

Modulhandbuch

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

Studienabschnitte:

Berufsorientiertes Studium

Profilvertiefung

Gültig für Studienanfänger/innen: Wintersemester 2024/25 bis aktuell



**Deutsche
Sporthochschule Köln**
German Sport University Cologne

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

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

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

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

Konkret formuliert können die Absolvent/-innen

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

Modul:	Grundlagen journalistischer Kommunikation
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2024/2025

Modultitel (Englisch)	Fundamentals of Journalistic Communication
Kurzbezeichnung	SPJ1
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	2. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	300 / 10
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	<p>a) Grundlagen der textuellen Kommunikation 2.0/ 30/ 40/ 2/ SE/ deutsch/ ja</p> <p>b) Grundlagen der visuellen Kommunikation 2.0/ 30/ 40/ 2/ SE/ deutsch/ ja</p> <p>c) Schreib- und Medienwerkstatt 2.0/ 30/ 60/ 2/ SE/ deutsch/ ja</p> <p>d) Recherche und Themenfindung 2.0/ 30/ 40/ 2/ SE/ deutsch/ ja</p>
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>Die Studierenden verfügen über Kenntnisse zu den grundlegenden Aspekten journalistischer Kommunikation. Sie können zudem die Unterschiede und Spezifika textueller und visueller Kommunikation benennen und erkennen sowie Besonderheiten sportbezogener Kommunikation analysieren und reflektieren.</p> <p>Die erworbenen Kenntnisse versetzen die Studierenden in die Lage, die Journalistik-Forschung sowie die aktuelle journalistische Praxis zu reflektieren und die wesentlichen Grundlagen journalistischer Kommunikation benennen, verstehen und angemessen anwenden zu können. Zudem erhalten die Studierenden einen grundlegenden Einblick in die verschiedenen Arbeitsfelder des Printjournalismus. Sie erlangen die Fähigkeit, medienspezifische Produktionsbedingungen und Abläufe des textbasierten Journalismus, die dort angewandten journalistischen Darstellungsformen sowie visuelle Aspekte des Journalismus und grundlegende Aspekte der Recherche und Themenfindung zu erläutern und in eigenen Umsetzungen anzuwenden. Diesbezüglich erlangen die Studierenden grundlegend die Fähigkeit, eigene Wissenslücken zu erkennen und zu schließen und werden zudem insbesondere in die Lage versetzt, strukturiert und effizient auf ein Ziel hinzuarbeiten, journalistische Schreib- und Recherchekompetenz zu entwickeln, Bilder auszuwählen und zu gestalten sowie auch unter Druck eigenverantwortlich sowie im Team zu arbeiten.</p>
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Grundlagen der textuellen Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen textueller Kommunikation und journalistischer Darstellung

	<ul style="list-style-type: none">• Textuelle Kommunikation im crossmedialen Verwertungszusammenhang• Grundlagen, Entwicklungen und Rahmenbedingungen des Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus• Nachrichtenproduktion und Verarbeitungsmuster im redaktionellen Kontext• Berufsfeld Sportjournalismus im Sektor Print/Text• Spezifika des Sportjournalismus im Sektor Print/Text <p>b) Grundlagen der visuellen Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none">• Grundlagen der visuellen Kommunikation• Entwicklungen und Rahmenbedingungen audiovisueller Mediendienste• Gesellschaftliche Bedeutung visueller Kommunikationsformen• Sportspezifische visuelle Kommunikation in sozialen Netzwerken• Berufsbild und Selbstverständnis von Sportfotografen und Agenturen• Ästhetische Techniken und Visual Storytelling• Technische Grundlagen visueller Kommunikation und digitaler Sportfotografie <p>c) Schreib- und Medienwerkstatt</p> <ul style="list-style-type: none">• Verfassen und Redigieren von Texten in unterschiedlichen Darstellungsformen• Interviews führen• Recherche, Dokumentation und Präsentation von Texten• Produktionsabläufe im Printjournalismus• Beispielhafte Umsetzung eines Projektes <p>a) Recherche und Themenfindung</p> <ul style="list-style-type: none">• Begriff, Theorie und Systematik des Recherchierens• Erweiterte Methoden, Techniken, Verfahren und Organisationsformen der Recherche• Entwicklung von Themen• Spezifische Aspekte der Themenfindung im Ressort Sport• Computergestützte Recherche• Umgang mit Quellen und Informanten• Rechtliche und ethische Rahmenbedingungen der Recherche• Investigative Recherche• Aufarbeitung sportspezifischer Fallbeispiele
--	--

	<p>komplexer Recherchen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und Ausarbeitung eines eigenen Themenansatzes • Umsetzung eines eigenen Rechercheprojekts
Lehr- und Lernmethoden	Seminar mit Gruppen-, Kleingruppen- und Partnerarbeit sowie unterschiedlichen Arbeits- und Präsentationsformen, Projektarbeit
Empfohlene Literatur	<p>Weischenberg, S. (2004). Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Bd 1-2. Opladen: Westdeutscher Verlag.</p> <p>Schierl, T. (2008): Die Visualisierung des Sports in den Medien. 2., überarbeitete Auflage. Köln: Herbert von Halem.</p> <p>Wolff, V. (2011): Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus. Konstanz: UVK.</p> <p>Hooffacker, G., & . Meier, K. (2017): La Roches Einführung in den praktischen Journalismus. Berlin: Springer VS.</p> <p>Haller, Michael (2017): Methodisches Recherchieren. Konstanz: UVK.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	90-minütige Recherche-Klausur nach vorheriger dreitägiger journalistischer Recherche zu einem vorgegeben Thema
Gewichtung der Modulnote	100 %
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten

Modul: Grundlagen der Kommunikations- und Medienforschung
Studiengang: B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt: Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab: Wintersemester 2019/20

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



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

Änderungen vorbehalten

Modul:	Audiovisuelle Kommunikation
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2020/2021

Modultitel (Englisch)	Audiovisual Communication
Kurzbezeichnung	SPJ3
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	3. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	270 / 9
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	<p>a) Grundlagen der audiovisuellen Kommunikation 2.0/ 30/ 30/ 3/ SE/ deutsch/ ja</p> <p>b) Bewegtbild-Produktion 2.0/ 30/ 30/ 3/ SE/ deutsch/ ja</p> <p>c) Audioproduktion 2.0/ 30/ 60/ 3/ SE/ deutsch/ ja</p> <p>d) Sprache und Sprechen 2.0/ 30/ 30/ 3/ ÜB/ deutsch/ ja</p>
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>Die Studierenden lernen die wichtigsten Aspekte audiovisueller Kommunikation und ihre Spezifika im Ressort Sport kennen und setzen diese beispielhaft praktisch um. Des Weiteren arbeiten sie den aktuellen Forschungsstand auf.</p> <p>Die Studierenden erhalten von Grund auf Einblick in medienspezifische Produktionsbedingungen und Abläufe des audiovisuellen Journalismus. Dies befähigt sie, die aktuelle Situation auf dem Mediensektor zu erfassen und zu verstehen.</p> <p>Zentral ist hierbei die praktische Anwendung aller zur Verfügung stehenden journalistischen Instrumente, die dazu dienen, eigenständige Beiträge im Bereich Audioproduktion und Bewegtbild-Produktion zu planen und zu realisieren. Im weiteren Verlauf kommen diese Fertigkeiten auch in fortgeschrittenen und komplexeren Anwendungsgebieten zum Einsatz und werden in Teamarbeit umgesetzt.</p> <p>Die für die Journalismus-Forschung im Bereich der AV-Medien zu erarbeitenden relevanten Ansätze sowie Kenntnisse der Grundlagen der audiovisuellen Kommunikation des Sports versetzen die Studierenden in die Lage, sowohl die Forschung als auch die aktuellen Transformationen journalistischer Praxis kritisch zu reflektieren.</p>
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Grundlagen der audiovisuellen Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklungen und Rahmenbedingungen audiovisueller Mediendienste • Spezifika des audiovisuellen Sportjournalismus • Journalistische Darstellungsformen • Berufsfeld Sportjournalismus im audiovisuellen

	<p>Sektor</p> <p>b) Bewegtbild-Produktion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technische Verfahren der Bewegtbild-Produktion für verschiedene Plattformen und Ausspielkanäle • Produktion und Verarbeitungsmuster von Bewegtbild-Formaten im redaktionellen Kontext • Praktiken der Interviewführung und Moderation <p>c) Audioproduktion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technische Grundlagen der Hörfunk-Produktion • Redaktionelle Bedingungen des Herstellens und Verarbeitens von Hörfunk-Beiträgen • Vertonen und Einsprechen von Beiträgen/Kommentaren • Aufzeichnen und Auswählen von O-Tönen • Interviews führen • Besonderheiten der Live-Berichterstattung im Hörfunk • Podcasting <p>d) Sprache und Sprechen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sprech- und Sprachübungen • Stimmtraining • Grundlagen der Rhetorik • Spezifika des Sprechens für die Vertonung • Sportsprache im Rundfunk
<p>Lehr- und Lernmethoden</p>	<p>Seminar mit Gruppen-, Kleingruppen- und Partnerarbeit sowie unterschiedlichen Arbeits-, Übungs- und Präsentationsformen</p>
<p>Empfohlene Literatur</p>	<p>Hooffacker, G. & Meier, K. (Hrsg.) (2017): La Roches Einführung in den praktischen Journalismus. 20., neu bearbeitete Aufl. Wiesbaden: Springer.</p> <p>La Roche, W. & Buchholz, A. (Hrsg.) (2017): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 11. Aufl., auch zu crossmedialem Arbeiten und Podcasting. Wiesbaden: Springer.</p> <p>Buchholz, A. & Schult, G. (Hrsg.) (2016): Fernseh-Journalismus: Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 9. Aufl. Wiesbaden: Springer.</p> <p>Kobré, K. (2012): Videojournalismus. Multimedia Storytelling. New York, London: Focal Press.</p> <p>Bözl, M. (2018): Sportjournalistik. Wiesbaden: Springer.</p>



	Rossié, M. (2017): Sprechertraining: Texte präsentieren in Radio, Fernsehen und vor Publikum. 8., bearbeitete Aufl. Wiesbaden: Springer.
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	Projektarbeit in Form eines Bewegtbild- und Audiobeitrages
Gewichtung der Modulnote	100 %
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten

Modul:	Digitale Kommunikation
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2020/2021

Modultitel (Englisch)	Digital Communication
Kurzbezeichnung	SPJ4
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	4. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	240 / 8
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	<p>a) Grundlagen der Online-Kommunikation 2.0/ 30/ 50/ 4/ SE/ deutsch/ ja</p> <p>b) Social Media 2.0/ 30/ 50/ 4/ SE/ deutsch/ ja</p> <p>c) Multimedia 2.0/ 30/ 50/ 4/ SE/ deutsch/ ja</p>
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>In diesem Modul übertragen die Studierenden ihre bisher erworbenen journalistischen Basiskenntnisse auf den Online-Bereich. Zum einen erhalten sie einen Überblick über zentrale theoretische Ansätze zur Analyse computervermittelter Kommunikation und Modelle digitaler Öffentlichkeit. Zum anderen vermittelt das Modul ein anwendungsorientiertes Wissen hinsichtlich der journalistischen – textlichen und audiovisuellen, interaktiven – Aufbereitung von Content. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, webspezifische Such- und Recherchestrategien zu nutzen und ihre Ergebnisse einzuordnen und zu bewerten. Im Hinblick auf die Besonderheiten der Struktur von Online-Redaktionen lernen sie, eigenständig Abläufe und Zuständigkeiten zu konzipieren, die Arbeit in Teams zu organisieren und hierfür verschiedene Kommunikationstechniken gewinnbringend einzusetzen. Darüber hinaus werden sie mit der Funktionsweise von Datenbanken sowie den technischen Grundlagen des Internets vertraut gemacht und im Umgang mit (Web-)Content-Management-Systemen geschult, um eigene journalistische Beiträge zu publizieren.</p>
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Grundlagen der Online-Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Computervermittelte Kommunikation • Modelle digitaler Öffentlichkeit • Qualität journalistischer Inhalte im Internet • Partizipativer Journalismus • Ethik im Online-Journalismus • Fakes und Fälschungen <p>b) Social Media</p> <ul style="list-style-type: none"> • Funktionen digitaler Kommunikationskanäle

	<ul style="list-style-type: none"> • Redaktionsorganisation • Kollaboratives Schreiben • Wissensmanagement • Modularisierung und Vernetzung von Organisationen • Cross Media/Social Media Publishing • (Web-)Content Management Systeme <p>c) Multimedia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Online-Recherche • Journalistische Darstellungsformen im Internet • Storytelling multimedial und interaktiv • Technische Grundlagen der Online-Kommunikation • Datenformate im Internet
Lehr- und Lernmethoden	Referate / Präsentationen, praktische Übungen, Gruppenarbeit
Empfohlene Literatur	<p>Fraas, C., Meier, S. & Pentzold, C. (2012): <i>Online-Kommunikation. Grundlagen, Praxisfelder und Methoden</i>. München: Oldenbourg.</p> <p>Matzen, N. (2014): <i>Onlinejournalismus</i> (3. Aufl.). Konstanz: UVK.</p> <p>Misoch, S. (2006): <i>Online-Kommunikation</i>. Konstanz: UVK.</p> <p>Scherfer, K. (Hrsg.) (2010): <i>Webwissenschaft. Eine Einführung</i> (2. Aufl.) Münster: Lit.</p> <p>Schweiger, W. & Beck, K. (Hrsg.) (2010): <i>Handbuch Online-Kommunikation</i>. Wiesbaden: VS.</p> <p>Sydow, J. & Windeler, A. (Hrsg.) (2004): <i>Organisation der Content-Produktion</i>. Wiesbaden: VS.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	60-minütige Klausur
Gewichtung der Modulnote	100 %
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Modul:	Aspekte der Sportkommunikation
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Profilvertiefung
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2020/2021

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

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

Änderungen vorbehalten

Modul:	Marketing
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2023/24

Modultitel (Englisch)	Marketing
Kurzbezeichnung	SPJ6
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	4. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	210 h / 7
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	<p>a) Einführung in das Marketing 2.0/30 h/120 h/4. FS/VL/deutsch/nein</p> <p>b) Kommunikationspolitik 1.0/15 h/45 h/4. FS/SE/deutsch/nein</p>
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>a) Die Studierenden können Grundbegriffe, Konzepte, Methoden und Instrumente des Marketings als Teilgebiet der BWL und zentrale Aufgabe des Managements von Organisationen benennen. Sie können die Funktion, die Bedeutung und das Grundverständnis von Marketing als markt- und kundenorientierte Denkhaltung sowie dessen vielfältiges Aufgabenspektrum, deren Kern eine zielorientierte Gestaltung der Austausch- und Leistungsbeziehungen zwischen Organisation und Umwelt bzw. zu deren relevanten Stakeholder-Gruppen bildet, beschreiben.</p> <p>Die Studierenden können den Aufbau und Ablauf des Marketingmanagementprozesses und ausgewählten Erkenntnissen und Ergebnissen der Konsumverhaltensforschung beschreiben. Sie können die in den verschiedenen Aufgabenfeldern des Marketings (Situationsanalyse, Strategieentwicklung, Produkt-, Preis-, Distributions- und Kommunikationspolitik) relevanten Entscheidungstatbestände und Handlungsoptionen, sowie die wichtigsten der hierfür bereit stehenden Konzepte, Methoden und Instrumente benennen und kritisch reflektieren. Insbesondere können Studierende einschätzen und beurteilen, welche Potentiale und Grenzen sowie Vor- und Nachteile mit dem Einsatz verschiedener „tools“ und Techniken bzw. Instrumente des Marketings verbunden sind und an welche Bedingungen und Voraussetzungen ihr erfolgreicher Einsatz geknüpft ist.</p> <p>b) Die Studierenden können das Leitkonzept integrierter Kommunikation beschreiben und auf dieser Grundlage das kommunikative Handeln von Unternehmen und anderen Organisationen im Sport analysieren. Die Studierenden sind in die Lage, die theoretischen Inhalte auf das kommunikative Handeln von Organisationen anzuwenden.</p> <p>Die Studierenden können die Spezifika und Einsatzbereiche verschiedener Kommunikationsinstrumente benennen. und eine Strategie für deren Anwendung entwickeln. Sie können Kommunikationsmaßnahmen in konkreten Kontexten diskutieren und bewerten</p>

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

Modulbeschreibung



Deutsche
Sporthochschule Köln
German Sport University Cologne

	Studium (inkl. Profilvertiefung)
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten



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

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

Änderungen vorbehalten

Modul:	Forschungsmethoden
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2023/2024

Modultitel (Englisch)	Methodology
Kurzbezeichnung	SPJ8
Studiensemester	4. FS / 1
Studiendauer (Semester)	210 / 7
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	<p>a) Methoden der empirischen Kommunikationsforschung (Datenerhebungsverfahren) 2.0/ 30/ 60/ 4/ SE/ deutsch/ ja</p> <p>b) Statistik 2.0/ 30/ 90/ 4/ SE/ deutsch/ ja</p>
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>In diesem Modul lernen die Studierenden die in SQ3 erworbenen Methodenkompetenzen im Bereich der Kommunikationswissenschaften insbesondere im Bereich des Sportjournalismus anzuwenden.</p> <p>Das Wissen über qualitative und quantitative Datenerhebungsmethoden wird auf ein konkretes Problem übertragen. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Vor- und Nachteile der ausgewählten Methoden im konkreten Fall zu analysieren und kritisch zu vergleichen.</p> <p>In Bezug auf die Analyse empirischer Daten vertiefen die Studierenden den Umgang mit empirischen Daten, auch für den Bereich des Datenjournalismus. Sie werden in die Lage versetzt, angemessene Maßzahlen zur Beschreibung von Verteilungen der unterschiedlichen Messniveaus zu bestimmen, zu interpretieren und diese grafisch sowie textlich für die Berichterstattung aufzubereiten. Zudem wenden die Studierenden inferenzstatistische Verfahren an forschungsbezogenen Daten aus der KW bzw. des Sportjournalismus an. Sie erlangen die Fähigkeit, forschungsbezogene Auswertungen angemessen zu interpretieren und grafisch sowie textlich zu beschreiben.</p>
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Methoden des empirischen Kommunikationsforschung (Datenerhebungsverfahren)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausgewählte Methoden der Befragung von Individuen als qualitatives Vorgehen (Narratives Interview, Tiefeninterview, Leitfadeninterview) • Ausgewählte Methoden der Befragung von Gruppen als qualitatives Vorgehen (Gruppendiskussion, Focus Groups) • Primäre und sekundäre Inhaltsanalyse • Medienresonanzanalyse • Ausgewählte quantitative Erhebungsmethoden in der

	<p>Kommunikationswissenschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • Big Data als Herausforderung an Erhebungsmethoden <p>b) Statistik</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maße der zentralen Tendenz • Streuungsmaße • Grafische Aufbereitung deskriptiver Daten • Datenjournalismus • Inferenzstatistische Verfahren • Hypothesentests
Lehr- und Lernmethoden	Gruppen-, Kleingruppen- und Partnerarbeit sowie unterschiedlichen Arbeits- und Übungsformen
Empfohlene Literatur	<p>Brosius, H.-B., Haas, A. & Koschel, F. (2016): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung: Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Brüsemeister, T. (2019): Qualitative Forschung. Ein Überblick. Wiesbaden: Wiesbaden: VS (2. Aufl.).</p> <p>Meyen M., Löblich, M., Pfaff-Rüdiger, S. & Riesmeyer, C. (2011): Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.</p> <p>Kuckartz, U., Rädiker, S., Ebert, T. & Schehl, J. (2013): Statistik. Eine verständliche Einführung. Wiesbaden: Springer.</p> <p>Nussbaumer Knaflic, C. (2017): Storytelling mit Daten. Die Grundlagen der effektiven Kommunikation und Visualisierung mit Daten. München: Franz Vahlen.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	90-minütige Klausur
Gewichtung der Modulnote	100 %
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten

Modul:	Praktikumsvor- und -nachbereitung
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2023/2024

Modultitel (Englisch)	Planning and Evaluation of Internship
Kurzbezeichnung	SPJ9
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	3. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	60 / 2
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	Praktikumsvor- und -nachbereitung 1.0/15 h/45 h/3. FS/SE/deutsch/ja
Kompetenzorientierte Lernziele	Die Studierenden erwerben arbeitsmarkt- und berufsbezogenes Orientierungswissen und werden somit in die Lage versetzt, den Praktikumsmarkt und seine Anforderungen zu überblicken. Sie werden befähigt, sich selbstständig und zielgerichtet auf geeignete Stellen zu bewerben. Zudem erhalten sie Anreize, ihr Handeln und ihre Rolle im Praktikum zu reflektieren und zu bewerten.
Zentrale Inhaltsbereiche	<ul style="list-style-type: none"> • Informationsquellen und Möglichkeiten der Informationsbeschaffung über Praktikumsplatzanbieter bzw. -angebote • Bewerbungsformen, -unterlagen und -strategien, Bewerbungsgespräche • Bewertungs- und Auswahlkriterien für Praktikumsplatzangebote, • Gestaltung des Praktikumsverlaufs (typische Probleme, Lösungen etc.) • Praktika im Ausland • Erfahrungsberichte von Studierenden mit abgeschlossenem Praktikum mit anschließender Diskussion
Lehr- und Lernmethoden	Präsentation und Diskussion
Empfohlene Literatur	
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	Keine Prüfung
Gewichtung der Modulnote	
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten

Modul:	Public Relations
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2020/2021

Modultitel (Englisch)	Public Relations
Kurzbezeichnung	SPJ10.1
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	5. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	180 / 6
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	<p>a) Öffentlichkeitsarbeit 2.0/ 30/ 30/ 5/ SE/ deutsch/ ja</p> <p>b) Mediengestaltung 2.0/ 30/ 30/ 5/ SE/ deutsch/ ja</p> <p>c) Media 2.0/ 30/ 30/ 5/ SE/ deutsch/ ja</p>
Kompetenzorientierte Lernziele	<p>Die Studierenden sind in der Lage, Public Relations als Teilsystem des publizistischen Systems einer Gesellschaft einzuordnen und von anderen Disziplinen abzugrenzen. Sie kennen die wichtigsten theoretischen Grundlagen und Ansätze von Public Relations und können diese auf ausgewählte Fragestellungen der Unternehmenskommunikation übertragen.</p> <p>Entsprechende Kommunikationskonzepte werden von den Studierenden sowohl aus wissenschaftlicher als auch aus praktischer Perspektive bewertet und zielorientiert erarbeitet. Hierfür lernen sie zentrale Methoden der Planung, Gestaltungsmöglichkeiten sowie geeignete Kanäle zur Umsetzung kennen.</p>
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Öffentlichkeitsarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und Geschichte der PR • Abgrenzung zu Werbung, Marketing und Journalismus • Theorien und Instrumente der Unternehmenskommunikation • Stakeholder-Management und integrierte Kommunikation • Strategie und Planung • Ausgewählte Handlungsfelder (v.a. mit Schwerpunkt Krisenkommunikation) • Berufsfeldentwicklung und -perspektiven <p>b) Mediengestaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einführung in die Grundlagen der Mediengestaltung • Gestaltungstheorien, -gesetze und -lehren • Medienanalyse und Medienvergleich • Methoden und Instrumente der Konzeptionstechnik • Analyse und Wirkungsweise von Kampagnen • Grafik/Print: Grundlagen und Anwendungsgebiete

	<ul style="list-style-type: none"> Film/Video: Narration, Dramaturgie <p>c) Media</p> <ul style="list-style-type: none"> Grundlagen der Mediaforschung Werbliche Rezeptionsforschung Grundbegriffe und Methoden der Mediaplanung Strategische Auswahl und Besonderheiten verschiedener Werbemedien Inter-Mediaselektion und Intra-Mediaselektion Wirkungsweise einzelner Werbemedien – von klassisch bis online Budgetierung und Evaluation
Lehr- und Lernmethoden	Interaktiver Vortrag, Fallbeispiele, aktivierende Partner-/Gruppenarbeit, Projektarbeit und Ergebnispräsentation, Reflexion und Diskussion
Empfohlene Literatur	<p>Bentele, G., Fröhlich, R. & Szyska, P. (2015): <i>Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln</i>. Wiesbaden: VS.</p> <p>Frey-Vor, G., Giegert, G. & Stiehler, H.J. (2008): <i>Mediaforschung</i>. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.</p> <p>Mast, M. (2018). <i>Unternehmenskommunikation, 7., überarbeitete und erweiterte Auflage</i>. Konstanz: UVK.</p> <p>Radtko, S.P., Pisani, P. & Wolters, W. (2013): <i>Handbuch visuelle Mediengestaltung</i>. Berlin: Cornelsen.</p> <p>Schellmann, B., Baumann, A., Gläser, M. & Kegel, T. (2017): <i>Handbuch Medien – Medien verstehen, gestalten, produzieren</i>. Haan-Gruiten: Europa-Lehrmittel.</p> <p>Unger, F., Fuchs, W. & Burkard, M. (2013): <i>Mediaplanung – Methodische Grundlagen und praktische Anwendungen</i>. Berlin: Springer.</p>
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	15-seitige Dokumentation
Gewichtung der Modulnote	100 %
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Modul: Medienwirtschaft
Studiengang: B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt: Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab: Wintersemester 2022/23

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

	bewerten.
Zentrale Inhaltsbereiche	<p>a) Sportwerbung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Geschichte des Markenartikels und der Markenwerbung • Werbung als Marketinginstrument • Veränderte Kommunikationsbedingungen und Marktverhältnisse • Werbung für und mit dem Sport • Vergleich von Werbung, Sponsoring und PR sowie integrative Ansätze • Die Aufgabe von Markenpolitik in übersättigten Märkten • Wertewandel: Erlebniswelten und Selbstinszenierungen • Wirkungen und Möglichkeiten kommerzieller Kommunikation • Spezifische Aufgaben und Wirkungen der Werbung im Sport • Machbarkeit und Grenzen • Werbung und Gesellschaft • Erstellung von Präsentationen eigenständig entwickelter Werbestrategien <p>b) Ausgewählte Felder der Medienökonomie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundfragen der Medienökonomie (Bestimmung des Gegenstandes, wissenschaftliche Verortung) • Das Mediensystem • Der Mediensektor (Volumen, Strukturen, Funktionen, gesamtwirtschaftliche Bedeutung) • Konzepte der ökonomischen Analyse des Mediensektors • Kommunikations- und Medienmärkte • Sport als Medieninhalt (Sportrechte) • Medienproduktion im Schnittfeld zwischen Ökonomie und Medienpolitik • Struktur der Medienmärkte • Medienkonzentration • Regulierung und Liberalisierung • Digitalisierung und Konvergenz • Internationalisierung und Globalisierung • Medienökonomie und Medienkultur (Medien als Wirtschafts- und Kulturgut) • Wandel des Mediensystems • Eigenständig moderierte Diskussionen verschiedener Probleme der Medienökonomie <p>c) Ausgewählte Felder der Medienwirtschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Medienmanagements • Besonderheit von Medienmärkten • Wertschöpfungsstrukturen, Geschäfts- und Erlösmodelle • Strategisches Medienmanagement • Beschaffungsmanagement bei Medien



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

Änderungen vorbehalten

Modul: Medienangebote und -wirkungen

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

Studienabschnitt: Berufsorientiertes Studium

Gültig für Studienanfänger/innen ab: Wintersemester 2022/23

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



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

Modul:	Praktikum
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2020/2021

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

	<p>Studienfinanzierung (auch wenn diese einen Sportbezug aufweisen, z.B. Verkaufshilfe im Sportfachgeschäft, studentische Hilfskraft an der Sporthochschule)</p> <ul style="list-style-type: none">• rein kaufmännische berufliche Tätigkeiten/ Büroarbeiten vor oder während des Studiums ohne Sportbezug• kaufmännische Berufsausbildungen• ehrenamtliche Tätigkeiten
Lehr- und Lernmethoden	
Empfohlene Literatur	
Modulart	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Das Praktikum sollte in der zweiten Hälfte des Studiums, d.h. frühestens nach dem dritten Semester abgeleistet werden.
Lernerfolgskontrolle	
Prüfungsleistung	Keine Prüfung
Gewichtung der Modulnote	
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten

Modul:	Thesis
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2020/2021

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

Änderungen vorbehalten

Modul:	Wissenschaftliches Projekt
Studiengang:	B.A. Sportjournalismus (B.A. SPJ)
Studienabschnitt:	Berufsorientiertes Studium
Gültig für Studienanfänger/innen ab:	Wintersemester 2020/2021

Modultitel (Englisch)	Research Projekt
Kurzbezeichnung	SPJ13
Studiensemester / Studiendauer (Semester)	5. FS / 1
Workload gesamt (h) / ECTS-Punkte gesamt	180 / 6
Lehrveranstaltungen des Moduls Titel SWS/Kontaktzeit (h)/Selbststudium(h) Studiensemester/Art/Veranstaltungssprache/ Anwesenheitspflicht	a) Forschungsprojekt I 4.0/ 60/ 60/ 5/ SE/ deutsch/ ja b) Forschungsprojekt II 2.0/ 30/ 30/ 5/ SE/ deutsch/ ja
Kompetenzorientierte Lernziele	Das Forschungsseminar vermittelt den Studierenden erste Erfahrungen in der Organisation und Durchführung eines empirischen Forschungsprojektes im Bereich der Kommunikationswissenschaft/Journalismus-Forschung. Zu erlernende Kernkompetenzen sind hierbei die Organisation, Analyse und Präsentation von komplexen wissenschaftlichen Fragestellungen innerhalb eines realen empirischen Projekts. Es können sowohl Projekte aus dem akademischen als auch aus dem wirtschaftlichen Umfeld unter Anleitung durchgeführt werden. Zentrale Kompetenzen, die durch die Veranstaltung vermittelt sowie erlernt werden sollen, sind strukturiertes Arbeiten, analytisches Denken, wissenschaftliche Schreib- und Methodenkompetenz, Kreativität, Selbstreflexion, Kritikfähigkeit sowie Teamarbeit.
Zentrale Inhaltsbereiche	<ul style="list-style-type: none"> • Themenfindung und Forschungsfragen • Theoriebildung • Operationalisierung theoretischer Konstrukte • Konstruktion eines Erhebungsinstruments • Durchführung einer Erhebung • Analyse der erhobenen Daten • Präsentation/Dokumentation der Ergebnisse
Lehr- und Lernmethoden	Gruppen-, Kleingruppen- und Partnerarbeit sowie unterschiedlichen Arbeits- und Übungsformen
Empfohlene Literatur	Dahinden, U., Sturzenegger, S. & Neuron, A. (2014): Wissenschaftliches Arbeiten in der Kommunikationswissenschaft. Bern: Haupt Verlag. Brosius, H.B., Koschel, F. & Haas, A. (2016): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. 4. Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
Modulart	Pflicht
Teilnahme- bzw. Zulassungsvoraussetzungen	Siehe Übersicht Voraussetzungen
Lernerfolgskontrolle	Lernerfolgskontrollen finden statt. Die konkreten Angaben

	dazu werden zu Beginn des Semesters in den Veranstaltungen bekannt gegeben.
Prüfungsleistung	30-minütige mündliche Gruppenprüfung zum gewählten Forschungsansatz
Gewichtung der Modulnote	
Modulbeauftragte/r	Siehe Übersicht Modulbeauftragte

Änderungen vorbehalten