

TECHNISCHE UNIVERSITÄT ILMENAU

Studienordnung

für den bilingualen Studiengang

Medien- und Kommunikationswissenschaft/

Media and Communication Science

mit dem Abschluss „Master of Arts“

- In der Fassung der Ersten Änderung -

Gemäß § 3 Abs. 1 in Verbindung mit § 34 Abs. 3 des Thüringer Hochschulgesetzes (ThürHG) vom 21. Dezember 2006 (GVBl. S. 601), zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 2. Juli 2016 (GVBl. S. 205) und durch Artikel 3 des Gesetzes vom 2. Juli 2016 (GVBl. S. 226) erlässt die Technische Universität Ilmenau (nachstehend „Universität“ genannt) auf der Grundlage der Prüfungsordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor“ und „Master“ (PO-AB) der Universität, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nr. 115/2013, in der jeweils geltenden Fassung, und der Prüfungsordnung – Besondere Bestimmungen - (PO-BB) für den bilingualen Studiengang Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master of Arts“, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nr. 127/2013 in der jeweils geltenden Fassung, folgende Studienordnung für den bilingualen Studiengang Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master of Arts“, veröffentlicht im Verkündungsblatt Nr. 127/2013.

Der Rat der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien hat diese Änderung am 7. Juni 2016 beschlossen. Der Senat hat sie am 5. Juli 2016 befürwortet. Der Rektor hat sie am 7. Juli 2016 genehmigt. Sie wurde dem Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft mit Schreiben vom 7. Juli 2016 angezeigt.

Inhaltsübersicht

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Regelstudienzeit, Profiltyp
- § 3 Studienvoraussetzungen
- § 4 Ziel und Inhalt des Studiums, Berufsfeld
- § 5 Aufbau des Studiums, Studienplan
- § 6 Lehr- und Lernformen
- § 7 Studienberatung
- § 8 In-Kraft-Treten

Anlagen

Anlage 1: Studienplan

Anlage 2: Profilbeschreibung

Anlage 3: Zugangsvoraussetzungen

Anlage 4: Entstehung von Arbeitsaufwand bei der Erbringung von Prüfungs- und Studienleistungen

§ 1 Geltungsbereich

(1) Die Studienordnung (StO) regelt auf der Grundlage der Prüfungsordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor“ und „Master“ (PO-AB) der Universität, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nr. 115/2013, und der Prüfungsordnung – Besondere Bestimmungen – (PO-BB) für den bilingualen Studiengang Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master of Arts“ Inhalte, Ziel, Aufbau und Gliederung des Studiums.

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

§ 2 Regelstudienzeit, Profiltyp

(1) Der Studienplan in der Anlage 1 ist Bestandteil dieser Ordnung und so gestaltet, dass das Studium mit allen Prüfungs- und Studienleistungen einschließlich der Masterarbeit in der Regelstudienzeit von 3 Semestern abgeschlossen werden kann.

(2) Der Studiengang hat gemäß der vom Akkreditierungsrat aufgestellten Kriterien den Profiltyp „stärker forschungsorientiert“.

§ 3 Studienvoraussetzungen

Neben den allgemeinen Zugangsvoraussetzungen für die Zulassung zu einem Masterstudiengang nach dem Thüringer Hochschulgesetz gelten die in Anlage 3 zu dieser Ordnung geregelten besonderen Zugangsvoraussetzungen für diesen Studiengang.

§ 4 Ziel und Inhalt des Studiums, Berufsfeld

(1) Ziel des Studiums ist es, dass sich die Studierenden in einem forschungsorientierten, theoretisch und methodisch anspruchsvollen, transnational ausgerichteten und zugleich mit der Praxis verbundenen Ausbildungsgang vertiefte Qualifikationen zu theoretischen Ansätzen und Forschungsmethoden sowie aktuellen Befunden zur medienvermittelten Kommunikation aneignen. Durch die Integration in den jeweils individuell sehr unterschiedlichen Kontext ihrer bisherigen Bildungsbiographien werden die Studierenden befähigt, neue und komplexe Probleme in Wissenschaft, Unternehmen und gesellschaftlichen Organisationen zu analysieren und zu lösen. Das von Eigenverantwortung geprägte Studium versetzt die Studierenden in die Lage, Projekte aufzubauen und zu leiten. Auf diese Weise werden die Studierenden sowohl zur Ausübung unterschiedlicher Kommunikationsberufe mit Führungsaufgaben als auch zu einer wissenschaftlichen Tätigkeit mit dem Ziel einer Promotion befähigt. In der Profilbeschreibung in der Anlage 2 werden die Qualifikationsziele und Berufsfelder ausführlich benannt.

(2) Der Studiengang befasst sich aus sozialwissenschaftlicher Perspektive vertiefend mit Fragen der Produktion, Nutzung und Wirkung von Medien sowie gesellschaftlicher Kommunikation. Die inhaltliche Ausgestaltung des zumeist englischsprachigen Studiums ermöglicht eine individuelle Schwerpunktbildung in den drei, aus den Forschungsaktivitäten des Instituts für Medien und Kommunikationswissenschaft resultierenden Bereichen:

- strategische Kommunikation/Public Relations
- Medienmanagement/Innovationskommunikation
- Online-Kommunikation/Digitale Spiele

Eine Beschreibung der inhaltlichen Schwerpunkte und ein Überblick zur inhaltlichen Ausgestaltung der Module sind in der Profilbeschreibung in der Anlage 2 enthalten.

§ 5 Aufbau des Studiums, Studienplan

(1) Das Studium ist modular aufgebaut. Ein Modul besteht aus einer oder mehreren inhaltlich und zeitlich aufeinander abgestimmten Lehrveranstaltungen und ist als Lerneinheit zu verstehen. Die einzelnen Module beinhalten die Vermittlung bzw. Erarbeitung des Stoffgebietes und der entsprechenden Kompetenzen. Das Studium enthält neben dem Modul „Masterarbeit“ das sogenannte „Orientierungsmodul“ als Pflichtmodul. Darüber hinaus sind 7 Wahlmodule auszuwählen. Alle Module sind im Modulhandbuch abgebildet. Die Inhalte der Module werden durch zumeist diskursive und auf eigenverantwortliches, selbstgesteuertes Lernen zielende Lehr- und Lernformen gemäß §6 vermittelt. Der dabei entstehende Arbeitsaufwand wird nach den Richtlinien zur Entstehung von Arbeitsaufwand in Anlage 4 auf Leistungspunkte abgebildet. Es wird empfohlen, alle Module in der im Studienplan festgelegten Reihenfolge zu studieren. Insbesondere sollten die Lehrveranstaltungen des „Orientierungsmoduls“ unmittelbar zu Studienbeginn absolviert werden.

(2) Der individuellen Profilierung im Studiengang dienen die als „Forschungsmodule“ und „Vertiefungsmodule“ bezeichneten Wahlmodule, in denen insgesamt 54 LP erbracht werden müssen. In ihnen müssen die Studierenden ein meist englischsprachiges Angebot aus dem semesteraktuell im Modulhandbuch dargestellten Wahlkatalog wählen.

(3) Einen bedeutenden Stellenwert nimmt im bilingualen Studium die Internationalisierung ein. Über die Beschäftigung mit transnationalen Problemen hinaus sollen die Studierenden im Rahmen eines bilingualen Studiums durch englischsprachige Lehrveranstaltungen und den Kontakt mit internationalen Studierenden in die Lage versetzt werden, sich auf einem globalen Arbeitsmarkt zu bewegen. Der bilinguale Studiengang richtet sich damit gleichermaßen an inländische (d.h. deutschsprachige) und ausländische (d.h. englischsprachige) Studierende. Alle Veranstaltungen des Orientierungsmoduls werden in der Regel ausschließlich in englischer Sprache angeboten. Damit auch englischsprachige Studierende ohne ausreichende Kenntnis der deutschen Sprache den Studiengang vollständig absolvieren können, werden im Bereich der Vertiefungsmodule sowie im Bereich der Forschungsmodule in jedem Semester entsprechende englischsprachige Angebote unterbreitet.

(4) Im Interesse der Entwicklung kommunikativer und organisatorischer Kompetenzen wird dem Studierenden empfohlen, sich zusätzlich zu den im Studienplan vorge-

schriebenen Lehrveranstaltungen als Tutor in einem Bachelorstudiengang der Technischen Universität Ilmenau einzubringen.

(5) Die Studierenden sind aufgefordert in den Selbstverwaltungsgremien der Universität mitzuarbeiten sowie im gesellschaftlichen und kulturellen Umfeld der Universität mitzuarbeiten.

§ 6 Lehr- und Lernformen

Die wesentlichen Formen der Lehrveranstaltungen sind Vorlesungen und Seminare, Forschungsseminare, Hausarbeiten sowie Kolloquien.

- **Vorlesungen** bieten eine zusammenhängende Darstellung des Lehrstoffes einschließlich der Behandlung fachspezifischer Methoden durch den Vortragenden und erwarten ein individuelles Vor- und Nacharbeiten mit Hilfe von Lehrbüchern. In der Regel vermitteln sie die Grundlagen des jeweiligen Lehrgebietes.
- **Seminare** ergänzen, festigen und vertiefen das bisher erworbene Wissen anhand von spezifischen Problemstellungen, Aufgaben und Beispielen. Sie haben weiterhin den Erwerb von Methodenkenntnissen zum Inhalt. Die Auseinandersetzung mit Fachliteratur und der Diskurs sind wichtige Bestandteile dieser Lehrveranstaltungsform. Die Studierenden werden aktiv in die Lösung der Problemstellung einbezogen und zur Teamarbeit angehalten.
- **Forschungsseminare** sollen bei den Studierenden die Fähigkeit vertiefen, sich auf der Grundlage von Fachliteratur und der bisher erworbenen Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten mit einem Thema ausführlich wissenschaftlich auseinanderzusetzen, ihre Erkenntnisse in einem Vortrag darzustellen und in der Diskussion zu verteidigen. Sie setzen vertiefte fachliche Kenntnisse voraus und zeichnen sich aus durch eine theoretisch fundierte und gegebenenfalls empirische Bearbeitung einer Forschungsfrage.
- **Hausarbeiten** haben das Ziel, kommunikations- und medienwissenschaftliche Themenstellungen auszuarbeiten, zu untersuchen und Lösungen zu erarbeiten. Fachübergreifende Themenstellungen, insbesondere solche in Verbindung mit den Masterstudiengängen Medientechnologie und Medienwirtschaft sind ausdrücklich erwünscht. Die Hausarbeiten sind in der Regel studienbegleitend angelegt, werden von einzelnen Studierenden oder von kleinen Gruppen bearbeitet und sollen auch die Fähigkeit zur Teamarbeit fördern.
- **Kolloquien** dienen dem Ziel, die Studierenden mit neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen und Entwicklungen des Fachgebietes bekannt zu machen. Zugleich bieten sie die Möglichkeit, eigene Arbeits- und Forschungsergebnisse zur Diskussion zu stellen. Eine besondere Form des Kolloquiums ist das Kandidatenseminar im Modul „Masterarbeit“.

Dem wissenschaftlichen Selbststudium kommt in allen Phasen des Studiums eine hervorragende Bedeutung bei der Förderung des kritischen, methodischen und kreativen Denkens sowie der selbständigen wissenschaftlichen Arbeit zu. Eine wichtige Form ist hierbei die Arbeit in der Gruppe.

§ 7 Studienberatung

(1) Zu Beginn des Studiums erfolgt eine Einführung in den Studiengang, wobei die Studierenden über den Ablauf des gesamten Studiums und ihre Möglichkeiten zu einer individuellen Gestaltung beraten werden.

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

(3) Während des Studiums können sich die Studierenden nach Vereinbarung beim Vorsitzenden des Prüfungsausschusses sowie bei den an der Ausbildung im Studiengang beteiligten Professoren der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien beraten lassen.

§ 8 In-Kraft-Treten

Diese Ordnung tritt am Tag nach der Veröffentlichung im Verkündungsblatt der Universität in Kraft.

Ilmenau, den 7. Juli 2016

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

Anlage 1: Studienplan

Module / Fächer	Modul-/ Fachart	Abschlussverpflichtung (Form und Dauer der PL ist im Modulhandbuch definiert)		Gewicht	Fachsem.			Summe LP	Anzahl der PL je FS		
					1.	2.	3.		1.	2.	3.
					LP	LP	LP		LP	LP	LP
Orientierungsmodul		MP	= zugeordnete PL	6				6			
Trends in Media and Communication Science	P		PL	3	3				1		
Scientific Work and Empirical Research	P		PL	3	3				1		
Forschungsmodul (siehe Wahlkatalog)											
Forschungsmodul F1	W	MP		10	4	6		10		1	
Forschungsmodul F2	W	MP		10	4	6		10		1	
Forschungsmodul F3	W	MP		10	4	6		10		1	
Vertiefungsmodul (siehe Wahlkatalog)											
Vertiefungsmodul V1	W	MP		6	6			6	1		
Vertiefungsmodul V2	W	MP		6	6			6	1		
Vertiefungsmodul V3	W	MP		6		6		6		1	
Vertiefungsmodul V4	W	MP		6		6		6		1	
Modul Masterarbeit		MP		30				30			
Kandidatenseminar	P		S				2				
Masterarbeit	P		PL	20			27				1
Abschlusskolloquium	P		PL	10			1				1
Summen					30	30	30	90	4	5	2
		P	Pflichtmodul								
		W	Wahlmodul								
		MP	Modulprüfung								
		PL	Prüfungsleistung								
		Sb	benotete Studienleistung								
		LP	Leistungspunkte								

Anlage 2: Profilbeschreibung für den bilingualen Masterstudiengang „Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science“ mit dem Abschluss „Master of Arts“

1. Zielstellung und Qualifikationsprofil

Der bilinguale Masterstudiengang „Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science“ bietet ein **sozialwissenschaftlich orientiertes Studium**. Er ist durch die **Integration von kommunikations-, technik- und wirtschafts- bzw. rechtswissenschaftlichen Lehrinhalten** unter dem gemeinsamen inhaltlichen Fokus der Medien, insbesondere auch der digitalen Medien geprägt (Ilmenauer Modell). Der Studiengang ist **forschungsorientiert** angelegt und eng verzahnt mit den aktuellen, mittel- und langfristigen Forschungsaktivitäten am IfMK.

Ziel des Masterstudiengangs ist es, dass sich die Studierenden in einem forschungsorientierten, **theoretisch und methodisch** anspruchsvollen, **transnational** ausgerichteten und zugleich mit der Praxis verbundenen Studium vertiefte Qualifikationen zu theoretischen Ansätzen und Forschungsmethoden sowie aktuellen Befunden zur medienvermittelten Kommunikation aneignen. Durch die Integration in den jeweils individuell sehr **unterschiedlichen Kontext** ihrer bisherigen Bildungsbiographien werden die Studierenden befähigt, neue und **komplexe Probleme** in Wissenschaft, Unternehmen und gesellschaftlichen Organisationen zu analysieren und zu lösen. Das von Eigenverantwortung geprägte Studium versetzt die Studierenden in die Lage, **Projekte** aufzubauen und zu leiten. Auf diese Weise werden die Studierenden sowohl zur Ausübung unterschiedlicher Kommunikationsberufe mit Führungsaufgaben als auch zu einer wissenschaftlichen Tätigkeit mit dem Ziel einer Promotion befähigt.

Die Absolventinnen und Absolventen des bilingualen Masterstudiengangs „Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science“

1. haben die Qualifikationsziele des vorangegangenen Bachelorstudiums im Rahmen des Masterstudiums in einem fachlichen Reifeprozess weiter verarbeitet und eine größere Sicherheit in der Anwendung und Umsetzung der fachlichen und außerfachlichen Kompetenzen erworben,
2. haben sich tiefgehende Fachkenntnisse in typischen Gesellschafts- und Wirtschaftsfeldern angeeignet,
3. sind fähig, die erworbenen sozialwissenschaftlichen sowie fachrelevanten wirtschaftswissenschaftlichen, mathematischen und ingenieurwissenschaftlichen Methoden zur Formulierung und Lösung komplexer Problemstellungen in Forschung und Entwicklung in der Industrie oder in Forschungseinrichtungen erfolgreich einzusetzen, sie kritisch zu hinterfragen und sie bei Bedarf auch weiter zu entwickeln,
4. verfügen über fachliche Tiefe und Breite, um sich sowohl in zukünftige Entwicklungen im eigenen Fachgebiet wie auch in die Randgebiete des eigenen Fachgebietes selbstständig rasch einzuarbeiten zu können,
5. verfügen über soziale Kompetenzen, welche insbesondere gut auf Führungsaufgaben vorbereiten (Team- und Kommunikationsfähigkeit, internationale und interkulturelle Erfahrung, gesellschaftliches, ökologisches und ethisches Bewusstsein usw.),
6. sind in der Lage, innovative Konzepte und Lösungen zu grundlagenorientierten Fragestellungen ihres Fachgebietes unter Einbeziehung anderer Disziplinen zu entwickeln

7. sind durch englischsprachige Lehrveranstaltungen, die Beschäftigung mit transnationalen Problemen und den Kontakt mit internationalen Studierenden hervorragend in der Lage, sich auf einem globalen Arbeitsmarkt zu bewegen.

2. Inhaltliche Schwerpunkte und Studienablauf

Der bilinguale Masterstudiengang „Medien- und Kommunikationswissenschaft / Media and Communication Science“ vermittelt:

- analytische, strategische und evaluative Fähigkeiten, um komplexe technische, wirtschaftliche und politische Sachverhalte kommunikationswissenschaftlich zu erforschen
- weiterführende Qualifikationen für leitende Tätigkeiten in den verschiedenen Bereichen der öffentlichen Kommunikation
- eine dezidiert internationale Sichtweise auf die Probleme und Perspektiven der medienvermittelten Kommunikation
- vertiefende theoretische und methodologische Kenntnisse der Kommunikations- und Medienwissenschaft unter Berücksichtigung interdisziplinärer Grundlagen

Der Studiengang umfasst eine Regelstudienzeit von 3 Fachsemestern und besteht aus mehreren inhaltlich und zeitlich aufeinander abgestimmten Modulen. Die Inhalte der Module werden durch zumeist diskursive und auf eigenverantwortliches, selbstgesteuertes Lernen zielende Lehr- und Lernformen vermittelt. Der damit verbundene Studienaufwand wird in Form von Leistungspunkten dokumentiert.

Die inhaltliche Ausgestaltung des zumeist englischsprachigen Studiums gliedert sich in die obligatorischen Orientierungsmodule, die wahlobligatorischen Forschungsmodule und die ebenfalls wahlobligatorischen Vertiefungsmodule in den ersten beiden Studiensemestern sowie in die Abschlussarbeit (Masterarbeit) inklusive Kolloquium im letzten Studiensemester. Sie ermöglicht eine individuelle Schwerpunktbildung in den drei, aus den Forschungsaktivitäten des IfMK resultierenden Bereichen:

- strategische Kommunikation/Public Relations
- Medienmanagement/Innovationskommunikation
- Online-Kommunikation/Digitale Spiele

Orientierungsmodul

In diesem mit Kompaktkursen zu Studienbeginn realisierten Modul erhalten die Studierenden einen vertiefenden Überblick zu den wichtigsten Theorien und Methoden der Kommunikationswissenschaft sowie zu den aktuellen und mittelfristigen Forschungsaktivitäten am IfMK. Sie vermitteln den aus unterschiedlichen Bachelorstudiengängen kommenden Studierenden damit eine einheitliche Theorie- und Methodenbasis für nachfolgende gemeinsame Studien. Zugleich befähigen sie die Studierenden zu einer kompetenten Auswahlentscheidung in Bezug auf die anschließenden, ausschließlich wahlobligatorischen Forschungs- und Vertiefungsmodule.

Forschungsmodule

In diesen wahlobligatorischen Modulen werden die Studierenden mit innovativen Forschungsprojekten konfrontiert und auf der Grundlage eines vertieften Theorie- und Methodenwissens befähigt, ihre forschungsmethodischen Fähigkeiten zu entwickeln und eigene Beiträge zu wissenschaftlicher Forschung zu erbringen. Von den Studierenden

wird erwartet, dass sie je nach gewähltem Angebot spezifische Probleme der Medienwelt des 21. Jahrhunderts, in denen technische Innovationen als Ursache oder potentielle Lösung eine Rolle spielen, analysieren und Lösungsansätze entwickeln.

Bei einer Schwerpunktsetzung im Bereich „Strategische Kommunikation/Public Relations“ widmen sich die Studierenden dementsprechend meist empirischen Projekten aus der Anwendungs- und Grundlagenforschung. Bei einer Schwerpunktbildung im Bereich „Medienmanagement/ Innovationskommunikation“ befassen sich die Studierenden z.B. mit der Unternehmensgründung und -führung (Entrepreneurship) oder der empirischen Marktanalyse und Produktevaluation von Medien- und Technikinnovationen hinsichtlich Zielgruppenerwartungen, Usability, Akzeptanzhemmnissen usw. Studierende, die einen Schwerpunkt im Bereich „Online-Kommunikation/Digitale Spiele“ setzen wollen, befassen sich mit der Konzeption, Produktion, Beschaffung, Distribution und empirischen Evaluation von Mitteln der Online-Kommunikation, von digitalen Spielen, Unterhaltungsangeboten sowie Anwendungen der Mobile Mixed Reality und Multimedia-Information.

Vertiefungsmodule

In diesen ebenfalls wahlobligatorischen Modulen vertiefen und erweitern die Studierenden ihr sozialwissenschaftliches Theorie- und Methodenwissen sowie ihr wirtschaftswissenschaftliches bzw. natur- und ingenieurwissenschaftliches Grundlagenwissen in spezifischen Themenbereichen. Dies befähigt sie zum Verständnis der spezifischen Besonderheiten und Theoriekontexte des jeweiligen Themenbereiches sowie zur theoretischen und empirischen Analyse typischer themenspezifischer Phänomene und aktueller Entwicklungen im Medienbereich.

Studierende, die einen Schwerpunkt im Bereich „Strategische Kommunikation/Public Relations“ ausprägen wollen, fokussieren dabei die theoretische Analyse und Diskussion sowie die Konzeption, Planung und Umsetzung strategischer Kommunikationsaktivitäten. Bei der Ausprägung eines Schwerpunktes im Bereich „Medienmanagement/ Innovationskommunikation“ bildet die theoretische Analyse und die praktische Entwicklung, Vermarktung und Führung erfolgreicher Medienprodukte sowie die zielgruppenadäquate Innovations- und Risikokommunikation den thematischen Mittelpunkt. Für Studierende, die eine schwerpunktmäßige Vertiefung im Bereich „Online-Kommunikation/Digitale Spiele“ anstreben, geht es einerseits um kommunikationswissenschaftliche, medien-/sozialpsychologische, soziologische sowie politikwissenschaftliche Ansätze zur Analyse von Online-Kommunikation. Andererseits vertiefen und erweitern die Studierende ihr natur- und ingenieurwissenschaftliches sowie ökonomisches Grundlagenwissen im Bereich der Multimedia-Anwendungen.

Masterarbeit

Mit der das Studium abschließenden Masterarbeit soll jeder Studierende zeigen, dass er in der Lage ist, innerhalb eines vorgegebenen Zeitraumes ein Problem selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu lösen, die Themenstellung sowie die daraus entwickelte Vorgehensweise in einem Kandidatenseminar vorzustellen und die Ergebnisse der Masterarbeit in einem abschließenden Kolloquium vorzutragen und in der Diskussion zu verteidigen.

3. Bedarf an Absolventen in der Wirtschaft

Das Studium im Masterstudiengang „Medien- und Kommunikationswissenschaft / Media and Communication Science“ bereitet auf ein **breites Spektrum von Tätigkeiten** in unterschiedlichen, durch den individuell ausgeprägten Studienschwerpunkt determinierten, **forschungs- und innovationsorientierten Berufsfeldern** vor.

Absolventen mit Schwerpunktbildung im Bereich „Strategische Kommunikation/Public Relations“ sind hervorragend vorbereitet auf Tätigkeiten bei den verschiedensten Arbeitgebern:

- Kommunikationsagenturen, PR, Werbung, Marketing, interne Kommunikation
- Verbände, Interessenorganisationen, Kommissionen, Parteien, Behörden und staatliche Stellen, z. B. als Pressesprecher oder Kommunikationsleiter
- Unternehmens- und Politikberatung
- Markt-, Publikums- und Medienforschung
- Kommunikationsmanagement
- Kommunikationswissenschaft

Mögliche Tätigkeitsfelder für Absolventen mit Schwerpunktbildung im Bereich „Medienmanagement/Innovationskommunikation“ umfassen Führungspositionen in den Feldern:

- Kommunikations-, Medien- und Projektmanagement, Produktentwicklung
- PR und Kommunikation für Technologien und Innovationen
- Fach- oder Wissenschaftsjournalismus, E-Learning
- Innovations- und Usabilityforschung, Technikfolgenabschätzung, Medien- und Kommunikationsberatung, Politikberatung
- Kommunikationswissenschaft

Absolventen mit Schwerpunktausprägung im Bereich "Online-Kommunikation/Digital Games" sind bestens auf Führungspositionen in verschiedenen Medienbereichen vorbereitet:

- Medienentwicklung und Projektmanagement im Online- und Games-Bereich
- Entertainment Engineering
- Vermarktung digitaler Unterhaltungsangebote, z. B. in TV-Produktionsunternehmen, TV-Sendern und bei Werbevermarktern
- Forschung und Entwicklung, Markt- und Medienforschung, Usabilityforschung, Technikfolgenabschätzung
- Kommunikationswissenschaft

4. Vorhandensein der Kapazitäten

Die Umsetzung der kurz- und mittelfristigen Entwicklungsziele des Instituts für Medien und Kommunikationswissenschaft sowie die Planung des Lehrangebots sind darauf ausgerichtet, im bilingualen Masterstudiengang „Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science“ in jedem Semester eine Seminargruppe neu zu immatrikulieren.

Anlage 3: Zugangsvoraussetzungen

- (1) Die Zulassung zum Studium setzt – unbeschadet der allgemeinen Zugangsvoraussetzungen – das Vorliegen der sprachlichen Voraussetzungen gemäß Absatz 2 sowie das Bestehen der Eignungsprüfung gemäß Absatz 3 voraus. Die Eignungsprüfung dient der Feststellung, ob die Bewerber den für den Studiengang besonderen fachspezifischen Anforderungen genügen.
- (2) Das Studium erfordert die Beherrschung der englischen Sprache mindestens auf dem Niveau C1 des Common European Framework of Reference for Languages (CEFR). Dies ist wie folgt nachzuweisen:
 - für englischsprachige Muttersprachler durch:
 - eine englischsprachige Hochschulzugangsberechtigung oder
 - einen englischsprachigen ersten akademischen Hochschulabschluss.
 - für nicht englischsprachige Muttersprachler durch einen der folgenden Nachweise der englischen Sprachkenntnisse:
 - Test of English as a Foreign Language (TOEFL) mit folgender Mindestpunktzahl: 100 IBT (Internet-Based Test) oder 250 CBT (Computer-Based Test) oder 600 ITP (Institutional Testing Program)
 - Test of English for International Communication (TOEIC) mit Mindestpunktzahl 800
 - International English Language Testing System (IELTS) mit Mindestniveau 6,5
 - Cambridge Exam mit Mindestniveau CAE (Certificate of Advanced English)
 - Common European Framework of Reference for Languages (CEFR) Mindestniveau C1
 - Modulprüfung „Englisch, Fachsprache der Medien“ im BA-Studiengang „AMW“ mit Mindestniveau „gut“ (2,3)
- (3) Gegenstand der Eignungsprüfung ist der Nachweis der fachspezifischen Eignung durch eine Kombination der in Absatz 4 bis 6 benannten und anhand von Punktzahlen gewichteten Merkmale. Für das Bestehen der Eignungsprüfung muss der Bewerber eine Gesamtpunktzahl von mindestens 70 Punkten erreichen. Davon müssen mindestens 30 Punkte durch die in Absatz 4 genannten Kriterien erreicht werden.
- (4) Der Abschluss wird gemäß § 60 Absatz 1 Nr. 4 ThürHG hinsichtlich der fachlichen Einschlägigkeit mit bis zu 60 Punkten anhand folgender Kriterien bewertet:
 - Inhaltlicher Bezug zur Kommunikations- und Medienforschung, insbesondere Vermittlung von Kenntnissen zur Funktion, Struktur und Entwicklung des Mediensystems sowie von Überblickskenntnissen zu den wichtigsten Theorien und Forschungsmethoden der Kommunikations- und Medienwissenschaft mit bis zu maximal 20 Punkten;

- Interdisziplinarität in der Zusammensetzung des Curriculums sowie in thematischen Zugängen auf Fachebene, insbesondere Vermittlung eines Grundverständnisses für technische und wirtschaftliche Prozesse mit bis zu maximal 20 Punkten;
 - Inhaltlicher Bezug zur Kommunikations- und Medienpraxis, insbesondere Vermittlung von Fähigkeiten zur zielgruppen-, medien- und marktgerechten Planung, Gestaltung und Bewertung unterschiedlicher Medienprodukte, insbesondere in Hörfunk und Fernsehen sowie im Multimedia-, Online- und Mobil-Bereich im Rahmen von Praktika mit bis zu maximal 10 Punkten;
 - Internationalität, insbesondere hinsichtlich im Curriculum vorgesehener Zeiten für Auslandsaufenthalte (Praktika, Studienaufenthalte) mit bis zu maximal 10 Punkten.
- (5) Ferner wird der Grad der Qualifikation nach der Abschlussnote bewertet:
- sehr gut = 20 Punkte
 - gut = 10 Punkte
 - befriedigend = 5 Punkte
- (6) Weiterhin wird der Grad der fachspezifischen Eignung mit bis zu maximal 40 Punkten, anhand nachfolgender Kriterien bewertet:
- Kompetenzen und Fähigkeiten in der Kommunikations- und Medienforschung gemäß Absatz 4 Anstrich 1 anhand einer nachweisbaren qualifizierten Berufserfahrung mit bis zu maximal 10 Punkten;
 - Feststellung von Fähigkeiten und Fertigkeiten aus der Kommunikations- und Medienpraxis gemäß Absatz 4 Anstrich 3 anhand nachgewiesener qualifizierter beruflicher Tätigkeiten mit bis zu maximal 10 Punkten;
 - Bereitschaft und Motivation zu interdisziplinärer Forschung anhand des Motivationsschreibens sowie des Exposés für eine mögliche wissenschaftliche Forschungsarbeit mit bis zu maximal 10 Punkten;
 - Feststellung internationaler Erfahrungen anhand nachgewiesener Auslandsaufenthalte (Praktika, Studienaufenthalte, berufspraktische Tätigkeiten) mit bis zu maximal 10 Punkten.
- (7) Erreicht der Bewerber auf Grundlage der Bewerbungsunterlagen weniger als 60 aber mehr als 45 Punkte, wird seine Eignung in einer 30-minütigen mündlichen Prüfung festgestellt. Die Prüfung ist bezogen auf die in den Absätzen 4 und 6 beschriebenen Kompetenzen mit bis zu 30 Punkten (= sehr gut) zu bewerten.
- (8) Für die Entscheidung der Eignung nach Absatz 1 ist die Zulassungsstelle im Einvernehmen mit dem Prüfungsausschuss zuständig.

Anlage 4: Entstehung von Arbeitsaufwand bei der Erbringung von Prüfungs- und Studienleistungen

Die aufgeführten Kennwerte folgen den länderübergreifenden Strukturvorgaben, dass 1 LP dem Arbeitsaufwand von 30 Stunden entspricht. Sie bilden im Sinne von Richtwerten die Grundlage für die Planung der Lehrveranstaltungen. Der ausgewiesene Arbeitsaufwand sollte dementsprechend weder deutlich unter- noch überschritten werden.

Leistungstyp	Spezifikation	Leistungspunkte		
Anwesenheit	Vorlesung (zzgl. Vor- und Nachbereitung sowie Klausurvorbereitung)	je 22,5 h Präsenzzeit	2	
	Seminar (zzgl. Vor- und Nachbereitung)	je 22,5 h Präsenzzeit	1	
Mündliche Referate	Einfaches Literaturreferat (kleine Literaturbasis, kaum kreative Eigenleistung) oder mündliche Präsentation von Forschungsergebnissen	15 min	0,5	
		25 min	1	
	Komplexes Literaturreferat (umfangreichere Literatur-recherche, differenzierte Analyse des Themas)	20 min	1,5	
		30 min	2	
	Zwei Kurzpräsentationen	je 5 Min	0,5	
Schriftliche Hausarbeiten			referatsbasiert	nicht referatsbasiert
	Einfache schriftliche Hausarbeit (kleine Literaturbasis, kaum kreative Eigenleistung)	10 S.	0,5	1,0
		Je weitere 5 S.	0,5	0,5
	Komplexe schriftliche Hausarbeit (umfangreichere Literaturrecherche, differenzierte Analyse des Themas)	15 S.	1	1,5
		Je weitere 5 S.	0,5	0,5
	Buchrezension	5 S.	1,0	
	Forschungsbericht basierend auf Konzeption und Auswertung einer Datenerhebung	20 S.	1,5	
		Je weitere 5 S.	0,5	

Empirische Forschung	Zeitaufwendige Datenerhebungen: Persönliche/telefonische Befragung, manuelle Inhaltsanalyse, Beobachtung, Gruppendiskus- sionen, Verhaltensspurenmessung Experimente etc. (berücksichtigt werden müssen auch Rek- rutierung von Vpn, Beschaffung von Analyse- material, Dateneingabe und Datenauswertung	(zeitl. Dauer für die Rekrutie- rung, Erhebung, Auswertung etc. einer Einheit wird im Pretest ermittelt und dann umgerechnet) Je 30 Stunden	1
	Entwicklung von Datenerhebungsinstrumen- ten, Untersuchungsdesigns	Zeitaufwand wird anhand der Komplexität geschätzt und im Laufe des Semester gemeinsam mit den Studie- renden geprüft Je 30 Stunden	1
	Übungsaufgaben z. B. Datenanalyse	Zeitaufwand ist vom Dozen- ten einzuschätzen und im Laufe des Semester gemein- sam mit den Studierenden zu prüfen Je 30 Stunden	1
	Versuchspersonenstunden	Je 30 Stunden	1
Masterarbeit			30