

MODULHANDBUCH

Content Marketing Manager (IU)

Weiterbildung Content Marketing Manager (UPS-
DPCMM)

n/a ECTS

Fernstudium

Klassifizierung: Diploma

Inhaltsverzeichnis

1. Semester

Modul DLBOMCM: Content Marketing

Modulbeschreibung7

Kurs DLBOMCM01: Content Marketing 9

Modul DLBPRST: Storytelling

Modulbeschreibung15

Kurs DLBPRST01: Storytelling 17

Modul DLBDBCMS: Content Management Systeme

Modulbeschreibung23

Kurs DLBDBCMS01: Content Management Systeme25

Modul DLBPRPPMI: Projekt: Schreibwerkstatt

Modulbeschreibung31

Kurs DLBPRPPMI01: Projekt: Schreibwerkstatt 33

1. Semester

Content Marketing

Modulcode: DLBOMCM

| | | | | |
|----------------------------------|--|---------------------|--------------------|---|
| Modultyp s. Curriculum | Zugangsvoraussetzungen keine | Niveau BA | ECTS n/a | Zeitaufwand Studierende 150 h |
|----------------------------------|--|---------------------|--------------------|---|

| | | | |
|----------------------------------|---|--|---|
| Semester s. Curriculum | Dauer Minimaldauer: 1 Semester | Regulär angeboten im WiSe/SoSe | Kurs- und Prüfungssprache Deutsch |
|----------------------------------|---|--|---|

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Lisa-Charlotte Wolter (Content Marketing)

Kurse im Modul

- Content Marketing (DLBOMCM01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie
Studienformat: Kombistudium
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Grundlagen des Content Marketing
- Content Marketing Strategien
- Operatives Content Marketing
- Content Controlling
- Content Produktion

Qualifikationsziele des Moduls**Content Marketing**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die strategische Bedeutung von Content Marketing zu verstehen und Content-Marketing in den Marketingmix des Unternehmens zu integrieren.
- eine Content-Marketing-Strategie zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen.
- passgenaue Ansprachen über die richtigen Kanäle mit den passenden Inhalten für die Zielgruppen zu erarbeiten.
- die Content-Planung effizient zu organisieren, Akteure zu gewinnen und die Ressourcen richtig einzusetzen.
- den richtigen Mix unterschiedlicher Inhalte zu produzieren und Inhalte entlang der Customer Journey bereitzustellen.
- Effektivität der Maßnahmen zu messen und Verbesserungspotenziale zu identifizieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Marketing & Vertrieb

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing

Content Marketing

Kurscode: DLBOMCM01

| Niveau | Kurs- und Prüfungssprache | SWS | ECTS | Zugangsvoraussetzungen |
|--------|---------------------------|-----|------|------------------------|
| BA | Deutsch | | n/a | keine |

Beschreibung des Kurses

Sowohl Konsumenten wie auch B2B-Entscheider werden mit einer Fülle an Informationen überflutet. Ergebnis ist die messbare Ermüdung gegenüber Pushwerbung – die Klickraten klassischer Banner liegen bereits unter 0,10%. Demgegenüber stehen zahlreiche Beispiele von Unternehmen mit erfolgreichen Content Marketing Strategien: Laut Forrester Insights konnten 57% der Unternehmen, die Content Marketing nutzen, einen signifikanten Anstieg des Umsatzes verzeichnen. Studien von Nielsen unterstreichen dabei die Bedeutung relevanter Inhalte: 85% der Konsumenten suchen vor dem Kauf gezielt nach beratenden Inhalten aus zuverlässigen Quellen. Aus diesem Grund setzen immer mehr Unternehmen auf vertrauenswürdige Inhalte für den Konsumenten und nutzen Content Marketing gezielt zur Erhöhung des ROI gegenüber klassischen Kampagnen. Der Erfolg von Content Marketing stellt sich jedoch nicht automatisch durch das planlose Bereitstellen zusätzlicher Inhalte ein. Ein höherer Return on Invest lässt sich nur durch eine zielgruppengerechte Content Strategie und eine planvolle Content-Produktion realisieren. In diesem Kurs lernen die Studierenden allgemeine Behauptungen von erzählenswerten Inhalten zu unterscheiden. Im Fokus stehen dabei besonders die Strategieentwicklung, sowie Produktion und Erfolgsmessung von Inhalten mit Mehrwert.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die strategische Bedeutung von Content Marketing zu verstehen und Content-Marketing in den Marketingmix des Unternehmens zu integrieren.
- eine Content-Marketing-Strategie zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen.
- passgenaue Ansprachen über die richtigen Kanäle mit den passenden Inhalten für die Zielgruppen zu erarbeiten.
- die Content-Planung effizient zu organisieren, Akteure zu gewinnen und die Ressourcen richtig einzusetzen.
- den richtigen Mix unterschiedlicher Inhalte zu produzieren und Inhalte entlang der Customer Journey bereitzustellen.
- Effektivität der Maßnahmen zu messen und Verbesserungspotenziale zu identifizieren.

Kursinhalt

1. Grundlagen des Content Marketing
 - 1.1 Definition und Einordnung
 - 1.2 Digitaler Wandel und Entwicklung des Content Marketing
 - 1.3 Content Marketing und Suchmaschinenoptimierung
2. Content-Marketing-Strategien
 - 2.1 Grundlagen zur Entwicklung einer Strategie
 - 2.2 Analysen im Content Marketing
 - 2.3 Crossmediale Kampagnen
 - 2.4 Storytelling
3. Operatives Content Marketing
 - 3.1 Content-Marketing-Prozess und Organisation
 - 3.2 Content-Audit
 - 3.3 Content-Planung
 - 3.4 Content-Produktion
 - 3.5 Content-Distribution
 - 3.6 Rechtliche Aspekte
 - 3.7 Content Marketing und Suchmaschinen
4. Content Controlling
 - 4.1 Messgrößen (KPIs), Tracking und Ziele
 - 4.2 Marketing-Automation
 - 4.3 Tools für Content Marketing und Automation
5. Content-Produktion
 - 5.1 Einführung
 - 5.2 Erfolgsfaktoren
 - 5.3 Inhaltliche Aspekte
 - 5.4 Suchmaschinenoptimierung
 - 5.5 E-Commerce: Produkttexte
 - 5.6 Social Media: Online-PR
 - 5.7 Texter-Tools

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Grunert, G (2019). Methodisches Content Marketing. Springer Gabler.
- Heinrich, S. (2020). Content Marketing: So finden die besten Kunden zu Ihnen (2. Aufl.). Springer Gabler.
- Hilker, C. S. (2017). Content Marketing in der Praxis. Springer Gabler.
- Löffler, M. & Michl, I. (2020). Think Content. Rheinwerk.
- Schlömer, B. & Schlömer, T. (2021). Inbound. Rheinwerk.

Studienformat Fernstudium

| | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| Studienform Fernstudium | Kursart Online-Vorlesung |
|-----------------------------------|------------------------------------|

| | |
|--|--|
| Informationen zur Prüfung | |
| Prüfungszulassungsvoraussetzungen | BOLK: Ja Evaluation: Nein |
| Prüfungsleistung | Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie |

| | | | | | |
|--------------------------------|------------------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------------------|------------------------|
| Zeitaufwand Studierende | | | | | |
| Selbststudium 110 h | Präsenzstudium 0 h | Tutorium 20 h | Selbstüberprüfung 20 h | Praxisanteil 0 h | Gesamt 150 h |

| | | |
|---|---|--|
| Lehrmethoden | | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® | <input type="checkbox"/> Repetitorium | <input type="checkbox"/> Sprint |
| <input checked="" type="checkbox"/> Skript | <input type="checkbox"/> Creative Lab | <input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung |
| <input type="checkbox"/> Vodcast | <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast | <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Audio | <input type="checkbox"/> Reader | |
| <input type="checkbox"/> Musterklausur | <input checked="" type="checkbox"/> Folien | |

Studienformat Kombistudium

| | |
|------------------------------------|-----------------------------|
| Studienform Kombistudium | Kursart Vorlesung |
|------------------------------------|-----------------------------|

| | |
|--|--|
| Informationen zur Prüfung | |
| Prüfungszulassungsvoraussetzungen | BOLK: Ja Evaluation: Nein |
| Prüfungsleistung | Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie |

| | | | | | |
|--------------------------------|------------------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------------------|------------------------|
| Zeitaufwand Studierende | | | | | |
| Selbststudium 110 h | Präsenzstudium 0 h | Tutorium 20 h | Selbstüberprüfung 20 h | Praxisanteil 0 h | Gesamt 150 h |

| | | |
|---|---|--|
| Lehrmethoden | | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® | <input type="checkbox"/> Repetitorium | <input type="checkbox"/> Sprint |
| <input checked="" type="checkbox"/> Skript | <input type="checkbox"/> Creative Lab | <input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung |
| <input type="checkbox"/> Vodcast | <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast | <input checked="" type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Audio | <input type="checkbox"/> Reader | |
| <input type="checkbox"/> Musterklausur | <input checked="" type="checkbox"/> Folien | |

DLBOMCM01

Storytelling

Modulcode: DLBPRST

| Modultyp | Zugangsvoraussetzungen | Niveau | ECTS | Zeitaufwand Studierende |
|---------------|------------------------|--------|------|-------------------------|
| s. Curriculum | keine | BA | n/a | 150 h |

| Semester | Dauer | Regulär angeboten im | Kurs- und Prüfungssprache |
|---------------|-----------------------------|----------------------|---------------------------|
| s. Curriculum | Minimaldauer: 1 Semester | WiSe/SoSe | Deutsch |

Modulverantwortliche(r)

Holger Meerwarth (Storytelling)

Kurse im Modul

- Storytelling (DLBPRST01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: myStudium

Fachpräsentation

Studienformat: Fernstudium

Fachpräsentation

Studienformat: Kombistudium

Fachpräsentation

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Narrativitätstheorien
- Instrumente und Methoden des Storytellings
- Visuelles Storytelling
- Auditives und audiovisuelles Storytelling

Qualifikationsziele des Moduls**Storytelling**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- wichtige Eckpunkte und Meilensteine in der Geschichte des Storytellings zu benennen.
- Ansätze von Narrativitätstheorien und -forschung nachzuvollziehen und zu erklären.
- Erzählmuster zu erkennen, zu verstehen und zu analysieren.
- Ziele, Instrumente und Methoden des inhaltlichen Storytellings zu benennen und zu analysieren.
- Ziele, Instrumente und Methoden des (audio-)visuellen Storytellings zu benennen und zu analysieren.
- selbständig medialen Content mithilfe dieser Strategien, Instrumente und Methoden aufzubereiten und zu produzieren.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich
Public Relations Marketing

**Bezüge zu anderen Studiengängen der
Hochschule**

Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing

Storytelling

Kurscode: DLBPRST01

| Niveau | Kurs- und Prüfungssprache | SWS | ECTS | Zugangsvoraussetzungen |
|--------|---------------------------|-----|------|------------------------|
| BA | Deutsch | | n/a | keine |

Beschreibung des Kurses

Storytelling – oder Geschichtenerzählen – ist eine journalistische Erzähltechnik und ein professionelles Instrument der Öffentlichkeitsarbeit. Der Schwerpunkt des Kurses liegt auf der Vermittlung der theoretischen Grundlagen und der historischen Herleitung des Storytellings. Flankiert werden diese Inhalte auf wissenschaftlicher Ebene durch die Inhalte der Narrativitätstheorien und -forschung. Vor diesem Hintergrund sollen die Studierenden die inhaltlichen Schemata des „Geschichtenerzählens“ abstrahieren und analysieren, um sich schließlich selbst diese Methodik anzueignen und anwenden zu können. Beispielhaft werden daher auch die Einsatzfelder des Storytellings in der Medienindustrie und weiteren Bereichen dargelegt. Somit sollen die Studierenden inspiriert, animiert und befähigt werden, selbst in der (späteren) Berufspraxis auf diese Muster und Strukturen bei der Content-Erstellung zurückgreifen zu können. Darüber hinaus sollen ihnen spannende Forschungsfelder aufgezeigt werden, die in der wissenschaftlichen Praxis aktuell Raum zu Forschungsaktivitäten bieten. Anschließend wird den Studierenden elementares Wissen mit Blick auf Theorie und Praxis des auditiven, visuellen und audiovisuellen Storytellings vermittelt, so dass sie befähigt werden sollen, diese Elemente miteinander in Verbindung zu setzen, um hochwertigen und ansprechenden Mediencontent zu produzieren.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- wichtige Eckpunkte und Meilensteine in der Geschichte des Storytellings zu benennen.
- Ansätze von Narrativitätstheorien und -forschung nachzuvollziehen und zu erklären.
- Erzählmuster zu erkennen, zu verstehen und zu analysieren.
- Ziele, Instrumente und Methoden des inhaltlichen Storytellings zu benennen und zu analysieren.
- Ziele, Instrumente und Methoden des (audio-)visuellen Storytellings zu benennen und zu analysieren.
- selbständig medialen Content mithilfe dieser Strategien, Instrumente und Methoden aufzubereiten und zu produzieren.

Kursinhalt

1. Einführung und Grundlagen
 - 1.1 Begriffsdefinition und Gegenstand des Storytellings
 - 1.2 Historischer Ursprung in der griechischen Mythologie
 - 1.3 Narrativitätsforschung und -theorien
2. Meilensteine des Storytellings
 - 2.1 Forschung und Werk Joseph Campbells
 - 2.2 Adaption für die Praxis durch Christopher Vogler
 - 2.3 Realisation durch George Lucas
3. Storytelling heute
 - 3.1 Internationale Blockbuster
 - 3.2 Nationale und internationale TV-Formate
 - 3.3 Unternehmenskommunikation, Werbung, PR und Marketing
 - 3.4 Digital Storytelling
4. Audiovisuelles Storytelling
 - 4.1 Einführungen und Definitionen
 - 4.2 Visuelles Storytelling: Von der Höhlenmalerei zum Verkehrsschild
 - 4.3 Audiovisuelle Umsetzung
 - 4.4 , Einsatzfelder und Methoden: Elemente der Bildgestaltung und der Akustik
5. Symbiose von auditivem, visuellem und inhaltlichem Storytelling
 - 5.1 Instrumente und Methoden – crossmediales Erzählen
 - 5.2 Trends und Entwicklungen – im Fokus der Digitalisierung
 - 5.3 Fazit und Ausblick

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Lampert, M./Wespe, R. (2017): Storytelling für Journalisten. Wie baue ich eine gute Geschichte? (Praktischer Journalismus). 4. Auflage, Herbert von Halem, Köln.
- Ruf, O. (2018): Storytelling für Designer (Bibliothek für Designer). Avedition, Stuttgart.
- Sammer, P. (2017): Storytelling. Strategien und Best Practices für PR und Marketing. 2. Auflage, O'Reilly, Heidelberg.
- Sammer, P./Heppel, U. (2015): Visual Storytelling. Visuelles Erzählen in PR und Marketing. O'Reilly, Heidelberg.
- Vogler, C. (2007): The Writer's Journey. Mythic Structure for Writers. 3. Auflage, Michael Wiese Productions, Studio City.

Studienformat myStudium

| | |
|---------------------------------|-----------------------------|
| Studienform myStudium | Kursart Vorlesung |
|---------------------------------|-----------------------------|

| | |
|--|--|
| Informationen zur Prüfung | |
| Prüfungszulassungsvoraussetzungen | BOLK: Ja Evaluation: Nein |
| Prüfungsleistung | Fachpräsentation |

| | | | | | |
|--------------------------------|------------------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------------------|------------------------|
| Zeitaufwand Studierende | | | | | |
| Selbststudium 110 h | Präsenzstudium 0 h | Tutorium 20 h | Selbstüberprüfung 20 h | Praxisanteil 0 h | Gesamt 150 h |

| | | |
|---|---|--|
| Lehrmethoden | | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® | <input type="checkbox"/> Repetitorium | <input type="checkbox"/> Sprint |
| <input checked="" type="checkbox"/> Skript | <input type="checkbox"/> Creative Lab | <input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung |
| <input type="checkbox"/> Vodcast | <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast | <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Audio | <input type="checkbox"/> Reader | |
| <input type="checkbox"/> Musterklausur | <input checked="" type="checkbox"/> Folien | |

Studienformat Fernstudium

| | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| Studienform Fernstudium | Kursart Online-Vorlesung |
|-----------------------------------|------------------------------------|

| | |
|--|--|
| Informationen zur Prüfung | |
| Prüfungszulassungsvoraussetzungen | BOLK: Ja Evaluation: Nein |
| Prüfungsleistung | Fachpräsentation |

| | | | | | |
|--------------------------------|------------------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------------------|------------------------|
| Zeitaufwand Studierende | | | | | |
| Selbststudium 110 h | Präsenzstudium 0 h | Tutorium 20 h | Selbstüberprüfung 20 h | Praxisanteil 0 h | Gesamt 150 h |

| | |
|--|--|
| Lehrmethoden | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur | <input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien |

Studienformat Kombistudium

| | |
|------------------------------------|-----------------------------|
| Studienform Kombistudium | Kursart Vorlesung |
|------------------------------------|-----------------------------|

| | |
|--|--|
| Informationen zur Prüfung | |
| Prüfungszulassungsvoraussetzungen | BOLK: Ja Evaluation: Nein |
| Prüfungsleistung | Fachpräsentation |

| | | | | | |
|--------------------------------|------------------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------------------|------------------------|
| Zeitaufwand Studierende | | | | | |
| Selbststudium 110 h | Präsenzstudium 0 h | Tutorium 20 h | Selbstüberprüfung 20 h | Praxisanteil 0 h | Gesamt 150 h |

| | |
|--|--|
| Lehrmethoden | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input checked="" type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast <input checked="" type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur | <input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input type="checkbox"/> Reader <input checked="" type="checkbox"/> Folien |

Content Management Systeme

Modulcode: DLBDBCMS

| Modultyp | Zugangsvoraussetzungen | Niveau | ECTS | Zeitaufwand Studierende |
|---------------|------------------------|--------|------|-------------------------|
| s. Curriculum | keine | BA | n/a | 150 h |

| Semester | Dauer | Regulär angeboten im | Kurs- und Prüfungssprache |
|---------------|-----------------------------|----------------------|---------------------------|
| s. Curriculum | Minimaldauer: 1 Semester | WiSe/SoSe | Deutsch |

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Jurek Breuninger (Content Management Systeme)

Kurse im Modul

- Content Management Systeme (DLBDBCMS01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Kombistudium
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Studienformat: Fernstudium
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Studienformat: myStudium
Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

- Begriffe und Grundlagen
- HTML
- CSS
- JavaScript

Qualifikationsziele des Moduls**Content Management Systeme**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- verschiedene Arten von Content Management voneinander abzugrenzen.
- typische Prozesse des Content Management anzuwenden.
- den Aufbau und die Funktionsweise verschiedener Content Management-Systeme zu verstehen.
- bestehende HTML-, CSS- und JavaScript-Artefakte zu lesen und zu verstehen.
- bestehende HTML-, CSS und JavaScript-Artefakte im Rahmen der Webseite-Pflege anzupassen.
- neue Webseiten mit einem CMS-System einzurichten, mit Inhalten zu füllen und zu pflegen.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für weitere Module im Bereich Informatik & Software-Entwicklung

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich IT & Technik

Content Management Systeme

Kurscode: DLBDBCMS01

| Niveau | Kurs- und Prüfungssprache | SWS | ECTS | Zugangsvoraussetzungen |
|--------|---------------------------|-----|------|------------------------|
| BA | Deutsch | | n/a | keine |

Beschreibung des Kurses

In diesem Kurs werden den Studierenden im ersten Schritt die wesentlichen Grundkenntnisse vermittelt, die sie für die professionelle Anwendung von CMS-Systemen benötigen. Hierzu gehört vor allem eine Grundausbildung in den gängigen Web-Technologien HTML, CSS und JavaScript. Darüber hinaus werden auch grundlegende Prozesse im Umgang mit CMS-Systemen vorgestellt. Dieses Wissen bereitet die Studierenden auf die Fallstudie vor. Hier werden den Studierenden Aufgaben gestellt, die sie unter Einsatz von Content Management-Systemen lösen müssen. Dabei wenden sie das zuvor vermittelte Wissen praktisch an.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- verschiedene Arten von Content Management voneinander abzugrenzen.
- typische Prozesse des Content Management anzuwenden.
- den Aufbau und die Funktionsweise verschiedener Content Management-Systeme zu verstehen.
- bestehende HTML-, CSS- und JavaScript-Artefakte zu lesen und zu verstehen.
- bestehende HTML-, CSS und JavaScript-Artefakte im Rahmen der Webseite-Pflege anzupassen.
- neue Webseiten mit einem CMS-System einzurichten, mit Inhalten zu füllen und zu pflegen.

Kursinhalt

1. Begriffe und Grundlagen
 - 1.1 Motivation und Problemstellung
 - 1.2 Aufbau und Funktionen
 - 1.3 Arten von Content Management Systemen
 - 1.4 Abgrenzung zu Enterprise Content Management
 - 1.5 Überblick Basistechnologien (Tools zur Zusammenarbeit)
 - 1.6 Content-Management-Prozesse
 - 1.7 SEO

2. HTML
 - 2.1 Struktur
 - 2.2 Tag-Konzept
 - 2.3 Textauszeichnung
 - 2.4 Medien
 - 2.5 Tabellen
 - 2.6 Navigation
3. CSS
 - 3.1 Motivation für die Nutzung und Integration mit HTML
 - 3.2 Syntax
 - 3.3 Klassen-Konzept
 - 3.4 Box-Modell
 - 3.5 Kaskaden
 - 3.6 Vererbung
 - 3.7 Framework
4. JavaScript
 - 4.1 Einsatz von HTML und CSS
 - 4.2 Variablen und Anweisungen
 - 4.3 Kontrollstrukturen
 - 4.4 Funktionen
 - 4.5 DOM

Literatur

Pflichtliteratur

Weiterführende Literatur

- Hetzel, A. (2017): WordPress 4. Das umfassende Handbuch. Rheinwerk Computing, Bonn.
- Koch, D. (2018): Joomla! 4.0 Das Kompendium. Markt + Technik Verlag, Burgthann.
- Löffler, M. (2014): Think Content!. Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web. Rheinwerk Computing Verlag, Bonn.
- Wolf, J. (2016): HTML5 und CSS3. Das umfassende Handbuch. Rheinwerk Computing, Bonn.

Studienformat Kombistudium

| | |
|------------------------------------|-----------------------------|
| Studienform Kombistudium | Kursart Vorlesung |
|------------------------------------|-----------------------------|

| | |
|--|--|
| Informationen zur Prüfung | |
| Prüfungszulassungsvoraussetzungen | BOLK: Ja Evaluation: Nein |
| Prüfungsleistung | Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie |

| | | | | | |
|--------------------------------|------------------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------------------|------------------------|
| Zeitaufwand Studierende | | | | | |
| Selbststudium 110 h | Präsenzstudium 0 h | Tutorium 20 h | Selbstüberprüfung 20 h | Praxisanteil 0 h | Gesamt 150 h |

| | | |
|---|---|--|
| Lehrmethoden | | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® | <input type="checkbox"/> Repetitorium | <input type="checkbox"/> Sprint |
| <input checked="" type="checkbox"/> Skript | <input type="checkbox"/> Creative Lab | <input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung |
| <input type="checkbox"/> Vodcast | <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast | <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Audio | <input type="checkbox"/> Reader | |
| <input type="checkbox"/> Musterklausur | <input checked="" type="checkbox"/> Folien | |

Studienformat Fernstudium

| | |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| Studienform Fernstudium | Kursart Online-Vorlesung |
|-----------------------------------|------------------------------------|

| | |
|--|--|
| Informationen zur Prüfung | |
| Prüfungszulassungsvoraussetzungen | BOLK: Ja Evaluation: Nein |
| Prüfungsleistung | Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie |

| | | | | | |
|--------------------------------|------------------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------------------|------------------------|
| Zeitaufwand Studierende | | | | | |
| Selbststudium 110 h | Präsenzstudium 0 h | Tutorium 20 h | Selbstüberprüfung 20 h | Praxisanteil 0 h | Gesamt 150 h |

| | | |
|---|---|--|
| Lehrmethoden | | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® | <input type="checkbox"/> Repetitorium | <input type="checkbox"/> Sprint |
| <input checked="" type="checkbox"/> Skript | <input type="checkbox"/> Creative Lab | <input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung |
| <input type="checkbox"/> Vodcast | <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast | <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Audio | <input type="checkbox"/> Reader | |
| <input type="checkbox"/> Musterklausur | <input checked="" type="checkbox"/> Folien | |

Studienformat myStudium

| | |
|---------------------------------|-----------------------------|
| Studienform myStudium | Kursart Vorlesung |
|---------------------------------|-----------------------------|

| | |
|--|--|
| Informationen zur Prüfung | |
| Prüfungszulassungsvoraussetzungen | BOLK: Ja Evaluation: Nein |
| Prüfungsleistung | Schriftliche Ausarbeitung: Fallstudie |

| | | | | | |
|--------------------------------|------------------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------------------|------------------------|
| Zeitaufwand Studierende | | | | | |
| Selbststudium 110 h | Präsenzstudium 0 h | Tutorium 20 h | Selbstüberprüfung 20 h | Praxisanteil 0 h | Gesamt 150 h |

| | | |
|---|---|--|
| Lehrmethoden | | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® | <input type="checkbox"/> Repetitorium | <input type="checkbox"/> Sprint |
| <input checked="" type="checkbox"/> Skript | <input type="checkbox"/> Creative Lab | <input type="checkbox"/> Interaktive Lehrveranstaltung |
| <input type="checkbox"/> Vodcast | <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Shortcast | <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Audio | <input type="checkbox"/> Reader | |
| <input type="checkbox"/> Musterklausur | <input checked="" type="checkbox"/> Folien | |

DLBDBCMS01

Projekt: Schreibwerkstatt

Modulcode: DLBPRPPI

| | | | | |
|----------------------------------|--|---------------------|--------------------|---|
| Modultyp s. Curriculum | Zugangsvoraussetzungen keine | Niveau BA | ECTS n/a | Zeitaufwand Studierende 150 h |
|----------------------------------|--|---------------------|--------------------|---|

| | | | |
|----------------------------------|---|--|---|
| Semester s. Curriculum | Dauer Minimaldauer: 1 Semester | Regulär angeboten im WiSe/SoSe | Kurs- und Prüfungssprache Deutsch |
|----------------------------------|---|--|---|

Modulverantwortliche(r)

Prof. Dr. Laura Altendorfer (Projekt: Schreibwerkstatt)

Kurse im Modul

- Projekt: Schreibwerkstatt (DLBPRPPI01)

Art der Prüfung(en)

Modulprüfung

Studienformat: Fernstudium
Portfolio

Studienformat: Kombistudium
Portfolio

Teilmodulprüfung

Anteil der Modulnote an der Gesamtnote

s. Curriculum

Lehrinhalt des Moduls

Im Fokus dieses Moduls stehen die unterschiedlichen Textformen. Die Studierenden werden alle Kriterien im Einzelnen kennenlernen, nachvollziehen und anhand eines Beispielprojekts selbst Text-Projekte realisieren. Dabei wird ein besonderer Schwerpunkt auf die einzelnen Genres und ihre Einsatzfelder gelegt.

Qualifikationsziele des Moduls**Projekt: Schreibwerkstatt**

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Struktur von Texten zu durchdringen.
- Nachrichtenwerte zu erkennen und zu bewerten.
- die einzelnen Gattungen zu erkennen und ihre Kriterien zu benennen.
- anhand eines Beispielprojekts selbst zielgruppenadäquate Texte unterschiedlicher Genres zu verfassen.
- die unterschiedlichen Einsatzzwecke der verschiedenen Darstellungsformen zu verstehen und zuzuordnen.
- werbliche Texte von objektiven abgrenzen zu können.

Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang

Ist Grundlage für alle weiteren Module aus dem Bereich Public Relations Management

Bezüge zu anderen Studiengängen der Hochschule

Alle Bachelor-Programme im Bereich Marketing & Kommunikation

Projekt: Schreibwerkstatt

Kurscode: DLBPRPPMI01

| Niveau | Kurs- und Prüfungssprache | SWS | ECTS | Zugangsvoraussetzungen |
|--------|---------------------------|-----|------|------------------------|
| BA | Deutsch | | n/a | keine |

Beschreibung des Kurses

Die Studierenden werden in diesem Kurs eine praktische Einführung in das Themenfeld der Textproduktion erhalten. Neben der Vermittlung von zentralen Kenntnissen über die einzelnen Darstellungsformen und ihre Einsatzfelder steht die Beleuchtung der spezifischen Kriterien der einzelnen Genres im Fokus der Betrachtung und Analyse. Schließlich sollen die Studierenden befähigt werden, selbst Texte zu erstellen.

Kursziele

Nach erfolgreichem Abschluss sind die Studierenden in der Lage,

- die Struktur von Texten zu durchdringen.
- Nachrichtenwerte zu erkennen und zu bewerten.
- die einzelnen Gattungen zu erkennen und ihre Kriterien zu benennen.
- anhand eines Beispielprojekts selbst zielgruppenadäquate Texte unterschiedlicher Genres zu verfassen.
- die unterschiedlichen Einsatzzwecke der verschiedenen Darstellungsformen zu verstehen und zuzuordnen.
- werbliche Texte von objektiven abgrenzen zu können.

Kursinhalt

- Die Studierenden gewinnen praxisorientierte Kenntnisse im Verfassen von medien-spezifischen Texten, insbesondere mit Blick auf den zielgruppenadäquaten Einsatz der verschiedenen Genres. Sie lernen, die einzelnen Kriterien der unterschiedlichen Darstellungsformen selbstständig zu erkennen und zu analysieren sowie eigene Texte zu verfassen. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf dem journalistischen Schreiben und dem Verfassen von Pressemitteilungen unter Beachtung eines hohen Nachrichtenwerts. Dabei werden die Studierenden für Problemstellungen sensibilisiert und lernen, diese präventiv zu erkennen und selbstständig zu lösen.

Literatur**Pflichtliteratur****Weiterführende Literatur**

- Fasel, C. (2008): Textsorten. UVK, Konstanz.
- Hajnal, I./Item, F. (2019): Schreiben und Redigieren - auf den Punkt gebracht. Das Schreibtraining für Kommunikationsprofis. 4. Auflage, Springer VS, Wiesbaden.
- Kurz, J.(Hrsg.) (2010): Stilistik für Journalisten. 2. Auflage, Springer VS, Wiesbaden.
- Textor, A.M. (2015): Sag es treffender. Ein Handbuch mit über 67 000 Verweisen auf sinnverwandte Wörter und Ausdrücke. 15. Auflage, Ernst Heyer, Essen.

Studienformat Fernstudium

| | |
|-----------------------------------|---------------------------|
| Studienform Fernstudium | Kursart Projekt |
|-----------------------------------|---------------------------|

| | |
|--|--|
| Informationen zur Prüfung | |
| Prüfungszulassungsvoraussetzungen | BOLK: Nein Evaluation: Nein |
| Prüfungsleistung | Portfolio |

| | | | | | |
|--------------------------------|------------------------------|-------------------------|---------------------------------|----------------------------|------------------------|
| Zeitaufwand Studierende | | | | | |
| Selbststudium 120 h | Präsenzstudium 0 h | Tutorium 30 h | Selbstüberprüfung 0 h | Praxisanteil 0 h | Gesamt 150 h |

| | |
|---|---|
| Lehrmethoden | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur | <input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien |

Studienformat Kombistudium

| | |
|------------------------------------|---------------------------|
| Studienform Kombistudium | Kursart Projekt |
|------------------------------------|---------------------------|

| | |
|--|--|
| Informationen zur Prüfung | |
| Prüfungszulassungsvoraussetzungen | BOLK: Nein Evaluation: Nein |
| Prüfungsleistung | Portfolio |

| | | | | | |
|--------------------------------|------------------------------|-------------------------|---------------------------------|----------------------------|------------------------|
| Zeitaufwand Studierende | | | | | |
| Selbststudium 120 h | Präsenzstudium 0 h | Tutorium 30 h | Selbstüberprüfung 0 h | Praxisanteil 0 h | Gesamt 150 h |

| | |
|---|---|
| Lehrmethoden | |
| <input type="checkbox"/> Learning Sprints® <input type="checkbox"/> Skript <input type="checkbox"/> Vodcast <input type="checkbox"/> Shortcast <input type="checkbox"/> Audio <input type="checkbox"/> Musterklausur | <input type="checkbox"/> Repetitorium <input type="checkbox"/> Creative Lab <input checked="" type="checkbox"/> Prüfungsleitfaden <input type="checkbox"/> Live Tutorium/Course Feed <input checked="" type="checkbox"/> Folien |