jederzeit in einem Radio als vollwertige Mitarbeiter mittun.

# Major Videoformate Nonfiktional I

## Leitidee

Wir befinden uns im Golden Age of Documentary. Nonfiktionale Filme und Formate boomen, sei es bei Netflix, Hulu oder Amazon, auf YouTube oder in den Kinos und dem Angebot der klassischen TV-Sender. Alles ist im Wandel, neue Formate, Bildsprachen und fundiertes Handwerk werden händierend in der Branche gesucht. Daher stellt der Major die Formatentwicklung, das Storytelling und die Produktion nonfiktionaler Filme und Formate ins Zentrum. Nonfiktional ist wie ein grosses Spielfeld der Möglichkeiten, den visuellen und dramaturgischen Möglichkeiten sind keine Grenzen gesetzt, von Kameraführung über Schnitt bis zu Animation, alles loten wir in dem Major aus.

Ohne jedoch jemals die grösste Stärke des Felds zu vergessen: Nonfiktional zeigt die Welt – und hat die Kraft, sie ein Stück weit zu verändern. Inhalte zu transportieren. Unverständliches zu erklären. Missstände aufzuklären. Und dabei zu unterhalten, das ist die Kunst. Daher sind Elemente wie Interviewführung in den Major integriert, denn ohne die richtigen Fragen ist der schönste Film sinnlos. Hands-On-Skills werden in Seminaren und Workshops gelehrt und trainiert, aber auch sichergestellt, dass die Studenten nach ihrer Zeit an der Schule finanziell überleben können in dem Feld – mit fundiertem Wissen zu Produktion und Finanzierung.

Ziel des Moduls ist es, ein Exposé und ein Treatment für ein nonfiktionales Format von 30 min / eine dokumentarische Serie von insgesamt 30 min für eine selbst gewählte Plattform zu entwickeln, welche im darauffolgenden Semester filmisch umgesetzt werden soll. Für dieses Format soll ein Trailer erstellt werden, aus dem Inhalt und Stilistik des nonfiktionalen Formats ablesbar sind.

## Typ

Wahlpflichtmodul

## Umfang

8 ECTS-Punkte

## Lernergebnisse

Die Studierenden erlernen die Grundlagen der medien- und zielgruppenspezifischen Formatentwicklung für nonfiktionale Projekte. Sie lernen reale Geschichten in nonfiktionale Bilder und Erzählstrukturen zu übersetzen und dabei den Anforderungen des Marktes und des gewählten Formats gerecht zu werden. Sie beherrschen Grundbegriffe der Dramaturgie und verfügen über das Basiswissen eines Bewegtbild-Producers/einer Producerin. Sie vertiefen Skills in den Bereichen Schnitt, Kamera und dokumentarischem Portrait.

## Major Videoformate Nonfiktional II

### Leitidee

Im zweiten Teil des Majors eignen sich die Studierenden weiterführendes Know-how für die Filmproduktion im nonfiktionalen Bereich an. Sie beschäftigen sich intensiv mit Interviewtechniken und -führung sowie Fragen der Bildgestaltung. Die theoretischen Inputs wenden die Studierenden in praktischen Übungen gleich an. Des Weiteren erlernen die Studierenden den Umgang mit Animationen und Graphiken im nonfiktionalen Bereich. Sie erhalten konkrete Einblicke, wie die entsprechenden Prozesse in Redaktionen sowie in unabhängigen Filmproduktionen ablaufen. Mit den Themen Finanzierung, Distribution und Vermarktung der Formate beschäftigen sich die Studierenden gegen Ende des Kurses.

Auf Grundlage des im ersten Majorsemester entwickelten Konzepts ein eigenes nonfiktionales Filmprojekt, in welches die erlernten Techniken und Kenntnisse massgebend einfließen sollen.

### Typ

Wahlpflichtmodul

### Umfang

8 ECTS

### Lernergebnisse

Die Studierenden erlernen die Grundlagen der medien- und zielgruppenspezifischen Formatentwicklung. Sie können nonfiktionale Geschichten filmisch darstellen. Sie beherrschen Interviewtechniken, verfügen über fortgeschrittenes Wissen bei der Konzeption einer Bildsprache und kennen die Finanzierungs- und Distributionsmöglichkeiten für nonfiktionale Filme.



# Wahlmodule

## Stage

### Leitidee

Zusammen mit Somedia hat die Fachhochschule Graubünden ein neuartiges Praktikum entwickelt. Studierende am IMP im vierten, fünften oder sechsten Semester sollen dabei den Arbeitsalltag auf einer Redaktion oder einer Agentur kennenlernen.

Diese Stages dauern drei Wochen und werden in einem der derzeit fünf zur Verfügung stehenden Bereiche von Somedia absolviert, begleitet durch Profis in den jeweiligen Medienkanälen. Am Ende erhalten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer eine schriftliche Bestätigung über die erfolgreiche Teilnahme am Stage-Programm.

Zur Auswahl stehen die Redaktionen der Zeitung «Südostschweiz», von Radio Südostschweiz, TV Südostschweiz und des Portals suedostschweiz.ch sowie die Somedia-eigene Agentur Viaduct. Alle Praktika finden damit im Medienhaus an der Sommeraustasse in Chur statt.

Es ist vorgesehen, dieses exklusive Praktikum nicht nur in Chur, sondern auch in Bern anzubieten. Dies in Zusammenarbeit mit mittleren und grossen Medienunternehmen.

### Typ

Wahlmodul

### Umfang

4 ECTS

### Lernergebnisse

Die Studierenden haben in den drei Wochen in einem redaktionellen oder kommerziellen Bereich von Somedia Inhalte produziert und praktische Erfahrungen gesammelt.



