

Stand: 24.01.2013

MODULGRUPPE TEK 2	
Modul-Name	Wahlpflichtmodul Usability-Testing
Geltende Rahmenprüfungsordnung	Rahmenprüfungsordnung Bachelor/Master vom 01.08.2012 (Übersetzen UE)
Geltende Studienordnung	Studienordnung Bachelor Übersetzen/Kommunikation vom 04.06.2009 (UE)
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> – Die Studierenden kennen die Grundlagen der benutzerorientierten Gestaltung. – Sie können die Arbeitsweisen der AnwenderInnen analysieren und sind in der Lage, deren Bedürfnisse nachzuvollziehen. – Sie kennen die Theorien und Methoden zur Usability. – Sie kennen die Testverfahren, um Technische Dokumentationen aus Benutzersicht zu prüfen, und können sie umsetzen. – Sie sind in der Lage, das Benutzerprofil zu identifizieren, so dass geeignete Testpersonen für die Versuche rekrutiert werden können. – Sie sind in der Lage, realitätsnahe Aufgaben für den Laborversuch zu definieren. – Sie können nach dem Laborversuch die Problempunkte identifizieren und Verbesserungsvorschläge erarbeiten
Lerninhalte	<ul style="list-style-type: none"> – Benutzer- und Tätigkeitsanalysen – Theorien und Methoden zur Usability, Testverfahren, um Technische Dokumentation aus Benutzersicht zu prüfen
Zu erwartende Gesamtarbeitsleistung (h)	90
Lehrform	Vorlesung und Übung, Laborarbeit
Aufteilung der Lehrformen	Kontaktstudium: 31 % Begleitetes Selbststudium: 48 % Autonomes Selbststudium: 21 %
Leistungsnachweise	Laborbericht Mündliche Prüfung in den Prüfungswochen Dauer: 15 Minuten Hilfsmittel: keine
Notengewichtung	3 ECTS
Bemerkungen	Wahlpflichtmodul innerhalb der Modulgruppe TEK 2
Unterrichtssprache	Deutsch
Unterrichtsunterlagen	

Modul-Name	Wahlpflichtmodul Social-Media-Kommunikation TEK
Geltende Rahmenprüfungsordnung	Rahmenprüfungsordnung Bachelor/Master vom 01.08.2012 (Übersetzen UE)
Geltende Studienordnung	Studienordnung Bachelor Übersetzen/Kommunikation vom 04.06.2009 (UE)
Lernziele	Die Studierenden sind mit Hintergründen und Grundlagen der Social-Media-Kommunikation vertraut und kennen Elemente und Strategien eines erfolgreichen Social-Media-Einsatzes im mehrsprachigen Umfeld. Sie können solche Elemente zu einer gezielten, kohärenten und zielgruppengerechten Strategie zusammenführen und wissen, wie man eine solche umsetzt und evaluiert. Sie können anspruchsvolle Kommunikationssituationen im Social Web adressaten-, rollen- und mediengerecht meistern. Zudem können sie die Bedeutung von Neuerungen einschätzen und diese rasch für die jeweiligen kommunikativen Zwecke adaptieren.
Lerninhalte	<ul style="list-style-type: none"> – Hintergründe und Zusammenhänge: Auswirkungen des Social Web auf die Produktion, Verbreitung und Nutzung von Information und auf die Vernetzung von Communitys – Auffrischung und Erweiterung von Hintergrundkenntnissen (Marketing, Linguistik u. a.) – Elemente der Social-Media-Kommunikation (Kommunikationsformen, Plattformen, Instrumente des Monitoring etc.) und ihre Eignung zur Umsetzung unterschiedlicher Ziele – Entwicklung, Umsetzung und Evaluation von Social-Media-Strategien (Kanalwahl, Guidelines, Ressourcenplanung, Erfolgskontrolle etc.) – Social-Media-Kommunikation im mehrsprachigen, interkulturellen Umfeld – Behandlung von spezifischen Fragen (Aufbau von Communitys, Krisenkommunikation im Social Web etc.)
Zu erwartende Gesamtarbeitsleistung (h)	90
Lehrform	Kurzvorlesungen, Projektunterricht, Präsentationen
Aufteilung der Lehrformen	Kontaktstudium: 31 % Begleitetes Selbststudium: 48 % Autonomes Selbststudium: 21 %
Leistungsnachweise	Schriftliche Prüfung während des Semesters Dauer: 60 Minuten Hilfsmittel: keine
Notengewichtung	3 ECTS
Bemerkungen	Wahlpflichtmodul innerhalb der Modulgruppe TEK 2
Unterrichtssprache	Deutsch
Unterrichtsunterlagen	