

Profilbeschreibung für den Bachelor-Studiengang „Angewandte Medienwissenschaft“

Allgemeines Studienziel

Der Studiengang „Angewandte Medienwissenschaft“ bietet ein **sozialwissenschaftlich orientiertes Studium**. Er ist durch die **Integration von kommunikations-, technik- und wirtschaftswissenschaftlichen Lehrinhalten** geprägt (Ilmenauer Modell). Die medientechnische und –praktische Ausbildung wird in enger **Kooperation mit Medienunternehmen** und anderen Organisationen im Kommunikationsbereich durchgeführt.

Ziel des Studiums ist es, den Studierenden ein **fundiertes theoretisches, methodisches und anwendungsorientiertes Wissen** zu vermitteln. Mit den wissenschaftlichen Qualifikationen erhalten die Studierenden auch instrumentelle Fertigkeiten, z.B. im Umgang mit modernen Medientechnologien. Auf diese Weise werden die Studierenden auf die Ausübung unterschiedlicher Kommunikationsberufe umfassend vorbereitet. Der Studiengang vermittelt:

- theoretische und empirische Kenntnisse zur Struktur, Funktion und Entwicklung des Mediensystems,
- methodische Kenntnisse zur Analyse und Konzeption von Kommunikationsprozessen und Medien,
- analytische, strategische und evaluative Fähigkeiten für berufliche Tätigkeiten in den verschiedenen Segmenten öffentlicher Kommunikation (z.B. Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus und Medienmanagement),
- konzeptionelle und analytische Fähigkeiten für die Planung, Gestaltung und Bewertung unterschiedlicher Medienprodukte, insbesondere in Radio und Fernsehen sowie im Multimedia-, Online- und Mobil-Bereich.

Ein erfolgreiches Studium führt zum berufsqualifizierenden Abschluss "**Bachelor of Arts**". Es qualifiziert für die aufbauenden Master-Studien.

Studienablauf

Der Studiengang „Angewandte Medienwissenschaft“ umfasst eine **Regelstudien-dauer von 7 Fachsemestern** und gliedert sich in **elf zeitlich miteinander verzahnte Module** (Anlage 1). Diese bestehen in der Regel aus mehreren inhaltlich und zeitlich aufeinander abgestimmten Fächern und erstrecken sich über maximal vier Studiensemester. Die Inhalte der Module werden durch verschiedene Lehr- und Lernformen vermittelt. Der damit verbundene Studienaufwand wird in Form von Leistungspunkten dokumentiert (Anlage 2). Folgende Zielstellungen und Kurzbeschreibungen liegen der inhaltlichen Ausgestaltung der Module zugrunde:

Modul Kommunikations- und Medientheorie

In dem Modul werden zentrale theoretische Ansätze und empirische Befunde der Kommunikator-, Medienprodukt- und Medienrezeptionsforschung vorgestellt. In dem einführenden Überblick werden neben Fachwissen auch Sozialkompetenzen vermittelt. Darüber hinaus stehen der Erwerb und die Ausweitung spezifischer Kenntnisse

über die Systeme, Organisationen und Rollen, die Inhalte und Formen sowie die Nutzung und Wirkung öffentlicher Kommunikation im Mittelpunkt.

Modul Disziplinäre Ergänzung

Das Modul dient dazu, den Studierenden - ergänzend zur Disziplin der Kommunikations- und Medienwissenschaft - Grundlagenwissen in weiteren einschlägigen medienbezogenen Wissenschaftsdisziplinen zu vermitteln. Insbesondere werden Fach- und Methodenkompetenzen in Medienpsychologie, Medienproduktion, Medienpolitik, Mediengeschichte, Medienkonzeption, Medienethik und Digitaler Kommunikation erworben.

Modul Forschungsmethoden

Das Modul umfasst die Bereiche quantitativer und qualitativer Datenerhebung sowie angewandter Statistik. Es dient dem Erwerb von wissenschaftstheoretischem Grundlagenwissen sowie von empirischer Methodenkompetenz, die anhand praktischer Beispiele gefestigt wird. Studierende werden in die Lage versetzt, empirische Studien zu verstehen und zu beurteilen sowie eigene Daten zu erheben und auszuwerten.

Modul Berufsfeldorientierung

In dem Modul werden berufsfeldspezifische Kenntnisse und instrumentelle Fertigkeiten für ein breites Spektrum von Medienberufen vermittelt. Besonderes Gewicht wird dabei der Fachkommunikation in Technik und Wirtschaft beigemessen. Die in den angebotenen Anwendungsbereichen (z.B. Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus, Medienmanagement) erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen werden im Rahmen eines Medienprojekts gefestigt und in Praxiswerkstätten vertieft.

Modul Schlüsselqualifikationen

In dem Modul werden Schlüsselqualifikationen wie Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen gefördert. Schwerpunkte sind dabei die Anwendung und der Transfer der erworbenen Soft Skills auf das spezifische Fachwissen im beruflichen Kontext. Beispiele für hier angebotene Lehrveranstaltungen sind Zeitmanagement, Konflikt- und Verhandlungstraining, Gender-Kompetenz, Rhetorik und Präsentationstechniken.

Modul Informations- und Medientechnik

Gegenstand des Moduls sind die technologischen Rahmenbedingungen für moderne Medien- und Kommunikationsanwendungen. Ziel ist die Vertiefung mathematischen und elektrotechnisch-physikalischen Wissens aus der Abiturstufe und darauf aufbauend der Erwerb fachlicher Grundkenntnisse über die technischen Grundlagen digitaler Medien, die anhand praktischer Beispiele gefestigt werden. Studierende werden in die Lage versetzt, Tools zur Gestaltung digitaler Medien zu nutzen.

Modul Informatik

Das Modul beschäftigt sich mit den informatischen Bausteinen für Kommunikations- und Medienanwendungen. Ziel des Moduls ist der Erwerb fachlicher Grundkenntnisse zur Beschreibung und Umsetzung von Algorithmen, die anhand praktischer Aufgabenstellungen gefestigt werden. Studierende werden außerdem in die Lage versetzt, elektronische Datei- und Netzanwendungen zu nutzen und in ihrer Funktionsweise zu verstehen.

Modul Wirtschaftswissenschaften

Das Modul dient dem Erwerb grundlegender Fach- und Methodenkompetenzen in Volks- und allgemeiner Betriebswirtschaftslehre. Eine berufsfeldorientierte Ausweitung erfolgt auf den Gebieten der Medienökonomie, des Marketings und des Projektmanagements. Die vertiefenden Veranstaltungen zum Medienmanagement zielen auf eine Festigung der erworbenen Kompetenzen, erweitern diese auf operative und strategische Führungsaufgaben in Medienunternehmen und beziehen hierbei den Erwerb notwendiger Sozialkompetenzen („management skills“) ein.

Modul Rechtswissenschaften

Auf der Basis einer Einführung in das Recht und die Methodik des juristischen Denkens und Argumentierens dient das Modul dem Erwerb grundlegender Fachkompetenzen aus dem Bereich des Zivilrechts. Hierauf aufbauend erfolgen der Erwerb und die Ausweitung spezifischer Kenntnisse im Medienrecht, die in allen Medienberufen, auf die das Studium zielt, unverzichtbar sind.

Modul Fachpraktikum

Das Fachpraktikum mit einer Dauer von mindestens 20 Wochen dient der Überprüfung, Anwendung und Vertiefung bzw. Erweiterung bisher erworbenen Wissens und erworbener Fähigkeiten unter den Bedingungen eines späteren beruflichen Einsatzfeldes. Es macht die Studierenden mit medialen Arbeitsprozessen und -methoden sowie mit organisatorischen und sozialen Verhältnissen in Unternehmen und anderen Organisationen bekannt und führt sie an spätere berufliche Tätigkeiten heran.

Modul Bachelor-Arbeit

Mit der das Studium abschließenden Bachelor-Arbeit sollen die Studierenden ihre Fähigkeit unter Beweis stellen, sich auf der Grundlage von Fachliteratur und der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen mit einem Thema ausführlich wissenschaftlich auseinanderzusetzen, ihre Erkenntnisse in einem Vortrag darzustellen und in der Diskussion zu verteidigen.

Berufsfelder

Das Studium der „Angewandten Medienwissenschaft“ bildet für ein **breit gefasstes Spektrum von Kommunikationsberufen** aus, das Berufsfelder im Bereich Medienkommunikation (Öffentlichkeitsarbeit, Fachjournalismus, Markt- und Meinungsforschung) ebenso einschließt wie innovative Berufsfelder im Bereich Medienkonzeption / Medienproduktion (Konzeption multimedialer Produkte und Dienstleistungen, Film- und Fernsehproduktion, Gestaltung von E-Learning-Angeboten) und im Bereich Medienmanagement / E-Business (Management von Medienprojekten, E-Business-Consulting, Datenschutz/ Verbraucherschutz).

Hauptarbeitsbereiche der Absolventinnen und Absolventen des Studienganges „Angewandte Medienwissenschaft“ sind PR-Agenturen, Werbe- und Marketingagenturen, Bildungs- und Forschungseinrichtungen, Medienanstalten und Rundfunkunternehmen, Medienproduktionsfirmen, Verlage sowie Multimedia- und Musikunternehmen. Auch entsprechende Abteilungen von Industrie- und Handelsunternehmen, der öffentlichen Verwaltung sowie Consulting-Unternehmen, Parteien und Verbände bieten Beschäftigungsmöglichkeiten.