TECHNISCHE UNIVERSITÄT ILMENAU

Studienordnung
für den
Studiengang „Medienwirtschaft“
mit dem Abschluss „Master of Science“

- In der Fassung der Fünften Änderung vom 20. Juni 2011 -

Gemäß § 3 Abs. 1 in Verbindung mit § 34 Abs. 3 des Thüringer Hochschulgesetzes (ThürHG) vom 21. Dezember 2006 (GVBl. S. 601), zuletzt geändert durch Art. 15 des Gesetzes vom 20. März 2009 (GVBl. S. 238), erlässt die Technische Universität Ilmenau (nachstehend „Universität“ genannt) auf der Grundlage der Prüfungsordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Master“ (MPO-AB) der Universität, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nr. 24/2006, in der jeweils geltenden Fassung und der Prüfungsordnung – Besondere Bestimmungen - (MPO-BB) für den Studiengang Medienwirtschaft, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nr. 31/2007 in der jeweils geltenden Fassung, folgende Studienordnung für den Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Master of Science“.

Der Rat der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften hat diese Änderung am 12. Oktober 2010, am 7. Dezember 2010 und am 11. Januar 2011 beschlossen. Der Senat hat sie am 5. April 2011 befürwortet. Der Rektor hat sie am 20. Juni 2011 genehmigt. Sie wurde dem Thüringer Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur mit Schreiben vom 20. Juni 2011 angezeigt.

Inhaltsverzeichnis

§ 1 Geltungsbereich 2
§ 2 Studienprofil und Studiendauer 2
§ 3 Eignungsprüfung 2
§ 4 Ziel des Studiums 4
§ 5 Inhalt des Studiums 4
§ 6 Aufbau des Studiums 5
§ 7 Studienfachberatung 6
§ 8 In-Kraft-Treten 6
Anlage: Studienplan für den Masterstudiengang Medienwirtschaft

§ 1 Geltungsbereich

(1) Die Studienordnung regelt auf der Grundlage der Prüfungsordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Master of Science / Master of Arts“ (MPO-AB) der Universität, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nr. 24/2006, in der jeweils geltenden Fassung und der Prüfungsordnung – Besondere Bestimmungen - (MPO-BB) für den Studiengang „Medienwirtschaft“ mit dem Abschluss „Master of Science“ Inhalte, Ziel, Aufbau und Gliederung des Studiums.

(2) Alle Personen- und Funktionsbezeichnungen in dieser Ordnung gelten für Männer und Frauen in gleicher Weise.

§ 2 Studienprofil und Studiendauer

(1) Der Masterstudiengang „Medienwirtschaft“ ist konzipiert als konsekutiver Studiengang, der auf einem Bachelorstudium der Medienwirtschaft aufbaut. Er hat ein stärker forschungsorientiertes Profil.

(2) Der Studiengang wird getragen von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften. Sie wird bei den medientechnischen Inhalten durch die Fakultät für Elektrotechnik und Informationstechnik und bei den medienwissenschaftlichen Inhalten durch das Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft unterstützt.

(3) Der Studienplan ist in der Anlage, welche Bestandteil dieser Ordnung ist, geregelt und so gestaltet, dass das Studium mit allen Prüfungs- und Studienleistungen in der Regelstudienzeit von 4 Semestern abgeschlossen werden kann.

§ 3 Eignungsprüfung

(1) Die Zulassung zum Studiengang Medienwirtschaft ist – unbeschadet der allgemeinen Zugangsvoraussetzungen – vom Bestehen der Eignungsprüfung abhängig. Die Eignungsprüfung dient der Feststellung, ob die Bewerber den für den Studiengang Medienwirtschaft besonderen fachspezifischen Anforderungen genügen.

(2) Gegenstand der Eignungsprüfung ist der Nachweis der fachspezifischen Eignung durch eine Kombination der in Absatz 3 bis 5 benannten und anhand von Punktzahlen gewichteten Merkmale. Für das Bestehen der Eignungsprüfung muss der Bewerber eine Gesamtpunktzahl von mindestens 70 Punkten erreichen.

(3) Der Abschluss gemäß § 60 Absatz 1 Nr. 4 ThürHG wird bewertet:

(a) Im Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Science“ mit 60 Punkten.
(b) Im Studiengang Medienwirtschaft mit von (a) abweichenden Abschlüssen oder im Studiengang Betriebswirtschaftslehre oder in einem inhaltlich vergleichbaren Studiengang mit 30 Punkten.

(c) In nah verwandten Studiengängen, die eine umfangreiche Vermittlung ökonomischer Kenntnisse vorsehen, mit 20 Punkten.

Bewerber, die keinen Abschluss in den unter (a) bis (c) genannten Studiengängen vorweisen können, sind für den Masterstudiengang Medienwirtschaft nicht geeignet. Für diese Bewerber erfolgt keine weitere Bewertung der Abschlüsse, und die Möglichkeit der Teilnahme an der mündlichen Prüfung entfällt.

Zusätzlich wird der Grad der Qualifikation nach der Abschlussnote bewertet:

a) sehr gut = 20 Punkte
b) gut = 10 Punkte
c) befriedigend = 5 Punkte

Wurde der Abschluss an einer deutschsprachigen Hochschule gemacht, werden weitere 10 Punkte angerechnet. Für Bewerber ohne Abschluss an einer deutschsprachigen Hochschule gilt Absatz 5, Punkt b.

(4) Die Erzielung einer Abschlussnote „gut“ oder „sehr gut“ in folgenden drei studiengangrelevanten Fächern

- Rechnungswesen
- Finanzwirtschaft
- Marketing

und

- der Abschluss einer Bachelorarbeit bzw. einer gleichwertigen Abschlussarbeit mit der Note „gut“ oder „sehr gut“

oder

- einer nachweisbaren qualifizierten Berufserfahrung von mindestens einem Jahr

wird mit jeweils 5 Punkten bewertet. Maximal können 20 Punkten erzielt werden.

(5) Erreicht der Bewerber nicht die Gesamtpunktzahl 70, wird seine Eignung in einer mündlichen Prüfung mit einer Dauer von mindestens 20 Minuten festgestellt. Diese dient zur Feststellung

a) der Fachkompetenz/ Berufserfahrung. Diese ermittelt sich aus
   - umfassenden Kenntnissen zur Betriebswirtschaftslehre
   - Grundkenntnissen auf dem Gebiet der Volkswirtschaftslehre
   - Grundkenntnissen des für wirtschaftswissenschaftliche Fragestellungen relevanten Privatrechts
   - Beherrschung der Mathematik und Statistik für wirtschaftswissenschaftliche Anwendungen

   Die Prüfung ist mit bis zu 20 Punkten (= sehr gut) zu bewerten.

b) der Sprachkompetenz in Deutsch (nur für Bewerber ohne Abschluss an einer deutschsprachigen Hochschule). Diese ermittelt sich aus
   - dem Sprachverständnis,
   - der Sprach- und Ausdrucksfähigkeit,
   - der aktiven und spontanen sprachlichen Verfügung.

   Die Prüfung ist mit bis zu 10 Punkten (= sehr gut) zu bewerten.

(6) Für die Entscheidung der Eignung nach Absatz 3 ist die Zulassungsstelle zuständig. Im Rahmen der sonstigen Eignungsprüfung und im Zweifelsfall entscheidet der Prüfungsausschuss.

§ 4 Ziel des Studiums

(1) Der Studiengang „hat das Ziel, auf der Grundlage eines forschungsorientierten betriebswirtschaftlichen Studieninhalts mit medienspezifischer Zusatzqualifikation interdisziplinär Führungskräfte für das höhere Unternehmensmanagement, für Aufgaben im Bereich des Schnittstellenmanagements sowie zur Rekrutierung des wissenschaftlichen Nachwuchses für Lehr- und Forschungseinrichtungen auszubilden. Die Einsatzgebiete der Absolventen liegen in betriebswirtschaftlichen Kernbereichen privater Unternehmen und öffentlicher Einrichtungen, schwerpunktmäßig der Medienbranche, aber auch auf betriebswirtschaftlichen Arbeitsfeldern ohne Medienbezug, wie beispielsweise in Banken, Versicherungen, Unternehmensberatungen, Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften sowie in öffentlichen Unternehmen.

(2) Das Studienziel wird erreicht durch die Vermittlung von branchenübergreifenden betriebswirtschaftlichen Kompetenzen, von Kenntnissen über Besonderheiten der Medien in der Perspektive ökonomischer und juristischer Disziplinen, des Grundverständnisses medientechnischer Verfahren und von Einblicken in kommunikations- und medientheoretische Zusammenhänge. Der Masterstudiengang Medienwirtschaft vertieft das im Bachelorstudium erworbene Wissen und bietet weiterführende Qualifikationen und Spezialisierungen. Er befähigt zum selbständigen wissenschaftlichen Arbeiten und schafft damit die Grundlage für eine anschließende Promotion.

§ 5 Inhalt des Studiums

(1) Der Studiengang kombiniert in besonderer Weise ein branchenübergreifendes Ökonomiestudium mit einem medienbezogenen Studienteil.

(2) In dem branchenübergreifenden Ökonomieteil werden klassische ökonomische Inhalte unter Anwendung ökonomischer Methoden vermittelt. Studierende können sich entweder in dem Profil Finanzmanagement, Unternehmensrechnung und Besteuerung mit den Fächern

- Controlling/Rechnungswesen
- Steuerlehre
- Finanzierung

oder in dem Profil Strategisches Management mit den Fächern

- Marketing
- Unternehmensführung
- Projekt-, Produktions- und Logistikmanagement

spezialisieren, wobei auch innerhalb der jeweiligen Profile individuelle Wahlmöglichkeiten offen stehen. Darüber hinaus besteht im alternativen Profil

‚Allgemeine Betriebswirtschaftslehre‘ die Möglichkeit, eine sinnvolle Auswahl aus einem umfangreichen Katalog von betriebswirtschaftlichen Fächern vorzunehmen. Diese Profilfächer werden wahlobligatorisch um verwandte Fächer aus den Bereichen

- Betriebswirtschaftliche Methodenlehre
- Volkswirtschaftslehre
- Rechtswissenschaften

ergänzt.

(3) Der medienbezogene Studienteil besteht aus einer ökonomisch-rechtlichen Vertiefung mit den obligatorischen Fächern

- Medienökonomie und
- Medienrecht

und einer wahlobligatorischen Vertiefung aus einem der Bereiche

- Medientechnologie,
- Medienbezogene Wirtschaftsinformatik oder
- Medien- und Kommunikationswissenschaft

§ 6 Aufbau des Studiums

(1) Das Studium beginnt in der Regel im Wintersemester. Es beinhaltet Prüfungs- und Studienleistungen mit einem Gesamtumfang von 120 Leistungspunkten (LP).

(2) Das Studium ist modular aufgebaut. Die zu absolvierenden Module, das Stundenvolumen der Lehrveranstaltungen, die empfohlene Aufteilung auf die einzelnen Fachsemester und die erreichbaren Leistungspunkte sind im Studienplan (s. Anlage) geregelt. Es wird empfohlen, die Module in der dort angegebenen Reihenfolge zu studieren. Die Module werden detailliert in den Modulbeschreibungen, die auf den Internetseiten der Universität veröffentlicht sind, beschrieben.

(3) Das vierte Semester ist in der Regel für die Anfertigung der Masterarbeit vorgesehen. Der Leiter des betreuenden Fachgebiets kann vor der Ausgabe des Themas festlegen, dass die Ergebnisse der Masterarbeit in einem Kolloquium zu verteidigen sind.

(4) Die Lehrinhalte werden normalerweise in Vorlesungen präsentiert. Zu den Vorlesungen werden Seminare angeboten, in denen Studierende im fachlich betreuten Selbststudium die Lehrinhalte vertiefen und anwenden können. Dies geschieht fächerabhängig in Form von Übungen, Praxiswerkstätten, E-Learning oder ähnlichen Angeboten. Das vermittelte Wissen ist durch ein intensives Selbststudium und ein Literaturstudium zu ergänzen.

(5) Während des Studiums haben die Studierenden mindestens 2 obligatorische Hauptseminare zu belegen. Jedes Hauptseminar besteht aus einer schriftlichen Arbeit und einem Vortrag. Die Anfertigung der Hauptseminararbeit dient der selbständigen Bearbeitung eines forschungsnahen Themas und dessen Darstellung

in schriftlicher Form. Der Vortrag soll dazu befähigen, Arbeitsinhalte in mündlicher Form unter Nutzung verschiedener Medien in begrenzter Zeit zu präsentieren.

§ 7 Studienfachberatung

(1) Um ein erfolgreiches Studium zu gewährleisten, besteht an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften ein umfassendes Betreuungsangebot. Studierenden wird in allgemeinen Einführungsveranstaltungen ein Überblick über das Fächerspektrum gegeben. Überdies stellen die einzelnen Fachvertreter ihre Module in geeigneter Weise vor, so dass Studierende auf der Grundlage dieser Informationen eine reflektierte Entscheidung über ihre Spezialisierung treffen können.

(2) Das Prüfungsamt und der Studienfachberater sind während des gesamten Studiums Anlaufstelle für studientechnische Probleme. Für inhaltliche Fragestellungen stehen die Fachvertreter und deren Mitarbeiter im Rahmen von Sprechstunden, Konsultationen usw. zur Verfügung.

§ 8 In-Kraft-Treten

Diese Ordnung tritt am Tag nach der Veröffentlichung im Verkündungsblatt der Universität in Kraft. Sie gilt für alle ab dem Wintersemester 2011/2012 neu in diesem Studiengang immatrikulierten Studierenden.

Ilmenau 20. Juni 2011

gez.
Univ.-Prof. Dr. rer. nat. habil.
Dr. h.c. Prof. h.c. mult. Peter Scharff
Rektor

Anlage: Studienplan Masterstudiengang Medienwirtschaft Stand: XX.XX.2011

Teil I: Branchenübergreifende BWL, VWL, Rechtswissenschaften															
Module / Fächer	Semesterwochenstunden									Art u. Dauer (in Minuten) der Prüfung	Leistungspunkte				Summe
	1. (WS)			2. (SS)			3. (WS)				Fachsemester				
	V	S	P	V	S	P	V	S	P		1.	2.	3.	4.	
wahlobligatorisch BWL-Profil 1 oder BWL-Profil 2 oder BWL-Profil 3															
BWL-Profil 1: Finanzmanagement, Unternehmensrechnung, Besteuerung: 6 aus 9	4	2		4	2		4	2			8	8	8		**24**
Controlling 1	2	1								sPL 90	4				
Controlling 2				2	1					sPL 90		4			
Internationale Rechnungslegung							2	1		sPL 90			4		
Finanzwirtschaft 2				2	1					sPL 90		4			
Finanzwirtschaft 3				2	1					sPL 90		4			
Finanzwirtschaft 4	2	1								sPL 90	4				
Steuerlehre 3	2	1								sPL 90	4				
Steuerlehre 4				2	1					sPL 90		4			
Steuerlehre 5							2	1		sPL 90			4		
1. Hauptseminar[4]								2		Sonst. Arb. lt. § 9 MPO-AB			6		**6**
BWL-Profil 2: Strategisches Management: 6 aus 9	4	2		4	2		4	2			8	8	8		**24**
Marketing 3	2	1								sPL 90	4				
Marketing 4				2	1					sPL 90		4			
Marketing 5/1 [1]							2	1		sPL 90			4		
Marketing 5/2 [1]							2	1		sPL 90			4		
Unternehmensführung 3	2	1								sPL 90	4				
Unternehmensführung 4				2	1					sPL 90		4			
Unternehmensführung 5							2	1		sPL 90			4		
Projektmanagement							2	1		sPL 90			4		
Produktions- und Logistikmanagement 1	2	1								sPL 90	4				
Produktions- und Logistikmanagement 2				2	1					sPL 90		4			
1. Hauptseminar[4]								2		Sonst. Arb. lt. § 9 MPO-AB			6		**6**
BWL-Profil 3: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre: 6 aus 18[6]	4	2		4	2		4	2			8	8	8		**24**
Controlling 1	2	1								sPL 90	4				
Controlling 2				2	1					sPL 90		4			
Internationale Rechnungslegung							2	1		sPL 90			4		
Finanzwirtschaft 2				2	1					sPL 90		4			
Finanzwirtschaft 3				2	1					sPL 90		4			
Finanzwirtschaft 4	2	1								sPL 90	4				
Steuerlehre 3	2	1								sPL 90	4				
Steuerlehre 4				2	1					sPL 90		4			
Steuerlehre 5							2	1		sPL 90			4		
Marketing 3	2	1								sPL 90	4				
Marketing 4				2	1					sPL 90		4			
Marketing 5/1 [1]							2	1		sPL 90			4		
Marketing 5/2 [1]							2	1		sPL 90			4		
Unternehmensführung 3	2	1								sPL 90	4				
Unternehmensführung 4				2	1					sPL 90		4			
Unternehmensführung 5							2	1		sPL 90			4		
Projektmanagement							2	1		sPL 90			4		
Produktions- und Logistikmanagement 1	2	1								sPL 90	4				
Produktions- und Logistikmanagement 2				2	1					sPL 90		4			
1. Hauptseminar[4]								2		Sonst. Arb. lt. § 9 MPO-AB			6		**6**

weitere branchenübergreifende BWL-, VWL-, Rechtmodule	6	3		2	1		2	1			12	4	4		**20**
Quantitative Methoden 1 aus 2															
Quantitative Unternehmensplanung 1	2	1								sPL 90	4				
Prognoserechnung							2	1		sPL 90			4		
VWL wahlobligatorisch 2 aus 3 Finanzwissenschaft / Industrieökonomik															
Finanzwissenschaft 1	2	1								sPL 90	4				
Finanzwissenschaft 2				2	1					sPL 90		4			
Industrieökonomik 2	2	1								sPL 90	4				
Recht wahlobligatorisch 1 aus 2															
Bürgerliches Recht in Unternehmen und Wirtschaft				2	1					sPL 90		4			
Arbeitsrecht	2	1								sPL 90	4				
wahlobligatorisch 1 aus Quantitative Methoden/VWL/ Recht															
Datenanalyse				2	1					sPL 90		4			
Quantitative Unternehmensplanung 2 [2]				2	1					sPL 90		4			
Industrieökonomik 3				2	1					sPL 90		4			
Wirtschaftstheorie				2	1					sPL 90		4			
Internationale Wirtschaft				2	1					sPL 90		4			
Umweltökonomie 1				2	1					sPL 90		4			
Umweltökonomie 2							2	1		sPL 90			4		
Bürgerliches Recht in Unternehmen und Wirtschaft[3]				2	1					sPL 90		4			
Arbeitsrecht[3]							2	1		sPL 90			4		
Europarecht				2	1					sPL 90		4			
Europäisches Wirtschaftsrecht	2	1								sPL 90	4				
2. Hauptseminar[4]					2					Sonst. Arb. lt. § 9 MPO-AB		6			**6**
3. Hauptseminar[4, 7]								2		Sonst. Arb. lt. § 9 MPO-AB			6		**6**

Teil II: Obligatorische ökonomisch-rechtliche Medienvertiefung															
Module / Fächer	**Semesterwochenstunden**									**Art u. Dauer (in Minuten) der Prüfung**	**Leistungspunkte**				**Summe**
	1. (WS)			**2. (SS)**			**3. (WS)**				**Fachsemester**				
	V	**S**	**P**	**V**	**S**	**P**	**V**	**S**	**P**		**1.**	**2.**	**3.**	**4.**	
Medienökonomie 1 (VWL)	2	1								sPL 90	5				**5**
Medienökonomie 2 (VWL)				2	1					sPL 90		5			**5**
Medienrecht 1	2	1								sPL 90	4				**4**
Medienrecht 2				2	1					sPL 90		4			**4**

Teil III: Wahlobligatorische Medienvertiefung															
Module / Fächer	Semesterwochenstunden									Art u. Dauer (in Minuten) der Prüfung	Leistungspunkte				Summe
	1. (WS)			2. (SS)			3. (WS)				Fachsemester				
	V	S	P	V	S	P	V	S	P		1.	2.	3.	4.	
Medientechnologie[5]															**10**
Obligatorisch: Media Systems Engineering				2	1					sPL 90		4			
Wahlobligatorisch 2 aus 3															
Kommunikationsnetze für MT				2	1					sPL 90		3			
Multimedia-Standards				2						sPL 120		3			
Softwareergonomie				2	2					sPL 120		3			
Medienbezogene Wirtschaftsinformatik[5]															**12**
Wahlobligatorisch 3 aus 7											-	-	-		
Betriebliches Wissensmanagement / Wissensbasierte Systeme							2	1		sPL 60			4		
Grundlagen des Informationsmanagements							2	1		sPL 60			4		
Information Retrieval				2	1					sPL 60		4			
IT Service Management				2						sPL 60		4			
IV-Strategien							2			sPL 60			4		
Methoden und Werkzeuge der Digitalen Fabrik							2	1		sPL 60			4		
Virtual Reality in industriellen Anwendungen				2	1					sPL 60		4			
Medien- und Kommunikationswissenschaft[5]															**10/12**
Wahlobligatorisch (entweder ein Forschungsmodul oder zwei Vertiefungsmodule aus dem jeweils aktuell bekannt gegebenen Angebot des Studiengangs „Medien- und Kommunikationswissenschaft“)															
1 Vertiefungsmodul		2			2					Sonst. Arb. lt. § 9 MPO-AB			6		
2 Vertiefungsmodul		2			2					Sonst. Arb. lt. § 9 MPO-AB			6		
1 Forschungsmodul		2	1		2	1				Sonst. Arb. lt. § 9 MPO-AB			10		

Teil IV: Masterarbeit															
Module / Fächer	Semesterwochenstunden									Art u. Dauer (in Minuten) der Prüfung	Leistungspunkte				Summe
	1. (WS)			2. (SS)			3. (WS)				Fachsemester				
	V	S	P	V	S	P	V	S	P		1.	2.	3.	4.	
Masterarbeit														30	**30**
Summe Teile I-IV Leistungspunkte			**30**			**30**			**30**					**30**	**120**

Legende:

V	Vorlesung	mPL	mündliche Prüfungsleistung
S	Seminar (Form wählbar durch Dozenten)	sPL	schriftliche Prüfungsleistung
P	Praktikum		
WS	Wintersemester		
SS	Sommersemester		

[1] Es kann entweder Marketing 5/1 oder Marketing 5/2 gewählt werden.

[2] Setzt Quantitative Unternehmensplanung 1 voraus.

[3] Abweichend von dem bereits belegten wahlobligatorischen Modul Recht.

[4] Das 2. und das 3. Hauptseminar können aus allen BWL-Modulen, einschließlich Quantitative Methoden, aus allen VWL-Modulen, einschließlich Medienökonomie, und aus allen Rechtmodulen, einschließlich Medienrecht, gewählt werden. Die Hauptseminare müssen an unterschiedlichen Fachgebieten absolviert werden.

[5] Aufgrund der Wahlmöglichkeiten innerhalb der wahlobligatorischen Medienvertiefungen kommt es in Abhängigkeit von den gewählten Modulen zu geringfügigen Verschiebungen der SWS und der LP zwischen dem 2. und 3. Semester.

[6] Innerhalb des BWL-Profils 3 müssen entweder jeweils 2 verschiedene Veranstaltungen aus drei Fachgebieten oder jeweils drei verschiedene Veranstaltungen aus zwei Fachgebieten gewählt werden.

[7] Anstelle des dritten Hauptseminars können aus dem gesamten Katalog der Fächer des Studiengangs zwei weitere Veranstaltungen gewählt werden, welche in Summe mindestens 6 LP ergeben müssen. Sofern im Teil III (Wahlobligatorische Medienvertiefung) durch die entsprechende Wahl der Module oder Fächer 12 LP erzielt werden, kann das Hauptseminar bereits durch eine entsprechende Veranstaltung mit mindestens 4 LP ersetzt werden. Veranstaltungen dürfen insgesamt nicht mehrmals belegt werden.