



Veranstaltungs- und Prüfungsmerkblatt Frühjahrssemester 2021

8,518: Medien und Kommunikation

ECTS-Credits: 4

Überblick Prüfung/en

(Verbindliche Vorgaben siehe unten)

Dezentral - schriftliche Klausur / Prüfung (60%, 60 Min.)

Prüfungszeitpunkt: Vorlesungszeit

Dezentral - Präsentation (in Gruppen - Benotung für alle gleich) (40%)

Prüfungszeitpunkt: Vorlesungszeit

Zugeordnete Veranstaltung/en

Stundenplan -- Sprache -- Dozent

[8,518,1.00 Medien und Kommunikation](#) -- Deutsch -- [Grubemann Stephanie](#)

Veranstaltungs-Informationen

Veranstaltungs-Vorbedingungen

Keine

Lern-Ziele

Wissen/Verstehen

- Die Teilnehmenden verstehen, wie die demokratiepolitische Funktion von Journalismus und das professionelle Selbstverständnis von Journalisten, Inhalt und Form journalistischer Produkte, die Geschäftsmodelle der Verlage, und Mediennutzungsmuster zusammenspielen und sich gegenseitig bedingen.
- Die Teilnehmenden können informiert darüber Auskunft geben, in welcher Situation sich der Schweizer Journalismus angebots- und nutzerseitig befindet.
- Die Teilnehmenden verstehen, inwiefern sich Legacy Media und Digital Natives unterscheiden und wie sich diese Eigenschaft auf ihr Handeln auswirkt.
- Die Teilnehmenden wissen, wie die Schweizer Medienförderung historisch gewachsen und wie sie heute aufgebaut ist, und welche Mediengattungen sich davon ableiten lassen. Sie kennen die groben Ideen für eine Anpassung der Medienförderung, die aktuell im politischen Diskurs diskutiert werden.
- Die Teilnehmenden verstehen die Grundsätze von Design Thinking und können einordnen, auf welche Themen aktueller Diskussionen die Methode reagiert.
- Die Teilnehmenden wissen, über welche groben Prozessschritte digitale Medienprodukte entstehen und kennen die wichtigsten Faktoren, auf welche in den einzelnen Phasen geachtet werden sollte.
- Die Teilnehmenden kennen die Grundsätze für das Design barrierefreier, digitaler Produkte.

Analysieren

- Die Teilnehmenden sind fähig, selbstständig journalistische Produkte und Geschäftsmodelle zu analysieren und hinsichtlich unterschiedlicher Dimensionen zu bewerten (Anwendung).
- Die Teilnehmenden sind fähig, aktuelle Debatten zur Erneuerung der Schweizer Medienförderung zu verstehen, einzuordnen und daran aktiv teilzunehmen (Anwendung).

Anwenden

- Die Teilnehmenden sind fähig, (in Grundzügen) eine eigene Medienmarke mit einem digitalen Angebot zu entwickeln und Gestaltungsentscheide zu begründen.
- Die Teilnehmenden sind fähig, eigene Massnahmen der Medienförderung zu entwickeln.



- Die Teilnehmenden sind fähig, die Grundsätze von Design Thinking in einem eigenen Projekt anzuwenden.

Veranstaltungs-Inhalt

Medien und Kommunikation: Was ist guter Journalismus in der heutigen Medienlandschaft?

Der (Schweizer) Journalismus steckt in einer weitreichenden Krise. Das klassische Geschäftsmodell funktioniert nicht mehr und die Suche nach neuen Modellen zeigt sich schwierig. Ausgelöst durch diese Finanzierungsprobleme trifft der Spar-Hammer den Journalismus: Entlassungswellen reihen sich aneinander, Redaktionen werden verkleinert oder gar geschlossen. Auf der Nutzerseite zeigt sich ein ähnlich frustrierendes Bild: Selbst ein durch die Corona-Pandemie ausgelöster Nutzungsboom kann nicht darüber hinwegtäuschen, dass immer weniger Menschen Journalismus nutzen. Die Zahl der sogenannten News-Deprivierten steigt vor allem unter jungen Menschen in einem erschreckenden Tempo an. Und die staatliche Medienförderung, welche die Verlage unterstützen soll, ist veraltet und die Revision zieht sich hin, da insbesondere über die Unterstützung digitaler Angebote bzw. konkrete Unterstützungsmodelle gestritten wird.

Da journalistischen Produkten eine demokratiepolitische Funktion zukommt, betreffen und beschäftigen die Finanzierungs- und Nutzungsprobleme uns als Gesellschaft.

Wir widmen uns den Zusammenhängen aus einer Produktmanagement und -design-Perspektive. Ausgehend von der Annahme, dass *gute Medienprodukte* genutzt werden, fragen wir uns, wie guter Journalismus in der heutigen Zeit auszusehen hat. Dabei bleiben wir nicht bei Analysen und Diskussionen, sondern entwickeln eigene Ideen und Ansätze bis hin zu Mockups/Wireframes konkreter Produkte.

Die Lehrveranstaltung ist an der Schnittstelle von **Medienökonomie, Technologie, Kommunikation und Mediendesign** verortet.

Veranstaltungs-Struktur

Der Kurs ist über neun Termine à vier Lektionen aufgebaut. Die Treffen finden mehrheitlich aber nicht vollständig im Wochenrhythmus statt.

An jedem Termin werden wir uns einem Schwerpunktthema widmen:

- Einführung/Grundlagen
- Aktuelle Trends der Mediennutzung
- Design Thinking/Digitales Produktmanagement
- Journalistische Produkte und Kanäle
- Design digitaler Produkte/Screendesign
- Usability & Ästhetik
- Geschäftsmodelle/Revenue Streams im Journalismus
- Service Public/Medienpolitik/Fördermodelle

Die Termine werden sich aus Inputs der Dozentin, Einzel- und Gruppenarbeiten, einzelnen Gastreferaten, sowie einem sogenannten Atelier zusammensetzen. (Im Rahmen des Ateliers werden die Kleingruppen an jedem Termin Zeit haben, das Gehörte/Gelernte im Rahmen der Entwicklung einer eigenen Medienmarke mit digitalem Angebot, anzuwenden.)

Veranstaltungs-Literatur

Literatur- und Podcasthinweise werden zu jedem Termin auf Canvas angegeben. Bitte beachten Sie für Ihre Vorbereitung die Empfehlungen für den ersten Termin.

Veranstaltungs-Zusatzinformationen

Im Falle eines Lockdowns finden die Veranstaltung, die Gruppenpräsentationen sowie die schriftliche Prüfung online über Zoom (via Canvas) statt.

Prüfungs-Informationen



Prüfungs-Teilleistung/en

1. Prüfungs-Teilleistung (1/2)

Prüfungs-Zeitpunkt und -Form

Dezentral - schriftliche Klausur / Prüfung (60%, 60 Min.)

Prüfungszeitpunkt: Vorlesungszeit

Bemerkungen

Im Falle eines Lockdowns via Zoom.

Hilfsmittel-Regelung

Open Book

Die Wahl der Hilfsmittel steht den Studierenden unter Beachtung folgender Einschränkungen frei:

- Taschenrechnermodelle, welche nicht der Texas Instruments TI-30-Serie angehören, sind ausdrücklich nicht erlaubt;
- Nicht erlaubt sind zudem jegliche Art von Kommunikation sowie sämtliche programmierbare und kommunikationsfähige elektronische Geräte wie elektronische Wörterbücher, Notebooks, Tablets, Mobiltelefone und weitere;
- Die Beschaffung der Hilfsmittel ist ausschliesslich Sache der Studierenden.

Hilfsmittel-Zusatz

--

Prüfungs-Sprachen

Fragesprache: Deutsch

Antwortsprache: Deutsch

2. Prüfungs-Teilleistung (2/2)

Prüfungs-Zeitpunkt und -Form

Dezentral - Präsentation (in Gruppen - Benotung für alle gleich) (40%)

Prüfungszeitpunkt: Vorlesungszeit

Bemerkungen

Im Falle eines Lockdowns via Zoom.

Hilfsmittel-Regelung

Praktische Prüfungsleistung

Für diese Prüfungsleistung ist keine Hilfsmittel-Regelung notwendig. Es gelten subsidiär die Ordnungen und Reglemente der Universität St. Gallen.

Hilfsmittel-Zusatz

--

Prüfungs-Sprachen

Fragesprache: Deutsch

Antwortsprache: Deutsch

Prüfungs-Inhalt

a) Für die Gruppenpräsentationen sind folgende Themen relevant:

- Organisationsformen und Geschäftsmodelle journalistischer Verlage
- Digitale, journalistische Produkte (Angebot, Aufbau, Publikationskanäle)
- (Barrierefreies) Mediendesign Prinzipien

Die Bewertungskriterien für die Gruppenpräsentationen werden im Unterricht vorgängig besprochen.



b) Für die Open Book Prüfung sind folgende Themen relevant:

- Aktuelle Trends der Mediennutzung (vor allem junge Zielgruppen)
- Geschäftsmodelle und Revenue Streams im Journalismus
- Unterschiede zwischen Legacy Media und Digital Natives
- Design/Funktionalität digitaler, journalistischer Produkte (inkl. Zusammenhang zwischen Usability & Ästhetik)
- Medienpolitik und Fördermodelle

Konkrete Beispiele für mögliche Prüfungsfragen sowie Korrekturschema werden im Unterricht besprochen.

Prüfungs-Literatur

Die prüfungsrelevante Literatur wird auf Canvas entsprechend gekennzeichnet. Die prüfungsrelevante Literatur wird bis spätestens 1.Mai 2021 vollständig auf Canvas bekanntgegeben.

Wichtige Hinweise

Bitte beachten Sie, dass nur dieses Merkblatt, sowie der bei Biddingstart veröffentlichte Prüfungsplan verbindlich sind und anderen Informationen, wie Angaben auf StudyNet (Canvas), auf Internetseiten der Dozierenden und Angaben in den Vorlesungen etc. vorgehen.

Allfällige Verweise und Verlinkungen zu Inhalten von Dritten innerhalb des Merkblatts haben lediglich ergänzenden, informativen Charakter und liegen ausserhalb des Verantwortungsbereichs der Universität St.Gallen.

Unterlagen und Materialien sind für zentrale Prüfungen nur dann prüfungsrelevant, wenn sie bis spätestens Ende der Vorlesungszeit (KW21) vorliegen. Bei zentral organisierten Mid-Term Prüfungen sind die Unterlagen und Materialien bis zur KW 12 prüfungsrelevant.

Verbindlichkeit der Merkblätter:

- Veranstaltungsinformationen sowie Prüfungszeitpunkt (zentral/dezentral organisiert) und Prüfungsform: ab Biddingstart in der KW 04 (Donnerstag, 28. Januar 2021);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelregelung, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für dezentral organisierte Prüfungen: in der KW 12 (Montag, 22. März 2021);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelregelung, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für zentral organisierte Mid-Term Prüfungen: in der KW 12 (Montag, 22. März 2021);
- Prüfungsinformationen (Hilfsmittelregelung, Prüfungsinhalte, Prüfungsliteratur) für zentral organisierte Prüfungen: zwei Wochen vor Ende der Prüfungsabmeldephase in der KW 14 (Donnerstag, 8. April 2021).