

erstitag

medienkommunikation

Julius-Maximilians-

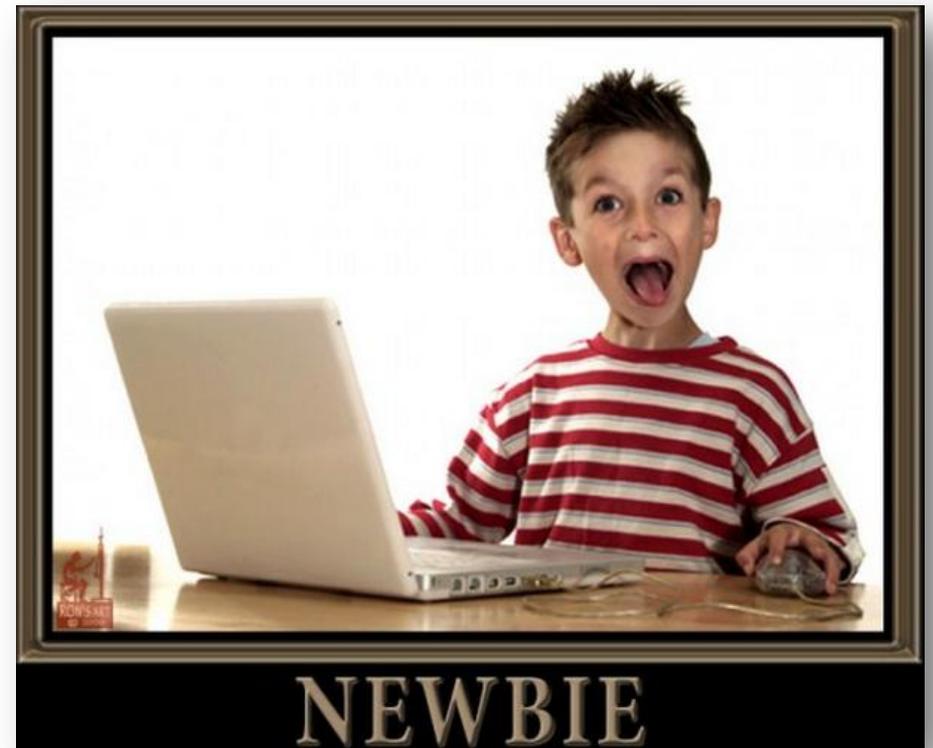
**UNIVERSITÄT
WÜRZBURG**

Institut mensch-computer-medien

begrüßung

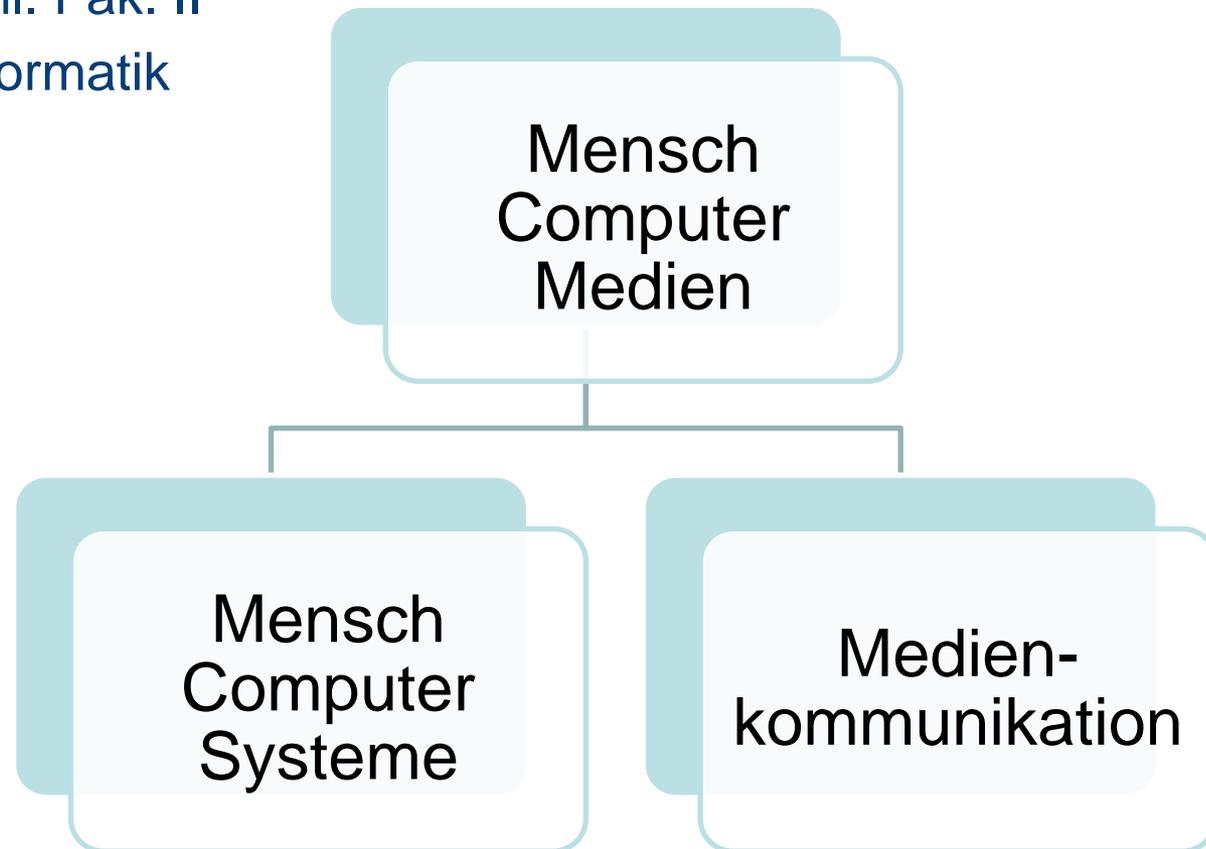
Begrüßung durch den geschäftsführenden Vorstand

- Herzlich Willkommen
- Herzlichen Glückwunsch

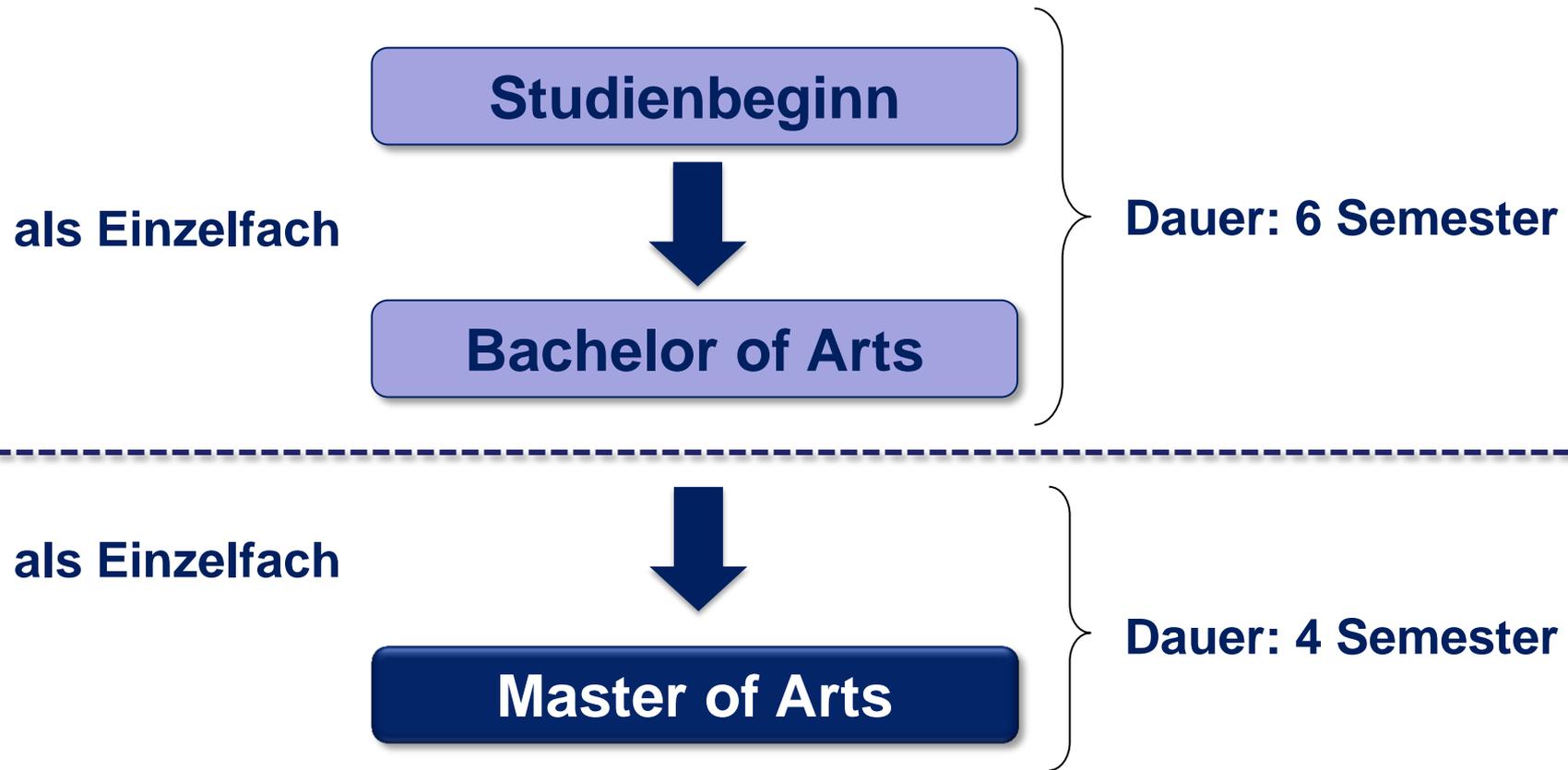


Das Institut

- Interdisziplinär
- Interfakultativ
 - Phil. Fak. II
 - Informatik



Aufbau des Studiums Medienkommunikation



Medienkommunikation

Das Fach Medienkommunikation beschäftigt sich mit Kommunikation, die durch klassische Medien wie Presse, Radio, Fernsehen, aber auch durch Neue Medien (Onlinekommunikation, Mobilkommunikation, VR etc.) hergestellt wird.



Zentraler Forschungsgegenstand

Bedingungen, Gestaltung, Nutzung und Auswirkungen von Kommunikation und Information in der modernen Mediengesellschaft unter Berücksichtigung aller daran beteiligten Akteure, Organisationen und Institutionen sowie der diese beeinflussenden Faktoren und Prozesse.



Der Studienverlaufsplan (Stand: 8. August 2011)

						SWS	ECTS
	Medien- & Kommwiss. I	Methoden I	Medienprod/Analyse I	Medienpsychologie I	SQ		
1	4 SWS	2 SWS	4 SWS	6 SWS	2 SWS	18	
	8 ECTS	4 ECTS	6 ECTS	12 ECTS	2 ECTS		32
	Medien- & Kommwiss. II	Methoden I	Medienprod/Analyse II	Medienpsychologie II			
2	4 SWS	6 SWS	2 SWS	4 SWS		16	
	6 ECTS	6 ECTS	6 ECTS	10 ECTS			28
	Instruktionspsychologie I	Methoden II	Medieninformatik I		SQ		
3	6 SWS	6 SWS	4 SWS		4 SWS	20	
	10 ECTS	6 ECTS	6 ECTS		8 ECTS		30
	Instruktionspsychologie II	Methoden II	Medieninformatik II	Vertiefung I			
4	6 SWS	2 SWS	4 SWS	4 SWS		16	
	10 ECTS	4 ECTS	6 ECTS	10 ECTS			30
	Wirtschaft, Markt, Medien I	Praxis		Vertiefung II			
5	4 SWS	4 SWS		4 SWS		12	
	10 ECTS	10 ECTS		10 ECTS			30
	Wirtschaft, Markt, Medien II	Praktikum			Thesis		
6	4 SWS	0 SWS			0 SWS	4	
	8 ECTS	10 ECTS			12 ECTS		30
						86	180



Überblick

- Begrüßung
- Mensch Computer Medien
- Instruktionspsychologie und Neue Medien
- Medien- und Wirtschaftskommunikation
- Medienpsychologie
- Medieninformatik
- Studieren
- Fragen
- Die Fachschaftsinitiative übernimmt

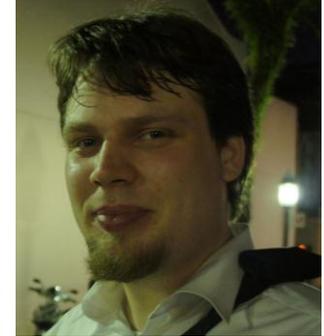
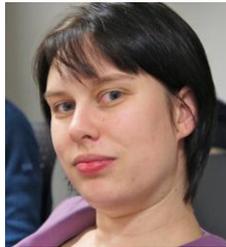


Der Nachbarstudiengang im Institut MCM: mensch – computer – systeme

Das Team

- Mensch-Computer-Interaktion

Prof. Dr. Marc Erich Latoschik, Dennis Wiebusch, Martin Fischbach, Anke Giebler-Schubert, Stefan Rehfeld, Lara Luttmer, Christian Treffs



- Psychologische Ergonomie
(Vertretung)

- Prof. Dr. Jörn Hurtienne
- Dr. Andreas Pusch



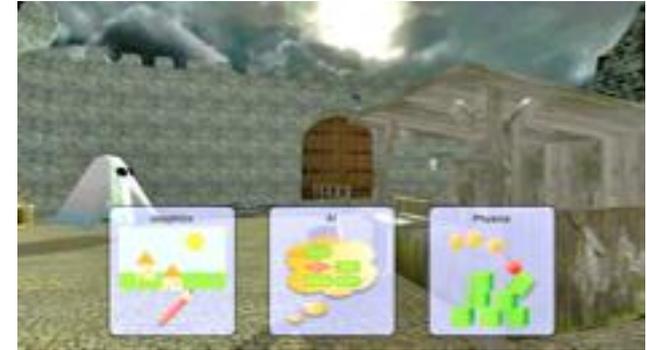
Unsere Lehre

- Mensch-Computer-Interaktion
 - Mensch-Computer-Interaktion
 - Interaktive Computergraphik
 - Game Development
 - Multimodale Schnittstellen
 - Softwarequalität
 - Interaktive Künstliche Intelligenz
- Psychologische Ergonomie (Vertretung)
 - Human Factors in technischen Systemen
 - Usability und Software-Ergonomie
 - Kundenzufriedenheitsmessung



Unsere Forschung

- Mensch-Computer-Interaktion
 - Intuitive Intelligente Benutzerschnittstellen
 - Joy of use



- Psychologische Ergonomie (Vertretung)
 - Gestaltung intuitiver Benutzung
 - Psychologie der Wissensarbeit

Instruktionspsychologie und Neue Medien







Alle Rechte bei Johannes Artl / www.johannesartl.com





Unsere Forschungsfragen

- Was und wie lernen Menschen mit Neuen Medien?
- Verbessern Neue Medien die Lehre/Ausbildung?
- Was ist der „Mehrwert“ von neuen Lehr-Lern-Medien?
- Welche Nachteile sind damit verbunden?



Unsere Lehre

Medienanalyse/Medienproduktion

Instruktionspsychologie 1

Instruktionspsychologie 2

Methoden

Befragung / Experiment

SPSS

Vertiefung

Lernen und Lehren, Serious Games,
mobile learning

Praxis

Lehr-Lern-Medien, Social Software, Web 2.0



Das Team

- Prof. Dr. Maria Bannert
- Dr. Christoph Mengelkamp
- Regina Parzl, M.A.
- Karin Waldmann, Sekretariat
- Hauke Thorenz, wiss. Hilfskraft



Medien- und Wirtschaftskommunikation

Das Team

- Prof. Dr. Holger Schramm
 - Hannover, USA, Zürich
 - Medienmanagement
(Kommunikationswissenschaft)
 - Werbung, Musik, Sport, Entertainment
- Johannes Knoll M.A.
 - Süddeutschland, Leipzig, Neuseeland
 - Kommunikations- und
Medienwissenschaft
 - Werbung, Sport, Online



Unsere Lehre

- Medien- und Kommunikationswissenschaft 1
 - Mediensysteme Presse und Rundfunk
 - Konzeption und Vermarktung von Medienangeboten
- Medien- und Kommunikationswissenschaft 2
 - Rezeptions- und Wirkungsforschung
 - Angewandte Rezeptions- und Wirkungsforschung (Werbung/Sport/Musik/Unterhaltung)
- Vertiefung
- Medienproduktion/-analyse
 - Musik und Medien
 - Analyse und Produktion von Film- und Werbemusik
- Wirtschaft, Markt und Medien
 - externe Kommunikation (Marketing, Werbung, PR)

Unsere Forschung

- Werbe- und Kampagnenkommunikation
- Sportkommunikation
- Musik und Medien
- Unterhaltungsforschung

... mit Fokus auf Rezeptions- und Wirkungsforschung



Medienpsychologie

Das Team

- Prof. Dr. Frank Schwab
 - Rheinland-Pfalz – Saarland
 - Psychologie
 - Mimik Emotionen Evolution
- Astrid Carolus
 - Gelsenkirchen – Saarland
 - Psychologie
 - Web 2.0 Evolution PE OE
- Michael Brill
 - Saarland
 - Psychologie
 - Games Physiologie Methoden



Unsere Lehre

Medienpsychologie 1

Medienpsychologie 2

Methoden

Beobachten / Inhaltsanalyse

Wissenschaftliches Arbeiten

Entertainment

Vertiefung 1

Emotionen, Evolution, Unterhaltung

Praxis

Film, Web 2.0, Games, Podcasts

Wirtschaft, Markt und Medien

interne Kommunikation



Unsere Forschung

- Film (Kino)
- Fernsehen, Nachrichten
- Web 2.0: Soziale Netzwerkseiten
- Gaming

- Emotion
- Klatsch und Tratsch
- Presence

aus evolutionspsychologischem Blickwinkel



Ein Beispiel



Medieninformatik

Computer Science in Media



IMMERSIVE **M**EDIA **G**ROUP

INSTITUT FÜR MENSCH-COMPUTER-MEDIEN

INSTITUT FÜR INFORMATIK

Immersive Media Group

- Prof. Dr. Frank Steinicke
 - Münster, NRW – USA
 - Informatik / Mathematik
- Dr. Andreas Pusch
 - Halle, S-A – Frankreich
 - Informatik / Medieninformatik
- Gerd Bruder
 - Münster, NRW
 - Informatik

Virtual Reality, Locomotion, 3DUI, UX
Multisensory Perception, Visual Perception,
Cybertherapy



Unsere Lehre

Medieninformatik 1

Medieninformatik 2

Medienproduktion / -analyse

Creating Games

Vertiefung 2

Virtual Reality, Multimedia

FSQ

Einführung in die Informatik

Praxis/Praktikum

Labor-Projekte



Unsere Forschung

- Virtual Reality
- Immersive Medien
- 3D-Interaktion

- Multisensorische Wahrnehmung /
insb. visuelle Wahrnehmung
- Präsenz und Immersion
- User Experience





Beispiele: Immersive Medien



Studieren: Grundlegendes zum Studium



Wesentliches: Begriffe & Rahmenbedingungen

- *Modul:* Gruppe zusammengehörender Veranstaltungen
- *Teilmodul:* Prüfungseinheit
- *Transcript of Records:* Zeugnis über erbrachte Leistungen
- *ASPO 2009:* Allg. Studien- und Prüfungsordnung
- *Fachspezifische Bestimmungen:* speziell für Medienkommunikation

Rahmenbedingungen

- *Umfang:* 180 ECTS → Pflicht- u. Wahlpflichtbereich, SQ
- *Prüfungen:* alle Hochschulprüfungen zählen zur Endnote unbegrenzt wiederholbar, wenn nicht bestanden (Ausnahme: Bachelorarbeit)
- *Regelstudienzeit:* 6 Semester



Grundlagen-und Orientierungsprüfung

- 20 ECTS aus dem Pflichtbereich nach dem 2. Semester
- 30 ECTS aus dem Pflichtbereich nach dem 3. Semester

Höchststudiendauer (§12 Abs. 3 ASPO):

- Regelstudienzeit + 2 Semester → erstmalig nicht bestanden
- Regelstudienzeit + 3 Semester → endgültig nicht bestanden

Es gilt jeweils: Überschreitung nur aus wichtigem Grund möglich
Krankheit: Amtsärztliches Attest



	Montag	Dienstag		Mittwoch		Donnerstag	Freitag
08:00 - 10:00		S Entertainment Schwab ZHS 1.012 Medienpsychologie		VL Sozialpsychologie Prof. Strack Neue Uni - Hörsaal 162 Medienpsychologie		S Tool-Time Parzl ZfM Cip –Pool 107 Medienproduktion	S Tool-Time Parzl ZfM Cip –Pool 107 Medienproduktion
10:00 - 12:00	S Entertainment Schwab Bib. 00.205 Medienpsychologie	VL Mediensysteme Presse & Rundfunk Schramm ZHS 0.001 Medien-&Kommunikationswissenschaft		S Konzeption & Vermarktung von Medienangeboten Schramm Bib.00.214 Medien&Kommwiss.	S Konzeption & Vermarktung von Medienangeboten Knoll Verf.Geb.82 / 00.004 Medien&Kommwiss.	S Konzeption & Vermarktung von Medienangeboten Knoll ZfM 206 Medienproduktion	Blockveranstaltungen 2x S Creating Games Steinicke/Bruder Verf.Geb.82 / 00.004 Medienproduktion 21.10., einmalig: 13-15 oder 15-17 Uhr und 25.11 und 13./14.4.
12:00 - 14:00	S Inhaltsanalyse & Beobachtung Schwab Bib. 00.205 Methoden	S Inhaltsanalyse & Beobachtung Brill ZfM 206 Methoden					3x S Wissenschaftliches Arbeiten Carolus Bib.00.205 Schlüsselqualifikationen 21.10., einmalig: 9:00, 10:30 oder 12:00 und A 4./5.11. + 2.12. B 11./12.11. + 9.12. C 18./19.11. + 16.12. von 10:00 – 18:30 Bib.00.205
14:00 - 16:00	S Inhaltsanalyse & Beobachtung Brill Bib. 00.205 Methoden	S Inhaltsanalyse & Beobachtung Brill ZfM 206 Methoden	S Konzeption & Vermarktung von Medienangeboten Schramm Bib.00.205 Medien&Kommwiss.	S Konzeption & Vermarktung von Medienangeboten Schramm Bib. 00.205 Medien&Kommwiss.	S Konzeption & Vermarktung von Medienangeboten Knoll Bib.00.214 Medien&Kommwiss	S Tool-Time Parzl ZfM Cip –Pool 107 Medienproduktion	
16:00 - 18:00	VL Medienpsychologie Schwab ZHS Hörsaal 0.001 Medienpsychologie	Ü Einführung in die Informatik Steinicke Zuse-HS Schlüsselqualifikationen		Ü Einführung in die Informatik Steinicke ZHS 0.004 Schlüsselqualifikationen		VL Musik und Medien Schramm ZHS 0.001 Medienproduktion	
18:00 - 20:00		S Creating Games Steinicke/Bruder ZfM Cip –Pool 107 Medienproduktion erst ab 8.11.2011	S Creating Games Steinicke/Bruder Verf.Geb.82/00.004 Medienproduktion erst ab 8.11.2011				

ZHS = Zentrales Hörsaal- und Seminargebäude

*Bitte beachten Sie: Die Auswahlmöglichkeiten besteht nur zwischen Seminaren aus einem Teilmodul; dabei sind die ECTS-Angaben zu berücksichtigen (vgl. Studienverlauf MK)

Viele fragen – einige antworten

FRAGERUNDE IN KLEINGRUPPEN

Fachschaftsinitiative übernimmt

WIR SEHEN UNS...