

Wahlpflichtmodul „Campusredaktion“

Bevorzugter Studiengang: Bachelor MMP (ab 5. Sem.) und Vorseмester Master AK

WPM Campusredaktion					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8364	150 Std.	5 CP	ab 5. Sem.	Wöchentlich	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 4 SWS, VL und UE	Kontaktzeit 45 Std.	Selbststudium 105 Std.	geplante Gruppengröße 18	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss verfügen die Studierenden über <ul style="list-style-type: none">• Kenntnisse im Verfassen von nachrichtlichen Texten• Kenntnisse in neuen Formen des Nachrichtenschreibens• Kenntnisse über das Verfassen und die Verbreitung von Nachrichten in sozialen Netzwerken• die Fähigkeit, (nachrichtliche) Texte zu redigieren und zu überarbeiten (Textkritik)• Kenntnisse über die Abläufe in Nachrichtenredaktionen				
3	Inhalte Nachrichten sind das A und O des Journalismus. Im WPM lernen die Studierenden das zielgruppengerechte Schreiben und Redigieren von Meldungen und Berichten. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf das Schreiben von nachrichtlichen Darstellungsformen für ein jüngeres Publikum. Hierbei wird es auch um das Verfassen und Verbreiten von Meldungen auf Facebook gehen. Es werden Einblicke in neue Formen der Nachrichtenvermittlung gegeben, insbesondere in das „Nachrichtenerzählen“. In Redaktionskonferenzen werden die Nachrichten diskutiert und ausgewählt. Außerdem werden in Redigiergruppen gemeinsam Verbesserungsvorschläge für die Texte erarbeitet. Die Arbeitsergebnisse werden dann auf der Plattform der Lehrredaktion veröffentlicht (www.die11.de)				
4	Lehrformen Kurze Vorlesungsblöcke kombiniert mit praktischen Übungen				
5	Prüfungsformen Projekt				
6	Dozent Prof. Dr. Jörn Radtke, Christian Möller				
7	Literatur Wird im Seminar bekanntgegeben				
8	Zusätzliche Anmerkungen Detaillierte Informationen zur Prüfung legen die Dozenten zu Beginn des WPM fest.				

Wahlpflichtmodul „Visuelle Kommunikation“

Bevorzugter Studiengang: Bachelor MMP (ab 5. Sem.) und Vorsemeester Master AK

WPM Visuelle Kommunikation					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8298	150 Stunden	5 ECTS	ab 5. Sem.	Wintersemester	Winter- semester
1	Lehrveranstaltungen Seminar, 4 SWS	Kontaktzeit 45 Std.	Selbststudium 105 Std.	geplante Gruppengröße 18	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Das Wahlpflichtmodul vermittelt vertiefte Kenntnisse des Arbeitsfeldes, Editorial Design' und der professionelle Arbeit in Zeitschriftenverlagen. Am Beispiel von Zeitschriftengestaltung und –produktion erlangen die Teilnehmer/innen neben dem Verständnis für Anforderungen und Probleme eines konkreten Produktionsprozesses auch Sicherheit im Umgang mit Format, Raster, Bildauswahl/-ausschnitt und Druckvorstufe sowie in der kritischen Bewertung von visueller Kommunikation.				
3	Inhalte Ziel ist die Produktion einer Zeitschrift von Studierenden für Studierende. Zielgruppe: Studieninteressierte und Erstsemester an der Fachhochschule Kiel. Themenschwerpunkt: Expedition Kiel Ostufer. Die Teilnehmer_innen besetzen verschiedene Positionen einer studentischen Zeitschriftenredaktion. Unterstützt von den Dozentinnen organisieren sie als Layoutchef_in, Layouter_innen, Bildredakteure/-redakteurinnen, Infografiker_innen, die Verantwortlichen für die Druckvorstufe etc. in wöchentlichen Layoutkonferenzen selbständig die Konzeption, die Gestaltung und den Druck eines Studierendenmagazins. Texte, Fotos und Layoutvorschläge zum Schwerpunktthema wurden bereits im Sommersemester von Studierenden MMP erarbeitet und stehen zur Verfügung. Die Finanzierung des Drucks für die erste Ausgabe ist gesichert. Diese erste Ausgabe der Zeitschrift soll zukünftige Erstsemester der Fachhochschule Kiel informieren und unterstützen.				
4	Lehrformen Seminare und praktische Übungen				
5	Prüfungsformen Projekt				
6	Dozentinnen Prof. Dr. Heidi Kjær, Petra Langmaack, B.A.				
7	Literatur Wird am Anfang des Semesters angegeben.				
8	Zusätzliche Anmerkungen InDesign- und Photoshop-Kenntnisse werden vorausgesetzt.				

Wahlpflichtmodul „Webbasierte Anwendungen“

Bevorzugter Studiengang: Bachelor MMP (ab 5. Sem.) und Vorsemester Master AK

WPM Webbasierte Anwendungen					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8366	150 Std.	5	ab 5. Sem.	Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 4 SWS	Kontaktzeit 45 Std.	Selbststudium 105 Std.	geplante Gruppengröße 18	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss verfügen die Studierenden über Wahlpflichtmodul Nach erfolgreichem Abschluss verfügen die Studierenden über <ul style="list-style-type: none"> • Vertiefung der Lehr- und Lernziele aus den Pflichtmodulen • Verbreiterung der Wissensbasis • Vernetztes Denken • Flexibilität • Selbstständigkeit Kompetenzvermittlung: 60% Fachkompetenz, 40% Schlüsselkompetenz				
3	Inhalte Kenntnisse aus den zurückliegenden Pflichtmodulen werden um weitere praxisorientierte Anwendungen durch komplexe Projektvorgaben, die überwiegend eigenständig durch die Studierenden gelöst und durch die Lehrkraft moderiert und mit Denkanstößen versehen werden, ergänzt.				
4	Lehrformen interaktiver Lehrvortrag				
5	Prüfungsformen Projekt inkl. Präsentation				
6	Dozent Dieter Haas				
7	Literatur Eine aktuelle Literaturliste wird zu Semesterbeginn bekannt gegeben.				
8	Zusätzliche Anmerkungen Die Veranstaltungen finden geblockt freitags von 08.15 – 15.45 Uhr in den Kalenderwochen 40 bis 45 / 2014 statt. Die Veranstaltungssprache ist Deutsch. Die Prüfungsleistung ist in der Kalenderwoche 45 abzugeben. Die Modulteilnahme und Abgabe der geforderten Prüfungsleistung entbinden Studierende NICHT von der expliziten Anmeldung zur Leistungsbewertung in QIS. Prüfungsleistungen von NICHT ordnungsgemäß angemeldeten Studierenden in QIS werden NICHT bewertet.				

Wahlpflichtmodul „Social Media and Practice“

Bevorzugter Studiengang: Bachelor MMP (ab 5. Sem.) und Vorsemester Master AK

WPM: PR & Social Media in Practice – COOL 3.0 (English)					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8368	150 Stunden	5	ab 5. Sem.	Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 4 SWS	Kontaktzeit 45 Std.	Selbststudium 105 Std.	geplante Gruppengröße max. 18	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Upon completion of this seminar, participants will have theoretical and practical knowledge of public relations and social media tools for marketing and event communication.				
3	Content This seminar will accompany the conference COOL 3.0 (Campus Ocean Offshore Learning) on Helgoland in November 2014. Participants will manage the complete public relations for the conference from the planning stages to the actual event, wrap-up and preparation for next year's COOL 4.0. Social Media offer innovative tools for public relations, market communication and marketing. Unlike traditional ways of advertising, social media allow for direct communication with users and direct feedback. At the same time, social media tools themselves are constantly and rapidly changing. A profound knowledge of the technical functioning and communication possibilities on each platform is necessary in order to make use of these instruments for PR and marketing purposes. Event PR and communication is a demanding area of corporate communication as all communication measures lead up to a specific event and there is a peak in workload during a short period of time. Websites and social media presences will be set up by participants and maintained before, during and after the conference. During the conference participants will identify, plan and implement a meaningful use of various social media tools for public relation and remote participation. A newsroom will be established on site for the time of the conference. A 4 day excursion to Helgoland for the conference COOL 3.0 is an integral part of this seminar. Part of the travel costs need to be covered by the participants. This seminar is conducted in co-operation with the Faculty of Mechanical Engineering (Prof. Dipl.-Ing. Peter Quell).				
4	Lehrformen Seminar, practical exercises, literature and online research, presentations by participants, video and audio, excursion. This is an English language course.				
5	Prüfungsformen Written project report				
6	Dozent Christian Möller, M.A.				

7	Literature Will be announced at the first session.
8	Zusätzliche Anmerkungen This course is targeted at both foreign exchange students at FH Kiel as well as other interested participants. A 4-day excursion to the Isle of Helgoland is part of the seminar. Part of the travel costs (approximately EUR 80-100) need to be covered by participants themselves. Seminar dates: <ul style="list-style-type: none">• Session 1: 24.10.2014 12:30-15:45 (4h)• Session 2: 31.10.2014 12:30-15:45 (4h)• Session 3: 07.11.2014 12:30-15:45 (4h)• COOL 3.0: 17.-20.11.2014 (Isle of Helgoland) (32h) – exact dates TBC• Session 4: 28.11.2014 12:30-15:45 (4h)• Session 5: 05.12.2014 12:30-15:45 (4h)

Wahlpflichtmodul „Kommunikationsmanagement“

Bevorzugter Studiengang: Bachelor ÖuU (ab 3. Sem.) und Vorsemester Master AK

WPM Kommunikationsmanagement					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8318	150 Std.	5	ab 3. Sem.	Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 4 SWS (VL und UE)	Kontaktzeit 45 Std.	Selbststudium 105 Std.	geplante Gruppengröße max. 18	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss verfügen die Studierenden über <ul style="list-style-type: none">• theoretisches Wissen über die verschiedenen Phasen der PR-Konzeption• Kenntnisse über verschiedene Konzeptarten sowie über kritisches Wissen zur Analyse und Bewertung von PR-Konzepten• praktische Erfahrung in der Erstellung von PR-Konzepten für reale Kommunikationsprobleme				
3	Inhalte Nach einer theoretischen Annäherung an die strategische Kommunikationsarbeit und Konzeptionspraxis liegt der Fokus des WPM im WS 2014/2015 auf der Praxis der PR-Konzeption. Die verschiedenen Phasen der Konzepterstellung (Briefing, Analyse, Ziele und Zielgruppen, Positionierung, Botschaften, Strategie, Maßnahmenplanung, Budget, Evaluation) werden ausführlich behandelt und Stolpersteine bei der Erstellung einer Konzeption aufgezeigt. Im praktischen Teil des Moduls erarbeiten die Studierenden in Kleingruppen auf Grundlage des erworbenen Wissens PR-Konzepte für reale Kommunikationsprobleme. Sie erhalten ein Briefing von ihrem jeweiligen Auftraggeber und erstellen die Kommunikationskonzepte in schriftlicher Form. Am Ende des Semesters erfolgt die mündliche Präsentation vor den Auftraggebern.				
4	Lehrformen Vorlesung und Übung				
5	Prüfungsformen Projekt				
6	Dozent Sina Clausen, M.A.				
7	Literatur Wird zu Semesterbeginn bekanntgegeben.				
8	Zusätzliche Anmerkungen Die Projekte werden in Kleingruppen realisiert.				

Wahlpflichtmodul „Text und Visualisierung“

Bevorzugter Studiengang: Bachelor ÖuU (ab 3. Sem.) und Vorsemester Master AK

WPM Text und Visualisierung					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8322	150 Std.	5	ab 3. Sem.	WS	1 Sem
1	Lehrveranstaltungen 4 SWS (VL und UE)	Kontaktzeit 45 Std.	Selbststudium 105 Std.	geplante Gruppengröße max. 18	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss verfügen die Studierenden über <ul style="list-style-type: none"> • Grundlegende handwerkliche Fähigkeiten im Erstellen und Gestalten von PR-Texten für unterschiedlichste Einsatzbereiche und Medien durch intensive Schreibübungen, die ausführlich besprochen und lektoriert werden • Vertiefte Kenntnisse über Funktionsweisen von Text und Kommunikation 				
3	Inhalte Professionelle PR ohne professionelle Texte? Geht nicht! Das WPM „Text und Visualisierung“ vermittelt handwerkliches (und durchaus existentielles) Basiswissen für den Kommunikationsalltag. Wie funktioniert Sprache? Wie funktioniert ein PR-Text? Welche Grundregeln gilt es zu beachten? Welcher Stil passt in welches Medium? Wie erzähle ich eine Geschichte? Wie erreiche ich meine Kommunikationspartner? Welche Fehler sollte ich tunlichst vermeiden? Wie reagiere ich in Krisenzeiten? Jede/r Teilnehmer/in wird entsprechend seiner individuellen Voraussetzungen gefordert und gefördert, so dass am Ende des Semesters für jede/n eine spür- und lesbare Verbesserung der eigenen Schreib-Fähigkeiten stehen sollte. WICHTIGER HINWEIS: Dieses Modul richtet sich nicht nur an alle, die schon von Haus aus ein gesteigertes Interesse am Schreiben mitbringen, sondern gerade an diejenigen, die sich damit „noch etwas schwer tun“. Folgende Themen werden je nach Lernfortschritt behandelt: <ul style="list-style-type: none"> • PR-Textsorten: Pressemitteilung/ Flyer/ Kunden-Korrespondenz/ Mitarbeitermagazine etc. • Texten für das Netz: Social Media, Twitter, Website und Co • Krisen-Kommunikation in Wort und Schrift/ Kommunizieren in Stresssituationen • Fallen und Stolpersteine • Storytelling in der PR 				
4	Lehrformen VL+Ü				
5	Prüfungsformen Hausarbeit				
6	Dozentin				

	Susanne van Engelen
7	Literatur Wird zu Beginn des Semesters bekannt gegeben
8	Zusätzliche Anmerkungen Wichtige Voraussetzung für die Teilnahme ist die Bereitschaft, regelmäßig (wöchentlich) kurze (!) Beiträge für die Übungen zu verfassen.

Wahlpflichtmodul „Issues Management und Krisenkommunikation“

Bevorzugter Studiengang: Bachelor ÖuU (ab 3. Sem.) und Vorsemester Master AK

WPM Issues Management und Krisenkommunikation					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8370	150 Std.	5	ab 3. Sem.	Wintersemester	1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen 4 SWS	Kontaktzeit 45 Std.	Selbststudium 105 Std.	geplante Gruppengröße 18	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss verfügen die Studierenden über das Wissen über Krisenkommunikation, deren Vorbereitung und Nacharbeit.				
3	Inhalte Grundlagen einer Krisenkommunikation, Prävention, Intervention				
4	Lehrformen Vorlesung und Übung				
5	Prüfungsformen Klausur				
6	Dozent Günther Jesumann				
7	Literatur Krisenkommunikation, Peter Höbel/Thorsten Hofmann, UVK München, ISSN1863-8988				
8	Zusätzliche Anmerkungen keine				

Wahlpflichtmodul „Sozialkompetenz“

Bevorzugter Studiengang: Bachelor ÖuU (ab 3. Sem.) und Vorsemester Master AK

WPM Sozialkompetenz (Interpersonal Skills)					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8372	150 Std.	5	ab 3. Sem.	Wintersemester	1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	4 SWS, Seminar, 2 Teile	45 Std.	105 Std.	18	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss verfügen die Studierenden über Block I: Soziale Kommunikation <ul style="list-style-type: none">– Kenntnisse über Kommunikationsmuster in Zwischenmenschlicher- und Gruppenkommunikation– Techniken zur störungsarmen Kommunikation– Techniken zur Analyse von Kommunikationsstörungen– Techniken zur Leitung von Gruppeninteraktion Block II: Moderation und Präsentation <ul style="list-style-type: none">– die Fähigkeit zur ziel- und zuhörerorientierten Konzeption von Präsentationen und Moderationen– die Fähigkeit zur Anwendung professioneller Präsentations- und Moderationstechniken– die Fähigkeit zum souveränen persönlichen Auftreten vor Publikum				
3	Inhalte 1. Modelle nach Schultz von Thun, Watzlawick, Cohn und Berne In Theorie und an vorgegebenen und selbst gefundenen Beispielen 2. Grundlagen <ul style="list-style-type: none">– Besonderheiten von Präsentationen; Erwartungen der Zuhörer– Rednerprobleme: Hauptfehler von Vortragenden, Lampenfieber, Selbstmotivation– (Nonverbale) Kommunikation: Erster Eindruck, Haltung, Gestik, Mimik– Rhetorik: Stimme, Atmung, Sprache, Wortschatz, Pausen– Visualisierung: Möglichkeiten und Regeln– Präsentationsmedien: Auswahl, Medienwechsel 2. Vorbereitung und Durchführung einer Präsentation <ul style="list-style-type: none">– Strategische Vorüberlegungen: Präsentationsziel, Publikumsanalyse– Visualisierung: Produktion visueller Hilfsmittel, Medienwahl– Strukturierung von Argumenten, Manuskript– Strategien für kritische Augenblicke: Einstieg, Abschluss, Pannen– Regie und Rahmenbedingungen: Ablauf, Raum, Sitzordnung– Nachbereitung: Selbstanalyse				

4	<p>Lehrformen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kurzeinführung in das jeweilige Thema durch Dozenten - Intensiver Austausch in der Gruppe - Selbsterarbeitung einzelner Themen durch die Studierenden (Einzel-, Gruppenarbeit) - Einzelübungen, insbesondere eine eigene größere Präsentation der Studierende (s.u.) - Feedback für jede/n einzelne/n Studierende/n und Verbesserungsvorschläge (durch Dozent und Gruppe) - Präsentation von Gesprächen in verteilten Rollen
5	<p>Prüfungsformen</p> <p><i>Benotete Präsentation und Analyse</i></p> <p>Jede/r Studierende bereitet eine Präsentation (freies Thema) vor und hält sie vor der Gruppe. Die Präsentation soll ca. 10 Minuten dauern und durch mehrere Medien unterstützt sein. Die Wahl des Themas ist frei. Die Präsentationen werden per Video aufgezeichnet, gemeinsam ausgewertet und individuell benotet.</p> <p>Darüber hinaus wird eine schriftliche Analyse über Kommunikationsmuster verfasst.</p>
6	<p>Dozenten</p> <p>Peter Kersten, Dipl.-Volkswirt, Zert. Coach</p> <p>Prof. Dr. Franziska Uhing</p>

Wahlpflichtmodul „Politics and PR in Film and Television“

Bevorzugter Studiengang: Bachelor ÖuU (ab 3. Sem.) und Vorsemester Master AK

WPM Politics and PR in Film and Television					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8374	150 Std.	5	ab 3. Sem.	Jedes WS	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 4 SWS, Seminare	Kontaktzeit 45 Std.	Selbststudium 105 Std.	geplante Gruppengröße 18	
2	<p>Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen</p> <p>On successful completion of the module, students will be able to:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Demonstrate an understanding of and evaluate the role of politics in film and television and the critical issues they raise. 2. Deploy critical and theoretical material in the analysis of exemplary films and television drama series from the early 1970s to the present day. 3. Develop original insights using balanced, logical and supported arguments regarding the representation of politics, and political communications. 4. Demonstrate analytical and interpretative skills in presenting an argued case that deals with a specific example of how politics are presented by film and/or television. 				
3	<p>Inhalte / Synopsis of the Module</p> <p>George Orwell had reportedly once said: ‘In our age there is no such thing as „keeping out of politics.“ All issues are political issues, and politics itself is a mass of lies, evasions, folly, hatred and schizophrenia.’ And indeed, political controversy and debate carries significant dramatic potential. Fascinated by this, numerous film and television makers have been using politics, spin doctoring and public affairs as a point of departure for fictional stories surrounding these issues.</p> <p>It is certainly true that audiovisual production contexts and audience responses are inextricably linked to specific historical conditions – be they artistic, commercial or indeed political. Yet, the relationship between film/television and society/politics has always been reciprocal. Whilst film and television have always been shaped by political circumstances, they, too, have exerted their influence on politics.</p> <p>The seminar ‘Politics and PR in Film and Television’ considers the complex relationship between audiovisual media, politics and political PR. As politics can be defined as the distribution of power that regulates the various relations between people living in society, filmic and televisual representations of politics carry significant meaning that exceeds particular political administrative bodies or governments. By reflecting upon different exemplary films and television dramas that deal with politics in various ways, the seminar analyses the changing role of politicians and their communications advisors relating to news media and the public.</p> <p>Films and shows that will be discussed include:</p> <p><i>The Candidate</i> (Michael Richie, USA 1972), <i>All the King's Men</i> (Steven Zaillian, USA 2006), <i>The West Wing</i> (NBC, 1999-2006), <i>Borgen</i> (DR, 2010-) and <i>House of Cards</i> (Netflix, 2013-).</p>				

4	<p>Learning and Teaching Strategy</p> <p>The Learning and Teaching strategy for this module will be based on weekly screenings, three-hour seminars and occasional tutorials. The emphasis on student-centred learning dictates a seminar format. Early sessions will involve initial presentations by the tutor that establish key terms of reference, with these followed by small group and whole group discussion of issues raised. As the module progresses, there is an increased stress on students' own contributions in sessions. The seminars will also provide students with opportunities to develop issues they have learned independently. Each seminar is linked to a screening and to set reading that students are expected to prepare in advance. Students are also offered guidance in seminars to develop their own reading and research. Tutorials will offer students support with specific issues, in particular in relation to the assessment for the module, and will also be used to give feedback on assessed work.</p>
5	<p>Prüfungsformen / Assessment</p> <p>Essay (4000 - 5000 words)</p>
6	<p>Dozent / Module Tutor</p> <p>Prof. Dr. Tobias Hochscherf</p>
7	<p>Literatur / Literature</p> <p>Please note that this is an optional reading list. A list of obligatory texts for seminar discussion will be disclosed during the first session and on the online learning management system (Moodle).</p> <p>Ian Scott, <i>American Politics in Hollywood Film</i>, 2nd edn (Edinburgh: Edinburgh University Press, 2011)</p> <p>Iwan W. Morgan (ed.), <i>Presidents at the Movies: American History and Politics on Screen</i> (London: PalgraveMacMillan, 2011)</p> <p>Peter C. Rollins & John Connor (eds), <i>Hollywood's White House: The American Presidency in Film and History</i> (Lexington, KY: University of Kentucky Press, 2004)</p>
8	<p>Zusätzliche Anmerkungen</p> <p>The seminar will be in English.</p>

Zusätzliche Angebote

Bevorzugte Studiengänge: Vorsemester Master AK, höhere Semester MMP

Falls nach Anmeldeschluss noch freie Plätze vorhanden sind, werden diese auch an die Studiengänge MMP (V9, ab 5. Sem.) und ÖuU (ab 3. Sem.) vergeben. Für die Anerkennung als Wahlpflichtmodul ist ein Antrag auf Anerkennung an den Prüfungsausschuss zu stellen.

WPF Campus-TV					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8376	150 Std.	5	Vors. AK, höhere Sem. MMP	Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	4 SWS	45 Std.	105 Std.	18	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Gegenstand des Lehrmoduls ist die Arbeit in einer TV-Redaktion, die Beiträge rund um das Campusleben der FH erstellt. Campus TV bietet den Studierenden die Möglichkeit, Erfahrungen in der redaktionellen Arbeit und bei der Produktion von Filmbeiträgen der verschiedensten Formate zu sammeln, u.a. Nachrichtenfilm, Bericht, Reportage, Interview, Porträt, Glosse, Dokumentation bis hin zum experimentellen Video-Clip.				
3	Inhalte				
	Der Themenmix umfasst das gesamte Campusleben: aktuelle Veranstaltungen, Projekte, Kooperationen, Reisen, Einrichtungen, Menschen aus allen Fachbereichen. In Redaktionskonferenzen werden Kenntnisse über die FS-Arbeit vermittelt. Von der Themensuche, über Recherche und Planung, Workflow, Dramaturgie, Postproduktion bis zur Filmabnahme incl. Kritik. Die Produktionen erfolgen aktuell, möglichst nah an der professionellen Realität des Redaktionsalltages. Vorgesehen ist die Teilnahme an einer Livesendung des Schleswig-Holstein Magazins. CAMPUS TV auch als VJ-Projekt: Die Digitalisierung und die damit einhergehenden technischen Innovationen haben zu Veränderungen/ Verbesserungen der Fernseh-Berichterstattung geführt: dem VIDEOJOURNALISMUS. Campus TV wird sich u.a. auch intensiv mit dieser neuen Form der Produktion beschäftigen.				
4	Lehrformen				
	Seminar				
5	Prüfungsformen				
	Projekte				
6	Dozent				
	Prof. Peter Dresewski				

7	Literatur Martin Ordolf, Fernsehjournalismus Claudia Mast, ABC des Journalismus Siegfried Weischenberg, Journalistik Siegfried Weischenberg, Nachrichtenjournalismus Gregor Alexander Heußen – Werkzeugsatz für Fernsehautoren, Einführung in den Fernsehjournalismus Walter La Roche, Einführung in den praktischen Journalismus Gerhard Schult / Axel Buchholz, Fernsehjournalismus – ein Handbuch für Praxis und Ausbildung Wolf Schneider /Paul–Josef Raue, Das neue Handbuch des Journalismus
8	Zusätzliche Anmerkungen -

WPF TV-Live					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8378	150 Std.	5	Vors. AK, höhere Sem. MMP	Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 4 SWS	Kontaktzeit 45 Std.	Selbststudium 105 Std.	geplante Gruppengröße 18	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss verfügen die Studierenden über: Kenntnisse über die Produktion zur Live-Berichterstattung, über Planung und Ablauf einer FS-Magazinsendung sowie die Struktur eines Fernsehstudios inkl. Regie am Beispiel des OK und evtl. des NDR- Fernsehstudios.				
3	Inhalte Recherche und Themenplanung für ein 30minütiges Magazin. Moderation u. Übung Elemente einer Live-Sendung Interview u. Übung Einführung Fernsehstudio OK (Regie, Kamera, Bildmisch, Ton, Licht) Entwicklung Vorspann, Schriften, Layout Sendeplanung und Sendeablauf Aufzeichnung und Endfertigung				
4	Lehrformen Vorlesung und Übungen				
5	Prüfungsformen Projektarbeit				
6	Dozent Prof. Peter Dresewski				
7	Literatur Claudia Mast: ABC des Journalismus, UVK – Verlagsgesellschaft Konstanz 2008 Martin Ordolff: Fernsehjournalismus, UVK – Verlagsgesellschaft, Konstanz Gregor A.Heussen: Werkzeugsatz für Fernsehautoren. Gestaltung von Magazinen Weischenberg Siegfried. Journalistik – Medienkommunikation: Theorie und Praxis, Wiesbaden Westdeutscher Verlag, 1995				
8	Zusätzliche Anmerkungen Vorsemin. Master AK, höhere Sem. MMP				

WPF Sprechtraining für Hörfunk und Fernsehen					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensemester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8342	120 Stud.	3	Vors. AK, höhere Sem. MMP	Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltung 4 SWS	Kontaktzeit 45 Std.	Selbststudium 75 Std.	geplante Gruppengröße 15	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss verfügen die Studierenden über die Fähigkeit, anhand von Stichwortkarten vor Mikro und Kamera frei zu reden, beherrschen Sprechregeln fürs Lesen, Redepfanung, Fragetechniken, plastische sowie deutliche Aussprache, Sprachgestaltung und Sprechstile, erreichen eine bessere Hörverständlichkeit durch phonischen Körpereinsatz und Atem- wie Stimmführung, entwickeln Zuhörfähigkeit und können feedback positiv nutzen.				
3	Inhalte Wer über das nachdenkt, was beim Sprechen vor Mikrofon und Kamera geschieht, wird zugeben, dass er Kommunikation möchte. Ob ihm das am Ort des Geschehens oder aus einem Studio heraus auch gelingt, hängt davon ab, ob der Sprecher die Zuhörer wirklich erreicht. Richtig sprechen genügt nicht, miteinander sprechen ist gefragt, denn die Wirkung auf die Zuhörer und Zuschauer entscheidet. Dieses WPF hat zum Ziel, das Hörbare und eigentlich Rhetorische des Sprechens in Radio und Fernsehen zu optimieren. Zunächst wird in den Zusammenhang von Stimme und Persönlichkeit eingeführt. Da Sprechen eine geeignete Atemtechnik voraussetzt, wird die Zwerchfellatmung durch Atemübungen zusammen mit phonischem Körpertraining erlernt. Bewegung und Körperhaltung, Mimik, Gestik und Körpersprache, verbale Sprachgestaltung, Sprachstil und freies Sprechen mithilfe von Stichwortkonzepten, Atemtraining wie Inspiration statt Luft zu holen, Abspannen und das Einpendeln in den Eutonus, Stimmführung, Stimmübungen, plastische Artikulation, Tonhöhe und Tonstärkenmodulation werden in Sprechaufnahmen zusammengebracht und analysiert.				
4	Lehrformen Theorie und Methoden sollen verstanden, nachvollzogen und durch Techniken, Übungen und Training geübt werden. Die Studierenden werden begleitet durch Feedback, Dokumentation und Analyse anhand von Aufzeichnungen im Tonstudio. Damit verankern die Studierenden ihre theoretischen Kenntnisse in den Workflow der sprecherischen Produktion.				
5	Prüfungsformen Die Studierenden konzeptionieren und planen schriftlich ein Interview und/oder eine Moderation mit entsprechenden Partnern, das sie am Prüfungstag im Tonstudio frei sprechend live durchführen. Recheresicherheit, Gesprächsstrategien, Interviewtaktik und Redepfanung sind schriftlich und tatsächlich vorzubereiten. Die Arbeitsabläufe und deren Umsetzung wie beispielsweise Fragetechnik und der geschickte Umgang mit den Interviewten ergeben sich aus zuvor erlernter Methodik und geübten Techniken. Die Ergebnisse werden aufgenommen und anhand vorher aufgestellter Kriterien bewertet. Am Ende des Prüfungstermins werden das schriftliche Gesamtkonzept samt Stichwortkarte zur Korrektur abgegeben.				
6	Dozentin Anne Ueckermann				
7	Literatur Felix Rellstab, Sprechtechnik Übungen, Stutz & Co., CH 8820 Wädenswill;				

Stefan Wachtel, Sprechen u. Moderieren in Hörfunk und Fernsehen. UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2009;

Coblenzer/Muhar, Atem und Stimme, Österreichische Bundesverlag Wien, ISBN 3 215 020408; Horst Coblenzer, Erfolgreich sprechen, öbvhpt VerlagsgmbH & Co.KG, Wien 1999;

Vera Balser Eberle, Sprechtechnisches Übungsbuch, Österreichische Bundesverlag Wien, ISBN 3 215 013347

WPF Eventmanagement					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8380	150 Std.	5	Vors. AK, höhere Sem. MMP	Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen	Kontaktzeit	Selbststudium	geplante Gruppengröße	
	4 SWS	45 Std.	105 Std.	18	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen				
	Nach erfolgreichem Abschluss haben sich die Studierenden theoretische, aber vor allem praktische Kenntnisse im Bereich des Eventmanagements und der Veranstaltungsplanung erarbeitet. Dazu gehört die Vorbereitung, Mitgestaltung und vor allem die Durchführung eines realen Events (Konferenz-iii und <i>KOORDINATEN Festival der räumlichen Medien</i>).				
3	Inhalte				
	Im Jahr 2012 fand zum ersten Mal das <i>KOORDINATEN Festival der räumlichen Medien</i> an der Fachhochschule Kiel statt. Das Festival widmet sich der künstlerischen Nutzung und Erforschung umgebender Medien. Im Rahmen eines Wettbewerbs erhalten Studierende ein Forum, um Ihre Arbeiten zu präsentieren.				
	Im Zentrum des Wahlpflichtfaches steht die Vorbereitung, Mitgestaltung und vor allem die Durchführung und Nachbereitung des nächsten <i>KOORDINATEN Festivals der räumlichen Medien</i> und der Konferenz-iii. Das Seminar besitzt Kolloquiumscharakter. Gespräche, kleine Präsentationen und Konzeptionsphasen sollen den regen Austausch fördern.				
4	Lehrformen				
	Seminar				
5	Prüfungsformen				
	Projekt				
6	Dozent				
	Shakira-Jil Simon				
7	Literatur				
	Wird am Anfang des Semesters bekannt gegeben.				
8	Zusätzliche Anmerkungen				

WPF E-Concepts: European Youth Award in Graz (Nr. 8382)

Diese Wahlpflichtfach kann nicht mehr gewählt werden.

WPF Living in Germany: Politics – Media – Culture – Nature

Kenn- nummer 8346	Workload 60 Stunden	Credits 2	Studien- semester Exchange students	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 2 SWS Seminar	Kontaktzeit 22,5 Std.	Selbststudium 37,5 Std.	geplante Gruppengröße max. 18	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Participants will have a profound knowledge of life in Germany, including politics, media, culture and nature in their current form and historic context. Intercultural competencies and abilities will be fostered and intercultural communication improved.				
3	Inhalte This course will shed a spotlight on life in Germany in its different facets: politics, media, culture and nature, both in their current form and historic context. Participants will research current topics in German society and compare them to discussions and developments in their home countries. Similarities and differences will be assessed and intercultural understanding will be deepened. Participants are invited to share their experience both from home and in Germany and add an international view on Germany today. Politics: Germany as a federal state is made up of different Länder. The political system and democratic structure will be outlined and put in a historic and international perspective. Media: The most important German media will be introduced and the human right to free media examined. The history of media in Germany after World War II will be introduced. Culture: German music, including hiphop, movies, TV, theatre – German culture is manifold. Milestones in theatre, literature, movies and music will be identified and their international reception will be discussed. Nature: The maritime climate that shapes the nature of Northern Germany, the wadden seas of the West Coast as a UNESCO natural habitat and the characteristics of the Baltic Sea region will be introduced and compared to other regions.				
4	Lehrformen Seminar, practical exercises, literature and online research, presentations by participants, video and audio, excursions. This is an English language course.				
5	Prüfungsformen Oral presentation.				
6	Dozent Christian Möller, M.A.				
7	Literature Will be discussed during the first session.				

8

Zusätzliche Anmerkungen

This course is meant for foreign exchange students at FH Kiel who want to learn more about life, culture and politics in Germany.

Excursions to Laboe, Lübeck and Kiel Schauspielhaus will be planned. Some costs for travel expenses and entrance fees might incur.

The opening session will take place on Tuesday 21 October 2014 from 18:00-21:00. Dates and places for the following sessions and excursions will be announced during this initial meeting. Please follow Moodle for further details and announcements.

**WPF Social Entrepreneurship
(zusammen mit FB Wirtschaft)**

Anmeldung und Informationen über FB Wirtschaft in Moodle:

<http://lms.fh-kiel.de/course/view.php?id=2012>

WPF Dokumentarfilm					
Kenn- nummer	Workload	Credits	Studien- semester	Häufigkeit des Angebots	Dauer
8071	150 Std.	5	Vors. AK, höhere Sem. MMP	Wintersemester	1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 4 SWS	Kontaktzeit 45 Std.	Selbststudium 105 Std.	geplante Gruppengröße 18	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss verfügen die Studierenden über die Fähigkeit, Dokumentarfilme einzuordnen und zu beurteilen und die Grundlagen der Dokumentarfilmproduktion				
3	Inhalte Geschichte des Dokumentarfilms, Genres und Analyse. Stoffentwicklung und Besonderheiten der Produktion				
4	Lehrformen Theoretische Einführung, gemeinsame und individuelle Rezeption ausgewählter Filme (Gruppenarbeit)				
5	Prüfungsformen Hausarbeit				
6	Dozent Prof. Peter Hertling				
7	Literatur Rabiger, Michael: „Dokumentarfilme drehen“. Zweitausendeins, Frankfurt a.M. 2000; Gabriele Voss (Hrsg.): "Dokumentarisch Arbeiten", Berlin, Vorwerk 8, 1996; Schadt, Thomas: Das Gefühl des Augenblicks – „Zur Dramaturgie des Dokumentarfilms“. Bergisch Gladbach 2002; Bodo Witzke, „Die Fernsehreportage“. Konstanz, UVK 2003 (zusammen mit Ulli Rothaus). James Monaco, Film Verstehen, Handbuch rororo. Wilma Kiener, „Die Kunst des Erzählens“; UVK-Medien				
8	Zusätzliche Anmerkungen				

WPF Arbeiten mit Agenturmaterial (Stock Footage)

Kenn- nummer 8340	Workload 150 Std.	Credits 5,0	Studien- semester Vors. AK, höhere Sem. MMP	Häufigkeit des Angebots Wintersemester	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 4 SWS	Kontaktzeit 45 Std.	Selbststudium 105 Std.	geplante Gruppengröße 18	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss verfügen die Studierenden über Fähigkeiten mit Stock Footage broadcastfähige Erklärstücke und Hintergrundbeiträge unter Zeitdruck zu schneiden und zu texten.				
3	Inhalte Genutzt wird Agenturmaterial von thenewsmarket , London. Recherche im Internet.				
4	Lehrformen Gemeinsame, individuelle Rezeption aktueller Newsbeiträge und Analyse. Gruppenarbeit in Form von Redaktionskonferenzen. Schnittübungen in immer kürzeren Zeitintervallen.				
5	Prüfungsformen Praktische Übungen am Semesterende				
6	Dozent Prof. Peter Hertling				
7	Literatur „ Texten für TV “, Martin Ordolff, Stefan Wachtel, TR-Verlagsunion München, ISBN 3-8058-3267-2 „ Handbuch der Filmmontage “, Hans Beller (Hrsg.) TR-Verlagsunion, ISBN 3-8058-2357-6 „ Fernsehjournalismus “ Gerhard Schult / Axel Buchholz. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis Verlag: List/Journalistisch Praxis				
8	Zusätzliche Anmerkungen				

WPF Public Relations: Entwicklungen, Konzepte, Instrumente

(an der Universität Flensburg, ab 27.10., wahrscheinlich 14-tägig Donnerstag-nachmittag sowie 2 Samstage jeweils 3 Blöcke mit je 2 SWS im Januar 2015)

Kennnummer 8256	Workload 150 Std.	Credits 5	Studiensemester Vors. AK, höhere Sem. MMP	Häufigkeit des Angebots Jedes WS	Dauer 1 Semester
1	Lehrveranstaltungen 2 SWS	Kontaktzeit 22,5 Std.	Selbststudium 127,5 Std.	geplante Gruppengröße 18	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Nach erfolgreichem Abschluss verfügen die Studierenden über <ul style="list-style-type: none">• Kenntnisse der Fachbegriffe, Teilgebiete und Instrumente der PR• Kenntnisse historischer und systematischer Zusammenhänge im Bereich PR• Kenntnisse kommunikationswissenschaftlicher Befunde mit Relevanz für PR• Kritisches Wissen zur Analyse und Bewertung von PR-Konzepten				
3	Inhalte Vermittlung der Grundlagen der PR: <ul style="list-style-type: none">• Begriffsklärung und Abgrenzung• Geschichte• Klassiker der amerikanischen und deutschen PR-Praxis und –Forschung• Theorien und Forschungsentwicklung• PR als berufliches Handeln (Berufsrollen, Berufsgeschichte und Berufsethik)• Handlungsfelder der PR in Wirtschaft, Staat und Gesellschaft• Instrumente der PR / Öffentlichkeitsarbeit				
4	Lehrformen Seminar (2 SWS)				
5	Prüfungsformen wird zu Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben				
6	Dozent Prof. Dr. phil. Christian Hauck				
7	Literatur Lehrbücher: <i>Wilcox, Dennis L.; Cameron Glen T. (2012), Public Relations, Strategies and Tactics, Study Edition, 10th ed., Pearsons</i> <i>Gordon, Averill Elizabeth (2011), Public Relations, Oxford University Press</i> Weitere Literatur: <i>Avenarius, Horst (2008), Public Relations, Die Grundformen der gesellschaftlichen Kommunikation</i> <i>Bentele, Günter; Fröhlich, Romy; Szyska Peter (Hg.) (2008), Handbuch der Public Relations, Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln, 2. korrigierte</i>				

	<p><i>und erw. Aufl. (2008)</i></p> <p><i>Cutlip, Scott M. (1995), Public Relations History</i></p> <p><i>Grunig, James E.; Hunt, Todd (1984), Managing Public Relations</i></p> <p><i>Heath, Robert L. (Ed.), (2001), Handbook of Public Relations</i></p> <p><i>Kunczik, Michael (1997), Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland</i></p> <p><i>Kunczik, Michael (2010), Public Relations, Konzepte und Theorien, 5. Aufl.</i></p> <p><i>Newsom, Doug; VanSlyke Turk, Judy; Kruckeberg, Dean (2007), This is PR, The Realities of Public Relations, 9th ed., 2007</i></p>
8	<p>Zusätzliche Anmerkungen</p> <p>Dieses WPF findet an der Universität Flensburg statt.</p>