

## **Studienordnung** für den **Studiengang Medienwirtschaft** **mit dem Abschluss „Bachelor of Science“** - 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 16 des Gesetzes vom 21. Dezember 2011 (GVBl. S. 531), 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 Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Science“, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nr. 118/2013 in der jeweils geltenden Fassung, folgende Studienordnung für den Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Science“.

Der Rat der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften hat diese Ordnung am 5. Juni 2012 und am 12. März 2013 beschlossen. Der Senat hat zu ihr mit Beschluss vom 26. Juni 2012 und vom 19. März 2013 positiv Stellung genommen. Der Rektor hat sie am 26. April 2013 genehmigt. Sie wurde dem Thüringer Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur mit Schreiben vom 26. April 2013 angezeigt.

Der Rat der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien hat die Erste Änderung der Prüfungsordnung – Besondere Bestimmungen am 13. Januar 2015 beschlossen. Der Senat hat mit Beschluss vom 2. Juni 2015 positiv Stellung genommen. Der Rektor hat sie am 3. September 2015 genehmigt. Sie wurde dem Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft mit Schreiben vom 4. September 2015 angezeigt.

### **Inhaltsübersicht**

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

## Anlagen

Anlage 1: Studienplan Bachelorstudiengang Medienwirtschaft

Anlage 2: Profilbeschreibung

Anlage 3: Regelungen zum Praktikum

Anlage 4: Praktikantenzugnis

## **§ 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 115/2013, und Prüfungsordnung – Besondere Bestimmungen – (PO-BB) für den Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Bachelor 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 Regelstudienzeit**

Der Studienplan in der Anlage 1 ist Bestandteil dieser Ordnung und so gestaltet, dass das Studium mit allen Prüfungs- und Studienleistungen sowie das Praktikum und die Bachelorarbeit in der Regelstudienzeit von 6 Semestern abgeschlossen werden kann.

## **§ 3 Studienvoraussetzungen, Studienbeginn**

(1) Zu diesem Studiengang werden alle Studienbewerber zugelassen, die die Immatrikulationsvoraussetzungen gemäß §§ 2 und 3 der Immatrikulationsordnung der Universität in der jeweils geltenden Fassung erfüllen.

(2) Das Studium erfordert vom Studienbewerber fundierte mathematisch-naturwissenschaftliche Kenntnisse. Des Weiteren werden vom Studienbewerber das Beherrschen einer Fremdsprache sowie die Bereitschaft, sich mathematische und wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse und Betrachtungsweisen anzueignen und diese auf ökonomische Problemstellungen anzuwenden, erwartet.

(3) Die Lehrveranstaltungen werden mindestens im Jahreszyklus, jeweils beginnend mit dem Wintersemester, angeboten. Studienanfänger sollten daher das Studium zum Wintersemester aufnehmen.

## **§ 4 Ziel des Studiums, Berufsfeld**

(1) Ziel des Studiums ist es, den Studierenden gründliche Fachkenntnisse auf dem Gebiet der Medienwirtschaft zu vermitteln und sie anzuleiten, nach wissenschaftlichen Methoden selbstständig zu arbeiten. Sie sollen die Fähigkeit erwerben, sich in die vielfältigen Aufgaben anwendungs- und forschungsbezogener Tätigkeitsfelder selbstständig einzuarbeiten und die häufig wechselnden Aufgaben zu bewältigen, die ihnen im späteren Berufsleben begegnen werden.

Der Studiengang Medienwirtschaft hat das Ziel, auf der Grundlage eines betriebswirtschaftlichen Studieninhalts mit medienpezifischer Zusatzqualifikation interdisziplinär Führungskräfte für das mittlere und höhere Unternehmensmanagement sowie für Aufgaben im Bereich des Schnittstellenmanagements auszubilden.

(2) Dieses Studienziel wird im Studiengang Medienwirtschaft durch eine allseitige und gründliche Aneignung von Kenntnissen, Fähigkeiten und praktischen Fertigkeiten auf den Gebieten der Medienwissenschaften, Medientechnik und der Wirtschafts- und Rechtswissenschaften sowie durch eine hochschulspezifische Ausbildung auf speziellen Gebieten der Medienwirtschaft erreicht. Durch die vermittelten grundlegenden Prinzipien, Modelle und Werkzeuge wird es dem Absolventen ermöglicht, analytisches Den-

ken und methodisches Vorgehen zu entwickeln. Wesentlicher Bestandteil des Studiums ist ferner die Vermittlung möglichst praxisnaher Einsichten und Fertigkeiten.

(3) Die Einsatzbereiche von Absolventen des Studienganges Medienwirtschaft liegen in den betriebswirtschaftlichen Kernbereichen privater und öffentlicher Unternehmen, insbesondere solcher Unternehmen im Mediensektor. Absolventen des Studienganges Medienwirtschaft eröffnen sich Tätigkeitsfelder in nahezu allen ökonomisch relevanten Bereichen des Mediensektors sowie in Unternehmen, in denen Medienkompetenz erforderlich ist. Die fundierte Ausbildung und der gleichzeitige Erwerb von Schnittstellenkompetenzen eröffnen aber auch Einsatzgebiete in öffentlichen und privaten Unternehmen aller Branchen, in Lehr- und Forschungseinrichtungen sowie in Beratungsgesellschaften. Eine weitere zukunftssträchtige Perspektive eröffnet sich durch die Entwicklung und Vermarktung eigener Produkte, Ideen und Verfahren in unternehmerischer Selbstständigkeit. Der moderne interdisziplinäre Studiengang befähigt die zukünftigen Absolventen, Führungsaufgaben im mittleren und höheren Management – insbesondere im Schwerpunktbereich Medien – wahrzunehmen. Der Einfluss und Einsatz innovativer Medientechnologien in allen ökonomisch relevanten Bereichen schafft neue Herausforderungen, die durch neue Berufsfelder abgedeckt werden müssen.

(4) Die fundierte, interdisziplinär und integrativ gestaltete Ausbildung des Studiums schafft die Basis für eine Vertiefung im konsekutiven Masterstudium Medienwirtschaft.

(5) Ein herausragendes Alleinstellungsmerkmal der Absolventen des Studienganges Medienwirtschaft besteht darin, dass der Absolvent nicht auf eine bestimmte Branche oder ein Anwendungsgebiet festgelegt ist. Entsprechend sind Absolventen der Medienwirtschaft in vielfältigen Industrie-, Beratungs- und Dienstleistungsbranchen, vor allem im Bereich des Medieneinsatzes, -vertrieb und -beschaffung sowie betriebswirtschaftlicher Aufgabenstellungen tätig. Zu den besonderen Stärken der Medienwirtschaftler gehört die fundierte und breite wirtschaftswissenschaftliche Ausbildung im Verbund mit einer sinnvollen medientechnischen und medienwissenschaftlichen Verzahnung auf hohem Niveau. Ein weiterer Vorteil besteht in der hohen Praxisnähe der Ausbildung. Diese verkörpert sich u.a. in einem studienbegleitenden Fachpraktikum, welches die Absolventen nicht nur die wissenschaftlichen Studieninhalte besser einordnen lässt, sondern ihnen zugleich einen raschen und reibungslosen Einstieg in die berufliche Praxis ermöglicht. Als interdisziplinäre Wissenschaft, deren Methoden fächerübergreifend anwendbar sind, eröffnet das Studium der Medienwirtschaft den Absolventen demnach hervorragende Perspektiven in den unterschiedlichsten Berufsfeldern. Darüber hinaus erwerben die Absolventen ein breites und solides Fundament der mathematischen, rechtswissenschaftlichen und informationstechnischen Ausbildung und damit die notwendige Flexibilität, auch Branchenwechsel vorzunehmen.

## **§ 5 Inhalt und 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 einschließlich des Moduls Bachelorarbeit 20 Pflichtmodule. Alle Module sind im Modulhandbuch abgebildet. Ein Modul kann Inhalte eines einzelnen Semesters oder eines Studienjahres umfassen, sich aber auch über mehrere Semester erstrecken. Es wird empfohlen, alle Module in der im Studienplan festgelegten Reihenfolge zu studieren.

Im Rahmen des Studiums werden Mathematik, Statistik sowie wirtschafts- und rechtswissenschaftliche Grundlagen gelehrt. Daneben werden weitere Fächer zur Vorbereitung auf den angestrebten beruflichen Einsatz der Absolventen vermittelt. Dabei wird die Medienorientierung durch Grundlagen der Informatik, der Medientechnik sowie der Medienwissenschaft abgesichert.

Eine vertiefende praktische Orientierung erfolgt im Rahmen eines Fachpraktikums. Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens werden durch Seminararbeiten sowie die Bachelorarbeit vermittelt.

Das sechste Semester ist in der Regel für die Anfertigung der Bachelorarbeit vorgesehen.

Das in den Lehrveranstaltungen vermittelte Wissen ist durch ein intensives Selbststudium und durch beständiges Literaturstudium zu ergänzen. Die wissenschaftliche Arbeit mit der Fachliteratur ist Bestandteil des gesamten Studiums. Hierfür stehen dem Studierenden die Einrichtungen der Universitätsbibliothek zur Verfügung.

Neben der fachlichen Ausbildung gehören zu einem universitären Studium eine der Internationalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft angemessene Fremdsprachenfähigkeit sowie die Beschäftigung mit gesellschaftspolitischen und kulturellen Themen. Entsprechende Lehrangebote sind in das Studium integriert.

(2) Die Studierenden sind aufgefordert, in den Selbstverwaltungsgremien der Universität mitzuarbeiten.

(3) Die Studierenden des Studienganges müssen zwei Veranstaltungen aus dem Fachangebot des Spracheninstituts belegen. Studierende mit Deutsch als Muttersprache belegen zwei oder je eine Veranstaltung aus dem Angebot „Business English“ oder aus „Fachsprache der Technik – Englisch“. Studierende, die nicht Deutsch als Muttersprache haben, belegen zwei Veranstaltungen aus dem Angebot „Allgemeinsprache DaF“. Die Veranstaltungen können bis zum 6. Semester belegt werden, es wird jedoch empfohlen, diese in den ersten Semestern zu absolvieren.

(4) Die Studierenden haben des weiteren ein Fachpraktikum von mindestens 12 Wochen zu absolvieren. Inhalte und Anforderungen des Fachpraktikums sind in der Anlage 3 Regelungen zum Praktikum definiert.

## § 6 Lehr- und Lernformen

Das Studium sieht als hauptsächliche Form der Lehrveranstaltungen Vorlesungen, Übungen, Praktika, Seminare und Exkursionen vor. Diese Veranstaltungsformen sind wie folgt zu beschreiben:

- Vorlesung  
Zusammenhängende Darstellung des Lehrstoffes einschließlich der Behandlung fachspezifischer Methoden durch den Vortragenden. Individuelles Nacharbeiten mit Hilfe von Lehrbüchern wird erwartet.
- Übung  
Festigung und Vertiefung von fachspezifischen Kenntnissen und Fähigkeiten durch Lösung auf das Vorlesungsgebiet bezogener Aufgaben.
- Seminar/Proseminar

Bearbeitung komplexer Fragestellungen und Analyse wissenschaftlicher Erkenntnisse. Fachliche Grundkenntnisse werden vorausgesetzt. Im Rahmen eines Seminars werden Referate durch die Studierenden gehalten.

- Praktika  
Praktika dienen der Vertiefung und Ergänzung des in den Vorlesungen vermittelten theoretischen Wissens durch praktische, zum Teil rechnergestützte Arbeit in kleinen Gruppen unter Anleitung wissenschaftlicher Mitarbeiter.
- Exkursion  
Anschauungsunterricht außerhalb der Hochschule.

Diese Zusammenstellung schließt andere Veranstaltungsformen oder die Kombination von Veranstaltungsformen, z.B. die Integration von Exkursionen in Übungen, nicht aus.

### **§ 7 Studienfachberatung**

- (1) Um ein erfolgreiches Studium zu gewährleisten, besteht an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften ein umfassendes Betreuungsangebot. Studierenden wird in Einführungsveranstaltungen ein Überblick über das Fächerspektrum gegeben.
- (2) Die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften benennt einen Studienfachberater.
- (3) Das Prüfungsamt und der Studienfachberater sind während des gesamten Studiums Anlaufstelle für studientechnische Probleme. Für inhaltliche Fragestellungen stehen die Modulverantwortlichen und deren Mitarbeiter im Rahmen von Sprechstunden, Konsultationen usw. zur Verfügung.

### **§ 8 In-Kraft-Treten**

Diese Studienordnung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Verkündungsblatt der Universität in Kraft und gilt für alle Studierenden, die ab dem Wintersemester 2013/14 neu immatrikuliert sind.

Die Erste Änderung der Studienordnung für den Studiengang Medienwirtschaft mit dem Studienabschluss „Bachelor of Science“ tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Verkündungsblatt der Universität in Kraft. Sie gilt für alle ab dem Wintersemester 2015/2016 neu immatrikulierten Studierenden.

Ilmenau, den 3. September 2015

gez.

Univ.-Prof. Dr. rer. nat. habil.

Dr. h. c. Prof. h. c. mult. Peter Scharff

Rektor

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

Anlage 1: Studienplan Bachelorstudiengang Medienwirtschaft

Module / Fächer	Modul-/ Fachart	Abschlussverpflichtung (Form und Dauer der PL ist im Modulhandbuch definiert)	Ge- wicht	Leistungspunkte						Sum- me	
				Fachsemester							
				1.	2.	3.	4.	5.	6.		
<b>Mathematische Grundlagen</b>										18	
<b>Mathematik</b>	P	MP	= zugeordnete PL	5						10	
Mathematik 1 für Wirtschaftswissenschaftler	P		PL		5						
Mathematik 2 für Wirtschaftswissenschaftler	P		PL			5					
<b>Statistik 1 und 2</b>	P	MP	PL	8						8	
Statistik 1			PL			4					
Statistik 2			PL				4				
<b>Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</b>	P									51	
<b>Externes und Internes Rechnungswesen</b>	P	MP	= zugeordnete PL	11						11	
Externes Rechnungswesen			PL			4					
Internes Rechnungswesen			PL				4				
Buchführung	P		Sb	3							
<b>Produktionswirtschaft 1 und 2</b>	P	MP	= zugeordnete PL	8						8	
Produktionswirtschaft 1			PL				3				
Produktionswirtschaft 2			PL					5			
<b>Marketing 1 und 2</b>	P	MP	= zugeordnete PL	8						8	
Marketing 1			PL		3						
Marketing 2			PL			5					
<b>Unternehmensführung 1 und 2</b>	P	MP	= zugeordnete PL	8						8	
Unternehmensführung 1			PL					3			
Unternehmensführung 2			PL						5		
<b>Finanzwirtschaft</b>	P	MP	= zugeordnete PL	8						8	
Finanzierung und Investition	P		PL					4			
Finanzwirtschaft 1	P		PL						4		
<b>Steuerlehre 1 und 2</b>	P	MP	= zugeordnete PL	8						8	
Steuerlehre 1			PL					4			
Steuerlehre 2			PL						4		
<b>Grundlagen der Volkswirtschaftslehre</b>	P									23	
<b>Mikroökonomie</b>	P	MP	PL	5	5					5	
<b>Makroökonomie</b>	P	MP	PL	5	5					5	
<b>Volkswirtschaftslehre</b>	P	MP	= zugeordnete PL	13						13	
Theorie der Wirtschaftspolitik und Industrieökonomik	P		PL				8				
Einführung in die Medienökonomie	P		PL					5			
<b>Recht</b>	P									20	
<b>Recht 1</b>	P	MP	= zugeordnete PL	8						8	
Zivilrecht	P		PL				4				
Handels- und Gesellschaftsrecht	P		PL						4		
<b>Recht 2</b>	P	MP	= zugeordnete PL	8						12	
Einführung in das Recht	P		Sb		4						
Einführung in das Medienrecht	P		PL					4			
Öffentliches Recht	P		PL				4				
<b>Medientechnik</b>	P									24	
<b>Einführung in die Wirtschaftsinformatik für Medienwirtschaft</b>	P	MP	S/PL	10	5	5				10	
<b>Angewandte Medientechnik (incl. Praktikum)</b>	P	MP	PL/S	8		3	3	2		8	
<b>Medientechnik</b>	P	MP	= zugeordnete PL	6						6	
Angewandte Videotechnik	P		PL						3		
Medienproduktion	P		PL						3		
<b>Medien- und Kommunikationswissenschaft</b>	P									12	
<b>Grundlagen der Kommunikationswissenschaft</b>	P	MP	= zugeordnete PL	7						7	
Einführung in die Kommunikationswissenschaft	P		PL		3						
Medienmanagement 1	P		Sb					2			
Medienproduktforschung	P		PL			2					
<b>Rezeptionsforschung und Quantitative Methoden der Kommunikationswissenschaft</b>	P	MP	= zugeordnete PL	5						5	
Rezeptionsforschung			PL					2			
Quantitative Methoden der Kommunikationswissenschaft			PL						3		
<b>Soft Skills</b>	P	MP	= zugeordnete PL							6	
Fremdsprachen <sup>2</sup>	P		Sb/Sb					2	2		
Studium generale <sup>2</sup>	P		S						2		
<b>Fachpraktikum</b>	P		S							10	
<b>Proseminar und Bachelorarbeit</b>	P	MP	PL	28						16	
Proseminar	P	MP	PL						4		
Bachelorarbeit			PL							12	
<b>Summe SWS/LP</b>					28	33	30	34	29	26	180

Legende:

- P Pflichtmodul
- WP Wahlpflichtmodul
- W Wahlmodul
- MP Modulprüfung
- PL Prüfungsleistung
- Sb benotete Studienleistung
- S unbenotete Studienleistung

<sup>1</sup> Das Fach besteht aus den zwei separaten Vorlesungen Theorie der Wirtschaftspolitik und Industrieökonomik 1

<sup>2</sup> Die Semesterlage dieser Veranstaltungen ist frei wählbar.

## Anlage 2: Profilbeschreibung des Bachelorstudiengangs Medienwirtschaft

### 1. Zielstellung/Qualifikationsprofil

Der Studiengang Medienwirtschaft wird von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien getragen.

Die Einsatzbereiche von Absolventen des Studienganges Medienwirtschaft liegen in den betriebswirtschaftlichen Kernbereichen privater und öffentlicher Unternehmen, insbesondere solcher Unternehmen im Mediensektor. Der Studiengang Medienwirtschaft hat das Ziel, auf der Grundlage eines betriebswirtschaftlichen Studieninhalts mit medienspezifischer Zusatzqualifikation interdisziplinär Führungskräfte für das mittlere und höhere Unternehmensmanagement sowie für Aufgaben im Bereich des Schnittstellenmanagements auszubilden. Das Studienziel wird – neben praktischen Anforderungen – durch die Vermittlung fundierter Kenntnisse in den Bereichen der Wirtschafts- und Rechtswissenschaften, Medientechnik sowie der Medien- und Kommunikationswissenschaft erreicht.

Im Rahmen des Studiums werden Mathematik, Statistik sowie wirtschafts- und rechtswissenschaftliche Grundlagen gelehrt. Weitere Fächer, insbesondere aus dem Bereich der Betriebswirtschaftslehre, werden zur Vorbereitung auf den angestrebten beruflichen Einsatz der Absolventen vermittelt. Dabei wird die Medienorientierung durch Grundlagen der Informatik, der Medientechnik sowie der Medienwissenschaft abgesichert.

Eine vertiefende praktische Orientierung erfolgt im Rahmen eines Fachpraktikums. Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens werden durch Seminararbeiten sowie die Bachelorarbeit vermittelt.

Das in den Lehrveranstaltungen vermittelte Wissen ist durch ein intensives Selbststudium und durch beständiges Literaturstudium zu ergänzen. Die wissenschaftliche Arbeit mit der Fachliteratur ist Bestandteil des gesamten Studiums. Hierfür stehen den Studierenden die Einrichtungen der Universitätsbibliothek zur Verfügung.

Neben der fachlichen Ausbildung gehören zu einem universitären Studium eine der Internationalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft angemessene Fremdsprachenfähigkeit sowie die Beschäftigung mit gesellschaftspolitischen und kulturellen Themen. Entsprechende Lehrangebote sind in das Studium integriert.

Im Detail werden die folgenden studiengangspezifischen Qualifikationsziele verfolgt:

- (1) Die Absolventinnen und Absolventen kennen die Rechtsformen und den organisatorischen Aufbau von Industrie- und Dienstleistungsunternehmen und sind mit den wesentlichen Funktionen und Aufgaben der Unternehmensführung vertraut.
- (2) Die Absolventinnen und Absolventen beherrschen die grundlegenden Verfahren der internen und externen Rechnungslegung und sind in der Lage, diese im Kontext realer Controlling-Sachverhalte anzuwenden.



- (3) Die Absolventinnen und Absolventen sind mit Konzepten, Planungsgegenständen und Analyseverfahren auf den verschiedenen Wertschöpfungsstufen (Beschaffung, Produktion, Absatz, Logistik) vertraut.
- (4) Die Absolventinnen und Absolventen besitzen das grundlegende mathematische und statistische Wissen zur Modellierung und Lösung wirtschaftswissenschaftlicher Probleme und sind in der Lage, dieses Wissen bei der Anwendung praktischer Methoden und Verfahren umzusetzen.
- (5) Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über grundlegende rechtswissenschaftliche, insbesondere medienrechtliche, Kenntnisse und sind in der Lage, auch die rechtlichen Aspekte von unternehmerischen Entscheidungen zu berücksichtigen.
- (6) Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über fundierte medientechnologische und medien- bzw. kommunikationswissenschaftliche Kenntnisse und sind besonders geeignet für den Einsatz in Unternehmen des Mediensektors.
- (7) Die Absolventinnen und Absolventen haben eine wirtschafts-, medien- und rechtswissenschaftliche sowie medientechnologische Ausbildung erhalten und sind somit in der Lage, in eigener Verantwortung und interdisziplinärer Zusammenarbeit mit Betriebswirten, Volkswirten, Juristen, Medienwissenschaftlern, Ingenieuren und Absolventen anderer Wissenschaftsgebiete komplexe Aufgaben der Organisation, Planung und Steuerung in Unternehmen und Verwaltungen zu lösen.
- (8) Die Absolventinnen und Absolventen haben umfassende Erfahrungen mit der Unternehmenspraxis gesammelt und sind daher befähigt, sich schnell in ein neues berufliches Betätigungsfeld einzuarbeiten.
- (9) Die Absolventinnen und Absolventen haben der Internationalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft angemessene Fremdsprachenkenntnisse und sind dadurch in der Lage, Aufgabenfelder in international tätigen Unternehmen zu übernehmen.
- (10) Die Absolventinnen und Absolventen können das betriebliche Handeln in einen weiteren gesamtwirtschaftlichen, politischen und kulturellen Kontext einbetten und sind sich der gesellschaftlichen Verantwortung von Managern und Ingenieuren bewusst.
- (11) Die Absolventinnen und Absolventen erlangen geistes- und sozialwissenschaftliche Kenntnisse im Rahmen des Studium Generale.
- (12) Die Absolventinnen und Absolventen sind im analytischen Denken sowie den Methoden und Techniken wissenschaftlichen Arbeitens geschult und erfüllen somit ein wesentliches Kriterium für die Zulassung zu einem konsekutiven oder artverwandten Master-Studium.

## 2. Inhaltliche Schwerpunkte/Studienablauf

Die Regelstudienzeit im Studiengang Medienwirtschaft beträgt für die Ausbildung zum Bachelor of Science (B. Sc.) sechs Semester. Das Studium wird durch die folgenden Lehrgebiete bestimmt:

### ***Betriebswirtschaftslehre***

- Rechnungswesen und Buchführung
- Produktionswirtschaft
- Marketing
- Unternehmensführung
- Finanzierung, Investition und Finanzwirtschaft

- Steuerlehre
- Einführung in die Wirtschaftsinformatik

### ***Volkswirtschaftslehre und Rechtswissenschaften***

- Volkswirtschaftslehre:  
Mikroökonomie, Makroökonomie, Theorie der Wirtschaftspolitik, Industrieökonomik, Einführung in die Medienökonomie
- Rechtswissenschaften:  
Einführung in das Recht, Zivilrecht, Handels- und Gesellschaftsrecht, Einführung in das Medienrecht, Öffentliches Recht

### ***Medientechnologie und Medienwissenschaft***

- Medientechnische Grundlagen:  
angewandte Medientechnik, angewandte Videotechnik, Medienproduktion (Engineering)
- Medienwissenschaftliche Grundlagen:  
Einführung in die Kommunikationswissenschaften, Medienmanagement, Medienproduktforschung, Rezeptionsforschung, quantitative Methoden der Kommunikationsforschung

### ***Mathematik und Statistik***

### ***Studium generale, Fremdsprachen***

Die Ausbildung wird mit einem 12-wöchigen Fachpraktikum und der Bachelorarbeit mit einer dreimonatigen Bearbeitungszeit im 6. Fachsemester abgeschlossen.

## **3. Bedarf an Absolventen in der Wirtschaft**

Absolventen des Studiengangs Medienwirtschaft eröffnen sich Tätigkeitsfelder in nahezu allen ökonomisch relevanten Bereichen des Mediensektors sowie in Unternehmen, in denen Medienkompetenz erforderlich ist. Die fundierte Ausbildung und der gleichzeitige Erwerb von Schnittstellenkompetenzen eröffnen aber auch Einsatzgebiete in öffentlichen und privaten Unternehmen aller Branchen, in Lehr- und Forschungseinrichtungen sowie in Beratungsgesellschaften.

Eine weitere zukunftssträchtige Perspektive eröffnet sich durch die Entwicklung und Vermarktung eigener Produkte, Ideen und Verfahren in unternehmerischer Selbständigkeit.

Der moderne interdisziplinäre Studiengang befähigt die zukünftigen Absolventen, Führungsaufgaben im mittleren und höheren Management - insbesondere im Schwerpunktbereich Medien - wahrzunehmen. Der Einfluss und Einsatz innovativer Medientechnologien in allen ökonomisch relevanten Bereichen schafft neue Herausforderungen, die durch neue Berufsfelder abgedeckt werden müssen.

#### **4. Kapazitätsanalyse**

Die notwendigen Kapazitäten für die Ausbildung von Studierenden der Medienwirtschaft im Bachelorstudiengang sind Stand heute gegeben.

## **Anlage 3: Regelungen zum Praktikum**

### **§ 1 Zweck, Dauer und Aufteilung der berufspraktischen Ausbildung**

- (1) Von jedem Studierenden wird der Nachweis einer praktischen Tätigkeit in Form des Fachpraktikums verlangt. Die praktische Tätigkeit ist eine wichtige Voraussetzung für ein erfolgreiches Studium und somit ein wesentlicher Bestandteil des Studienganges.
- (2) Während des Fachpraktikums soll der Studierende Fertigkeiten und berufspraktische Fachkenntnisse auf dem Gebiet der Medienwirtschaft erwerben, die verschiedenen Bereiche von privaten und öffentlichen Unternehmen in ihren Aufgaben und Arbeitsweisen sowie in ihrem Zusammenwirken kennen lernen und Einblicke in die Arbeitswelt gewinnen. Insbesondere soll der Studierende mit den Aufgaben und Arbeitsmethoden seines zukünftigen Arbeitsgebietes vertraut werden.
- (3) Das Fachpraktikum muss insgesamt mindestens zwölf Wochen betragen. Es sollte im sechsten Semester absolviert werden. Eine Aufteilung des Fachpraktikums auf die vorlesungsfreien Zeiten ist möglich. Die Praktikumszeit muss dann mindestens sechs zusammenhängende Wochen betragen. Der Studierende darf das Fachpraktikum erst dann beginnen, wenn er mindestens 100 LP erworben hat.
- (4) Während des Fachpraktikums ausgefallene Arbeitstage sind grundsätzlich nachzuholen.

### **§ 2 Praktikantenvertrag und Rechtsverhältnisse**

- (1) Der Praktikant schließt mit der Praktikumseinrichtung einen Praktikantenvertrag ab.
- (2) Der Studierende ist während des Praktikums gemäß Artikel I § 2 Unfallversicherungseinordnungsgesetz (Siebtes Buch, Sozialgesetzbuch) vom 07. August 1996 (BGBl. I S. 1254), in der jeweils geltenden Fassung gesetzlich gegen Unfall versichert. In der Regel besteht in der Praktikumseinrichtung auch ein Versicherungsschutz über die jeweilige Berufsgenossenschaft, die im Versicherungsfall zunächst in Anspruch zu nehmen ist.

### **§ 3 Anforderungen an das Fachpraktikum**

Das Fachpraktikum sollte vorwiegend kaufmännische Tätigkeiten in Medienbereichen auf folgenden Gebieten umfassen:

- a. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit;
- b. Produktions-, Investitionsplanung, Fertigungsplanung und -steuerung;
- c. Forschung und Entwicklung;
- d. Logistik;
- e. Marketing;
- f. Rechnungswesen, Controlling;

- g. Organisation, Informationsmanagement;
- h. Personalwesen und Weiterbildung.

#### **§ 4 Praktikumseinrichtung**

- (1) Die Wahl einer geeigneten Praktikumseinrichtung bleibt dem Studierenden überlassen. Das Prüfungsamt der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften berät bezüglich der Eignung von Praktikantenstellen.
- (2) Anerkennung finden vornehmlich öffentliche Institutionen, Beratungs-, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, die ein Praktikum im Sinne dieser Studienordnung ermöglichen. Eigene Unternehmen oder solche von Verwandten scheidern aus. Tätigkeiten an einer Bildungseinrichtung werden nicht als Praktikum anerkannt.
- (3) Der Praktikant ist verpflichtet, die mit der Praktikumseinrichtung vereinbarte Tätigkeit zum Fachpraktikum noch vor Aufnahme des Praktikums sich durch den betreuenden Hochschullehrer bestätigen zu lassen.
- (4) Berufspraktische Tätigkeit im Ausland wird anerkannt, wenn sie dieser Ordnung genügt. Der Praktikumsbericht ist entweder in deutscher oder in englischer Sprache zu verfassen, andernfalls ist eine beglaubigte Übersetzung beizufügen.

#### **§ 5 Berichterstattung und Zeugnis über die berufspraktische Tätigkeit**

- (1) Der Praktikant weist seine Tätigkeit mit einem Praktikantenzeugnis und einem Bericht zum Fachpraktikum nach.
- (2) Die Anerkennung des Fachpraktikums erfolgt nach Vorlage des Praktikantenzeugnisses entsprechend Anlage 3 und eines Praktikumsberichtes. Eine positive Beurteilung durch einen Hochschullehrer ist notwendig. Sowohl das Praktikantenzeugnis als auch der Praktikumsbericht sind durch den Beauftragten der Praktikumseinrichtung zu bestätigen.
- (3) Der Praktikumsbericht soll eine Beschreibung der Tätigkeiten während des Fachpraktikums enthalten und damit Auskunft über Inhalt und Verlauf der berufspraktischen Ausbildung geben. Schwerpunkt des Praktikumsberichtes ist die Darstellung der konkreten Aufgabenstellung, deren Einordnung in den Unternehmenszusammenhang, des Lösungsweges und der Ergebnisse sowie noch zu bearbeitender Probleme. Im Praktikumsbericht sollen auch integrale Aspekte wie Unternehmensorganisation, Aufgaben und Struktur des Unternehmens/der Abteilung und wirtschaftliche, technische und soziale Fragen des Unternehmensgeschehens behandelt werden.
- (4) Auf der Basis des positiv beurteilten Praktikumsberichtes und des Praktikantenzeugnisses entscheidet der zuständige Prüfungsausschuss über die Anrechenbarkeit des Fachpraktikums.

#### **§ 6 Ausnahmeregelungen**

Körperbehinderte und chronisch kranke Studierende können besondere Regelungen zum Fachpraktikum beim zuständigen Prüfungsausschuss beantragen.

**Anlage 4: Praktikantenzugnis**

# Praktikantenzugnis

für Studierende der  
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften  
der  
Technischen Universität Ilmenau

Herr/Frau .....

geb. am: ..... in: .....

Studiengang **Medienwirtschaft**

absolvierte vom ..... bis .....

in der Ausbildungsstelle .....

.....

ein Praktikum mit folgenden Tätigkeiten und Ergebnissen:

Tätigkeiten:

Einschätzung der Ergebnisse:

Besondere Bemerkungen:

Fehltage:

Firmenstempel/Unterschrift