

Vertiefungs- und Wahlpflichtmodule: Wahrnehmungs- und Medienpsychologie

Modul-Bezeichnung MSc Curriculum 2012	überarbeitet: Mündemann, 20.4.13	Stufen nach Bloom	Wahrnehmungs- und Medienpsychologie
englische Modulbezeichnung			Perceptual psychology and media psychology
Abkürzung			WMP
Beschreibung erstellt	am		06.09.2011
	durch		Mündemann
Niveaustufe			Master
Studiensemester			2
Kreditpunkte			5
Status	Pflichtmodul		
	Wahlpflichtmodul		Wahlpflichtmodul
	Wahlmodul		
Häufigkeit des Angebotes			jedes Semester nach Bedarf der Hochschulen des VFH- Verbundes
Lehrsprache			Deutsch
Autoren			Prof. Dr. Mündemann (FH Brandenburg)
Verantwortliche Hochschule			FH Brandenburg
Fachverbands- leiter(in)			Prof. Dr. Mündemann (FH Brandenburg)
Verantwortliche(r) Lehrende(r) am Standort nach dem Meister-Geselle- Prinzip: ein Lehrender für alle Standorte	Beuth-Hs Berlin		Prof. Dr. Mündemann (FH Brandenburg)
	FH Brandenburg		Prof. Dr. Mündemann (FH Brandenburg)
	FH Emden / Leer		Prof. Dr. Mündemann (FH Brandenburg)
	FH Lübeck		Prof. Dr. Mündemann (FH Brandenburg)
	Ostfalia Hochschule Wolfenbüttel		Prof. Dr. Mündemann (FH Brandenburg)
Lerngebiet			Vertiefung Human-Computer-Interaction, Vertiefung Interactive 3D
Erworbene Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen	Formale, algorithmische, mathematische Kompetenzen	Wissen	kennen der wichtigen Leistungsparameter des menschlichen Wahrnehmungsapparates
			kennen des Unterschieds zwischen Reiz/Stimulus, Perzepten und internen Konstrukten, subjektiven Empfindungen
		Verstehen	
		Anwenden	
		Analysieren	
		Synthetisieren	
		Evaluieren, Bewerten	
	Analyse-, Design- und Realisierungs- Kompetenzen	Wissen	kennen der unterschiedlichen Medientypen
			kennen der Grenzen der menschlichen Wahrnehmung (Täuschungen)
		Verstehen	Grundverständnis der Funktionsweise des menschlichen Wahrnehmungsapparates
		Anwenden	
		Analysieren	
		Synthetisieren	
	Technologische Kompetenzen	Wissen	
		Verstehen	
		Anwenden	

		Analysieren	
		Synthetisieren	
		Evaluieren, Bewerten	
	Fachübergreifende Kompetenzen	Wissen	
		Verstehen	
		Anwenden	mediale Reize aufgaben-spezifisch planen können
			mediale Reize aufgaben-spezifisch in Medien-/Software- Produkten einsetzen können
		Analysieren	
		Synthetisieren	
		Evaluieren, Bewerten	beurteilen, welche Wirkung sich mit welchen Medien in Darstellungs- und Kommunikationsprozessen erzielen lässt.
	Methodenkompetenzen	Wissen	
		Verstehen	
		Anwenden	
		Analysieren	
		Synthetisieren	
		Evaluieren, Bewerten	
	Projektmanagement- Kompetenz	Wissen	
		Verstehen	
		Anwenden	
		Analysieren	
		Synthetisieren	
		Evaluieren, Bewerten	
	Soziale Kompetenz und Selbstkompetenz	Wissen	
		Verstehen	
Anwenden			
Analysieren			
Synthetisieren			
Evaluieren, Bewerten			
Obligatorische Teilnahmevoraussetzungen (nach Prüfungsordnung)			
Fakultative Teilnahmevoraussetzungen			
Medien-/ Lernform			Multimedial aufbereitetes Online-Studienmodul zum Selbststudium mit zeitlich parallel laufender Online- Betreuung (E-Mail, Chat, Einsendeaufgaben u. a.) sowie Präsenzphasen.
Arbeitsaufwand / work load (jeweils in Zeitstunden summiert)	Pflicht-Präsenzstudium	Vorlesung, Übung, Labor, Seminar u.a.	Webkonferenz/Präsenz: 16h
		Modulprüfung	2h
	Online-Studium (Chat, Audio- / Videokonf. u.a.) incl. studentische Lerngruppen und fakultative Präsenzen		
	Erarbeiten der Prüfungsvorleistungen		46h
	Eigenstudium einschl. Prüfungs-vorbereitung		86h
Summe Workload in Stunden			150h
Präsenzinhalte			Vorstellen und Diskussion der Rechercheergebnisse, Fragen zum Modul
Präsenzart	obligatorisch		obligatorisch
	fakultativ		

Präsenzteilnahme	erfordert physische Anwesenheit		
	per web-Konferenz möglich		Die Vermittlung der Präsenzinhalte ist per Webkonferenz möglich.
Prüfungsvorleistungen	Präsenzteilnahme		ggf. Teilnahme an der Präsenzveranstaltung.
	Online-Teilnahme		Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen
	Einsendeaufgaben		
	Hausarbeit / Projektarbeit		Recherche und Ausarbeitung eines medienpsychologischen Themas/Projektthemas
Teilleistungsnachweise			
Prüfungsform	Klausur	(120 Min)	Klausur (120 min)
	Mündliche Prüfung	(30 Min)	
	Hausarbeit mit Kolloquium	(30 Min)	Alternativ: benotete Projektarbeiten mit Prüfungskolloquium (30 Min)
Benotung			Die Note ergibt sich aus der Abschlussklausur und den Recherche-Übungen/Projekt
Literatur			<p>Carl R. Gegenfurtner: Gehirn und Wahrnehmung, Spektrum-Verlag (2006) Fischer Taschenbuch Vlg.</p> <p>Nicole C. Krämer u.a. (Hrsg.): Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte. Kohlhammer Verlag (Stuttgart) 2008. 379 Seiten. ISBN 978-3-17-020112-5.</p> <p>Ulrike Six, Uli Gleich u. Roland Gimmler (Hrsg.): Kommunikationspsychologie und Medienpsychologie, Lehrbuch, Beltz Psychologie Verlags Union ISBN-10: 3621275916, ISBN-13: 9783621275910</p> <p>Frank Schwab: Lichtspiele, eine evolutionäre Medienpsychologie der Unterhaltung, Kohlhammer Verlag (Stuttgart)</p> <p>E. Bruce Goldstein: Wahrnehmungspsychologie. 7. Aufl. Spektrum-Verlag, 2007</p> <p>Nils Birbaumer, Robert F. Schmidt: Biologische Psychologie, 7. Aufl., Springer-Verlag, 2010</p> <p>Bernd Kersten (Hrsg.): Praxisfelder der Wahrnehmungspsychologie, Psychologie-Lehrtexte, Huber-Verlag, 2005.</p>
Weitere Hinweise			
Studieninhalte des Moduls (Allgemeines zum Modul / Zusammenfassung)			
Kapitelüberschriften / Überschriften der Lerneinheiten			Definitionen und Begriffsabgrenzungen
			Sinnesphysiologie
			Sinnesorgane und ihre Funktionen
			Gehirn und Wahrnehmung
			Wahrnehmungspsychologie
			Perzepte, Konstrukte, Empfindungen, Täuschungen
			Medienpsychologie
			Medien und individuelle Wirkung
			Medienwahl und-nutzung
			Definitionen und Begriffsabgrenzungen
Sinnesphysiologie			
Sinnesorgane und ihre Funktionen			
Gehirn und Wahrnehmung			
Wahrnehmungspsychologie			
Perzepte, Konstrukte, Empfindungen, Täuschungen			
Medienpsychologie			
Medien und individuelle Wirkung			
Medienwahl und-nutzung			