

# TECHNISCHE UNIVERSITÄT ILMENAU

## Studienordnung für den Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Master of Science“ - In der Fassung der Dritten Änderung -

Gemäß § 3 Abs. 1 in Verbindung mit § 38 Abs. 3 des Thüringer Hochschulgesetzes (ThürHG) vom 10. Mai 2018 (GVBl. S. 149), geändert durch Art. 27 des Gesetzes vom 6. Juni 2018 (GVBl. S. 229), 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 „Master of Science“, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nr. 118/2013 in der jeweils geltenden Fassung, folgende Studienordnung für den Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Master of Science“, in der Fassung der Dritten Änderungsatzung vom 15. Mai 2018.

Der Rat der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien hat die Dritte Änderung der Studienordnung am 15. Mai 2018 beschlossen. Der Studienausschuss hat mit Beschluss vom 10. Juli 2018 positiv Stellung genommen. Der Rektor hat sie am 26. Juli 2018 genehmigt.

### Inhaltsübersicht

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Regelstudienzeit, Profiltyp
- § 3 Studienvoraussetzungen
- § 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
- Anlage 2: Profilbeschreibung
- Anlage 3: Zugangsvoraussetzungen

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

- (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.

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 selbstständigen wissenschaftlichen Arbeiten und schafft damit die Grundlage für eine anschließende Promotion.

- (2) Die erfolgreichen Absolventen sind für Aufgaben des höheren Unternehmensmanagements, insbesondere im Mediensektor, qualifiziert. Außerdem sollen sie grundsätzlich zu einer wissenschaftlichen Tätigkeit mit dem Ziel einer Promotion befähigt werden.

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.

## § 5 Inhalt und Aufbau des Studiums, Studienplan

(1) Für den Erwerb des Grundlagen- und des Fachwissens und für die Vertiefung und Erweiterung der in den Lehrveranstaltungen dargebotenen Lehrinhalte ist das Studium wissenschaftlicher Literatur unerlässlich. Der Studierende sollte daher schon mit Beginn des Studiums die Beschäftigung mit einschlägiger Literatur in sein Studium einbeziehen. Hierzu stehen ihm die Einrichtungen der Universitätsbibliothek zur Verfügung.

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

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

In dem branchenübergreifenden Ökonomieteil werden klassische ökonomische Inhalte unter Anwendung ökonomischer Methoden vermittelt.

Studierende können sich entweder

- im BWL-Profil 1: Finanzmanagement und Unternehmensrechnung,
- im BWL-Profil 2: Strategisches Management,
- im BWL-Profil 3: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre,
- im BWL-Profil 4: Finanzmanagement und Marketing,
- im BWL-Profil 5: Finanzmanagement und Produktionswirtschaft,
- im BWL-Profil 6: Finanzmanagement und Unternehmensführung,
- im BWL-Profil 7: Unternehmensrechnung und Marketing,
- im BWL-Profil 8: Unternehmensrechnung und Produktionswirtschaft
- oder im BWL-Profil 9: Unternehmensrechnung und Unternehmensführung

spezialisieren, wobei auch innerhalb der jeweiligen Profile individuelle Wahlmöglichkeiten offenstehen. Diese Profilmächer werden wahlobligatorisch aus dem Bereich „weitere branchenübergreifende BWL-, VWL-, Rechtsmodule“ um verwandte Fächer aus den Bereichen

- Betriebswirtschaftliche Methodenlehre
- Volkswirtschaftslehre
- Rechtswissenschaften

ergänzt. Hierbei wählt der Studierende Wahlpflichtmodul VWL-Profil 1 oder 2 und weitere fünf Veranstaltungen aus dem Ergänzungsmodul.

Der medienbezogene Studienteil besteht aus einer ökonomisch-rechtlichen Vertiefung mit den Pflichtmodulen:

- Medienökonomie und
- Medienrecht

und einer wahlobligatorischen Medienvertiefung in den Bereichen:

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

(4) 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 Masterarbeit 6 Pflichtmodule. Darüber hinaus sind 3 Wahlpflichtmodule auszuwählen. 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.

Das 4.Semester ist in der Regel für die Anfertigung der Masterarbeit vorgesehen.

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 selbstständigen 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.

## § 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/Hauptseminar

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

Anschaungsunterricht 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**

Die Studienordnung für den Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Master of Science“, in der Fassung der Dritten Änderungssatzung, tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Verkündungsblatt der Universität in Kraft. Sie gilt für alle ab dem Wintersemester 2018/2019 neu immatrikulierten Studierenden.

Ilmenau, 26. Juli 2018

gez.

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

Dr. h. c. mult. Prof. h. c. mult.

Peter Scharff

Rektor

<b>Anlage 1: Studienplan (1 von 4)</b>									
Module / Fächer	Modul-/ Fachart	Abschlussverpflichtung (Form und Dauer der PL ist im Modulhandbuch definiert)		Leistungspunkte					
				Fachsemester				Summe	
				1.	2.	3.	4.		
<b>Teil I: Branchenübergreifende BWL, VWL, Rechtswissenschaften</b>									
<b>Wahlobligatorisches BWL-Profil 1 aus 9</b>	P								<b>29</b>
<b>Wahlpflichtmodul BWL-Profil 1: Finanzmanagement und Unternehmensrechnung: 6 aus 9</b>	WP	MP	= zugeordnete PL	24					<b>24</b>
Accounting and Management Control 1	WP		PL		4				
Accounting and Management Control 2	WP		PL			4			
Accounting and Management Control 3	WP		PL				4		
Accounting and Management Control 4	WP		PL				4		
Finanzwirtschaft 2	WP		PL		4				
Finanzwirtschaft 3	WP		PL			4			
Finanzwirtschaft 4	WP		PL			4			
Datenanalyse	WP		PL			4			
Prognoserechnung	WP		PL				4		
<b>1. Hauptseminar<sup>4,6</sup> Finanzmanagement, Unternehmensrechnung</b>	P	MP	PL	5			5		<b>5</b>
<b>Wahlpflichtmodul BWL-Profil 2: Strategisches Management: 6 aus 11</b>	WP	MP	= zugeordnete PL	24					<b>24</b>
Marketing 3	WP		PL		4				
Marketing 4	WP		PL			4			
Marketing 5/1 <sup>1</sup>	WP		PL			4			
Marketing 5/2 <sup>1</sup>	WP		PL				4		
Unternehmensführung 3	WP		PL		4				
Unternehmensführung 4	WP		PL			4			
Unternehmensführung 5	WP		PL				4		
Produktions- und Logistikmanagement 1	WP		PL		4				
Produktions- und Logistikmanagement 2	WP		PL			4			
Unternehmensethik	WP		PL			4			
Competition, Strategy, and Institutions (in Englisch)	WP		PL			4			
<b>1. Hauptseminar<sup>4,6</sup> Strategisches Management</b>	P	MP	PL	5			5		<b>5</b>
<b>Wahlpflichtmodul BWL-Profil 3: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre 6 aus 17<sup>6</sup></b>	WP	MP	= zugeordnete PL	24					<b>24</b>
Accounting and Management Control 1	WP		PL		4				
Accounting and Management Control 2	WP		PL			4			
Accounting and Management Control 3	WP		PL				4		
Accounting and Management Control 4	WP		PL					4	
Finanzwirtschaft 2	WP		PL		4				
Finanzwirtschaft 3	WP		PL			4			
Finanzwirtschaft 4	WP		PL			4			
Marketing 3	WP		PL		4				
Marketing 4	WP		PL			4			
Marketing 5/1 <sup>1</sup>	WP		PL			4			
Marketing 5/2 <sup>1</sup>	WP		PL				4		
Unternehmensführung 3	WP		PL		4				
Unternehmensführung 4	WP		PL			4			
Unternehmensführung 5	WP		PL				4		
Produktions- und Logistikmanagement 1	WP		PL		4				
Produktions- und Logistikmanagement 2	WP		PL			4			
Unternehmensethik	WP		PL			4			
<b>1. Hauptseminar<sup>4,6</sup> Allgemeine Betriebswirtschaftslehre</b>	P	MP	PL	5			5		<b>5</b>

<b>Anlage 1: Studienplan (2 von 4)</b>									
Module / Fächer	Modul-/ Fachart		Abschlussverpflichtung (Form und Dauer der PL ist im Modulhandbuch definiert)		Leistungspunkte				
					Fachsemester				Summe
					1.	2.	3.	4.	
<b>Wahlpflichtmodul BWL-Profil 4: Finanzmanagement und Marketing: 6 aus 8</b>	<b>WP</b>	<b>MP</b>	<b>= zugeordnete PL</b>	24					<b>24</b>
Marketing 3	WP		PL		4				
Marketing 4	WP		PL			4			
Marketing 5/1 <sup>1</sup>	WP		PL				4		
Marketing 5/2 <sup>1</sup>	WP		PL					4	
Finanzwirtschaft 2	WP		PL		4				
Finanzwirtschaft 3	WP		PL			4			
Finanzwirtschaft 4	WP		PL			4			
Empirical Research 1	WP		PL					4	
<b>1. Hauptseminar<sup>4,7</sup> Finanzmanagement und Marketing</b>	<b>P</b>	<b>MP</b>	<b>PL</b>	5			5		<b>5</b>
<b>Wahlpflichtmodul BWL-Profil 5: Finanzmanagement und Produktions- wirtschaft: 6 aus 6</b>	<b>WP</b>	<b>MP</b>	<b>= zugeordnete PL</b>	24					<b>24</b>
Finanzwirtschaft 2	WP		PL		4				
Finanzwirtschaft 3	WP		PL			4			
Finanzwirtschaft 4	WP		PL				4		
Produktions- und Logistikmanagement 1	WP		PL		4				
Produktions- und Logistikmanagement 2	WP		PL			4			
Unternehmensethik	WP		PL				4		
<b>1. Hauptseminar<sup>4,6</sup> Finanzmanagement und Produktionswirtschaft</b>	<b>P</b>	<b>MP</b>	<b>PL</b>	5			5		<b>5</b>
<b>Wahlpflichtmodul BWL-Profil 6: Finanzmanagement und Unterneh- mensführung: 6 aus 9</b>	<b>WP</b>	<b>MP</b>	<b>= zugeordnete PL</b>	24					<b>24</b>
Finanzwirtschaft 2	WP		PL		4				
Finanzwirtschaft 3	WP		PL			4			
Finanzwirtschaft 4	WP		PL				4		
Unternehmensführung 3	WP		PL		4				
Unternehmensführung 4	WP		PL			4			
Unternehmensführung 5	WP		PL					4	
Unternehmensethik	WP		PL			4			
Competition, Strategy and Institutions	WP		PL			4			
Innovationsökonomik	WP		PL				4		
<b>1. Hauptseminar<sup>4,6</sup> Finanzmanagement und Unternehmensführung</b>	<b>P</b>	<b>MP</b>	<b>PL</b>	5			5		<b>5</b>
<b>Wahlpflichtmodul BWL-Profil 7: Unternehmensrechnung und Marke- ting: 6 aus 9</b>	<b>WP</b>	<b>MP</b>	<b>= zugeordnete PL</b>	24					<b>24</b>
Accounting and Management Control 1	WP		PL		4				
Accounting and Management Control 2	WP		PL			4			
Accounting and Management Control 3	WP		PL				4		
Accounting and Management Control 4	WP		PL					4	
Marketing 3	WP		PL		4				
Marketing 4	WP		PL			4			
Marketing 5/1 <sup>1</sup>	WP		PL			4			
Marketing 5/2 <sup>1</sup>	WP		PL					4	
Empirical Research 1	WP		PL					4	
<b>1. Hauptseminar<sup>4,6</sup> Unternehmensrechnung und Marketing</b>	<b>P</b>	<b>MP</b>	<b>PL</b>	5			5		<b>5</b>
<b>Wahlpflichtmodul BWL-Profil 8: Unternehmensrechnung und Produk- tionswirtschaft: 6 aus 7</b>	<b>WP</b>	<b>MP</b>	<b>= zugeordnete PL</b>	24					<b>24</b>
Accounting and Management Control 1	WP		PL		4				
Accounting and Management Control 2	WP		PL			4			
Accounting and Management Control 3	WP		PL				4		
Accounting and Management Control 4	WP		PL					4	
Produktions- und Logistikmanagement 1	WP		PL		4				
Produktions- und Logistikmanagement 2	WP		PL			4			
Unternehmensethik	WP		PL			4			
<b>1. Hauptseminar<sup>4,6</sup> Unternehmensrechnung und Produktionswirtschaft</b>	<b>P</b>	<b>MP</b>	<b>PL</b>	5			5		<b>5</b>

<b>Anlage 1: Studienplan (3 von 4)</b>									
Module / Fächer	Modul-/ Fachart		Abschlussverpflichtung (Form und Dauer der PL ist im Modulhandbuch definiert)		Leistungspunkte				
					Fachsemester				Summe
					1.	2.	3.	4.	
<b>Wahlpflichtmodul BWL-Profil 9: Unternehmensrechnung und Unternehmensführung: 6 aus 10</b>	<b>WP</b>	<b>MP</b>	<b>= zugeordnete PL</b>	<b>24</b>					<b>24</b>
Accounting and Management Control 1	WP		PL		4				
Accounting and Management Control 2	WP		PL			4			
Accounting and Management Control 3	WP		PL				4		
Accounting and Management Control 4	WP		PL					4	
Unternehmensführung 3	WP		PL		4				
Unternehmensführung 4	WP		PL			4			
Unternehmensführung 5	WP		PL				4		
Unternehmensethik	WP		PL			4			
Competition, Strategy and Institutions	WP		PL			4			
Innovationsökonomik	WP		PL			4			
<b>1. Hauptseminar<sup>4, 6</sup> Unternehmensrechnung und Unternehmensführung</b>	<b>P</b>	<b>MP</b>	<b>PL</b>	<b>5</b>			5		<b>5</b>
<b>Weitere branchenübergreifende BWL-, VWL-, Rechtsmodule</b>	<b>P</b>								<b>33</b>
<b>wahlobligatorisches Modul VWL - 1 Wahlpflichtmodul aus 2</b>	<b>WP</b>								<b>8</b>
<b>VWL-Profil 1 - Finanzwissenschaft</b>	<b>WP</b>	<b>MP</b>	<b>= zugeordnete PL</b>	<b>8</b>					<b>8</b>
Finanzwissenschaft 1	P		PL		4				
Finanzwissenschaft 2	P		PL			4			
<b>VWL-Profil 2 - Umwelt- und Ressourcenökonomie</b>	<b>WP</b>	<b>MP</b>	<b>= zugeordnete PL</b>	<b>8</b>					<b>8</b>
Umweltökonomie	P		PL			4			
Ressourcenökonomie	P		PL				4		
<b>Ergänzungsmodul Wahlpflicht 5 aus 16<sup>3</sup></b>	<b>P</b>	<b>MP</b>	<b>= zugeordnete PL</b>	<b>20</b>					<b>20</b>
Quantitative Unternehmensplanung 1	WP		PL		4				
Quantitative Unternehmensplanung 2 <sup>2</sup>	WP		PL			4			
Datenanalyse	WP		PL			4			
Prognoserechnung	WP		PL				4		
Empirical Research 1	WP		PL		4				
Empirical Research 2	WP		PL		4				
Innovationsökonomik	WP		PL			4			
Competition, Strategy, and Institutions (in Englisch)	WP		PL			4			
Finanzwissenschaft 1	WP		PL		4				
Finanzwissenschaft 2	WP		PL			4			
Umweltökonomie	WP		PL			4			
Ressourcenökonomie	WP		PL				4		
Internationale Wirtschaft	WP		PL			4			
Arbeitsrecht	WP		PL				4		
Europarecht	WP		PL			4			
Bürgerliches Recht in Unternehmen und Wirtschaft	WP		PL			4			
<b>2. Hauptseminar<sup>4, 6</sup> branchenübergreifende BWL-, VWL-, Rechtsmodule</b>	<b>P</b>	<b>MP</b>	<b>PL</b>	<b>5</b>			5		<b>5</b>
<b>Teil II: Obligatorische ökonomisch-rechtliche Medienvertiefung</b>									<b>18</b>
<b>Medienökonomie (VWL)</b>	<b>P</b>	<b>MP</b>	<b>= zugeordnete PL</b>	<b>10</b>					<b>10</b>
Medienökonomie 1					5				
Medienökonomie 2			PL, PL			5			
<b>Medienrecht</b>	<b>P</b>	<b>MP</b>	<b>= zugeordnete PL</b>	<b>8</b>					<b>8</b>
Medienrecht 1	P		PL		4				
Medienrecht 2	P		PL			4			



<b>Anlage 1: Studienplan (4 von 4)</b>									
Module / Fächer	Modul-/ Fachart	Abschlussverpflichtung (Form und Dauer der PL ist im Modulhandbuchdefiniert)		Leistungspunkte					Summe
				Fachsemester				Summe	
				1.	2.	3.	4.		
<b>Teil III: Wahlobligatorische Medienvertiefung</b>									<b>10</b>
<b>Medientechnologie<sup>5</sup></b>	<b>WP</b>	<b>MP</b>		<b>10</b>					<b>10/11/12</b>
Obligatoriamente: Media Systems Engineering 2	P		PL			4			
<b>Wahlobligatorisch 2 aus 4</b>	P								
Kommunikationsnetze für MT	WP		PL			3			
Multimedia-Tools	WP		PL			4			
Usability Engineering 2	WP		PL			4			
Wissenschaftliche Methoden und Experimente	WP		S			3			
XML für Medientechnologen	WP		S				4		
<b>Medienbezogene Wirtschaftsinformatik<sup>5</sup></b> 2 und wenn die Gesamtsumme der zu erreichenden Leistungspunkte nicht 10 LP erreicht 3 aus 7	<b>WP</b>	<b>MP</b>	<b>= zugeordnete PL</b>	<b>10</b>					<b>10/12</b>
Betriebliches Wissensmanagement / Wissensbasierte Systeme	WP		PL				4		
Grundlagen des Informationsmanagements	WP		PL				5		
Information Retrieval	WP		PL			4			
IT Service Management	WP		PL			4			
IV-Strategien	WP		PL				4		
Methoden und Werkzeuge der Digitalen Fabrik	WP		PL				5		
Virtual Reality in industriellen Anwendungen	WP		PL			4			
<b>Medien- und Kommunikationswissenschaft<sup>5</sup></b> Wahlobligatorisch (entweder ein Forschungsmodul oder zwei Vertiefungsmodul aus dem jeweils aktuell bekannt gegebenen Angebot des Studiengangs „Medien- und Kommunikationswissenschaft“)	<b>WP</b>	<b>MP</b>	<b>= zugeordnete PL</b>	<b>10</b>					<b>10/12</b>
Vertiefungsmodul 1	WP		PL			6			
Vertiefungsmodul 2	WP		PL			6			
Forschungsmodul 1	WP		PL				10		
<b>Teil IV: Masterarbeit</b>									<b>30</b>
<b>Masterarbeit</b>	<b>P</b>	<b>MP</b>		<b>30</b>				<b>30</b>	<b>30</b>
<b>Summe Leistungspunkte Teile I-V</b>									<b>120</b>

**Legende:**

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

<sup>1</sup> Es kann entweder Marketing 5/1 oder 5/2 gewählt werden.

<sup>2</sup> setzt Quantitative Unternehmensplanung 1 voraus

<sup>3</sup> Abweichend von dem bereits belegten wahlobligatorischen ModulVWL.

<sup>4</sup> Das 2. Hauptseminar kann aus allen BWL-Modulen, einschließlich Quantitative Methoden, aus allen VWL-Modulen, einschließlich Medienökonomie, und aus allen Rechtsmodulen, einschließlich Medienrecht, gewählt werden. Die beiden Hauptseminare müssen an unterschiedlichen Fachgebieten absolviert werden.

<sup>5</sup> Aufgrund der Wahlmöglichkeiten innerhalb der wahlobligatorischen Medienvertiefungen kommt es in Abhängigkeit von den gewählten Modulen zu geringfügigen Verschiebungen der LP zwischen dem 2. und 3. Semester.

<sup>6</sup> Innerhalb des BWL-Profiles 3 müssen entweder jeweils 2 verschiedene Veranstaltungen aus drei Fachgebieten oder jeweils drei verschiedene Veranstaltungen aus zwei Fachgebieten gewählt werden.

<sup>7</sup> Das Hauptseminar ist an einem an den Fächern der Vertiefung beteiligten Fachgebiete zu absolvieren.

## Anlage 2: Profilbeschreibung des Masterstudiengangs Medienwirtschaft

### 1. Zielstellung/Qualifikationsprofil

(1) Der forschungsorientierte Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Master of Science“ wird von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien getragen. Der Studiengang baut auf dem bereits eingerichteten Bachelorstudiengang Medienwirtschaft auf. Mit dieser Einführung wird die durch den Bologna-Prozess initiierte Umstellung des bisher sehr erfolgreichen Diplomstudiengangs Medienwirtschaft auf Bachelor-/Master-Studiengänge an der Technischen Universität Ilmenau abgeschlossen.

(2) In der Betriebswirtschaftslehre ist es seit Langem Tradition, neben einer branchenübergreifenden Ausbildung branchenspezifisches Wissen für bestimmte Wirtschaftszweige zu vermitteln. Solche Wirtschaftszweiglehren sind häufig an bestimmte betriebswirtschaftliche Funktionen gebunden: Zu denken ist beispielsweise an die Verknüpfung von Bankbetriebslehre und Finanzierung, Industriebetriebslehre und Produktion, Verkehrsbetriebslehre und Logistik. Im Unterschied zu diesen exemplarisch genannten Wirtschaftszweigen beschränken sich die Voraussetzungen sowohl für selbständige Tätigkeiten und anspruchsvolle Aufgaben in der Medienbranche als auch für die betriebswirtschaftliche Forschung im Bereich Medien nicht allein auf eine umfassende betriebswirtschaftliche Ausbildung. Ebenso wenig lassen sich Besonderheiten der Medienbranche **einer** betriebswirtschaftlichen Funktion zuordnen. Erforderlich ist vielmehr: Erstens branchenübergreifendes betriebswirtschaftliches Wissen, zweitens Kenntnisse über Besonderheiten der Medien in der Perspektive verschiedener betriebswirtschaftlicher, volkswirtschaftlicher und juristischer Disziplinen, drittens ein Grundverständnis medientechnischer Problematiken und viertens Einblicke in kommunikations- und medienwissenschaftliche Themen.

Das Ziel des forschungsorientierten Studiengangs Medienwirtschaft an der Technischen Universität Ilmenau ist eine universitäre Ausbildung, die diesen besonderen Anforderungen gerecht wird und Absolventen zur erfolgreichen beruflichen Tätigkeit schwerpunktmäßig in der Medienbranche befähigt. Neben diesen beruflichen Perspektiven sollen auch die universitären Karrierechancen der Studierenden verbessert und der wissenschaftliche Nachwuchs insbesondere, aber nicht ausschließlich, für das Forschungsfeld Medien gefördert werden. Die Leitidee des Masterstudiengangs Medienwirtschaft besteht darin, Studierenden im Vergleich zum Bachelorstudiengang eine weiterführende Spezialisierung und weiterführende Qualifikation zu bieten. Der Studiengang vertieft die Fachkenntnisse und befähigt zum selbständigen wissenschaftlichen Arbeiten, so dass er auf die Promotion vorbereitet.

(3) Um das unter (2) beschriebene Studienziel zu erreichen, kombiniert der Studiengang Medienwirtschaft in besonderer – und im Vergleich zu anderen Universitäten einzigartiger – Weise ein **branchenübergreifendes Ökonomiestudium** mit einem umfassenden **medienbezogenen Studienteil**. In diesem **medienbezogenen Studienteil** werden medienspezifische Problematiken in ökonomischer, technischer und sozialwissenschaftlicher Perspektive thematisiert. Sowohl hinsichtlich des branchenübergreifen-

den Ökonomiestudiums als auch im Hinblick auf den verschiedene Wissenschaftsdisziplinen umfassenden Medienbezug besteht eine völlig andere Ausrichtung als in Studiengängen, die sich – ausgehend von einer sozialwissenschaftlichen und/oder künstlerischen Medienorientierung – auf ausgewählte ökonomische medienspezifische Problematiken beschränken. Ebenso weist der Studiengang Medienwirtschaft aufgrund seines Medienbezugs umfassende Besonderheiten im Vergleich zu allgemeinen betriebswirtschaftlichen Studiengängen auf.

(4) Dem Grundverständnis eines **branchenübergreifenden Ökonomiestudiums** (3) wird durch die Vermittlung klassischer ökonomischer Inhalte unter Anwendung ökonomischer Methoden Rechnung getragen. Dabei wird die in der betriebswirtschaftlichen Ausbildung häufig anzutreffende Profilierung aufgegriffen und umgesetzt: Studierende haben die Möglichkeit, sich in 9 aus den Fächerkomplexen Finanzmanagement, Unternehmensrechnung, Marketing, Produktionswirtschaft und Unternehmensführung gebildeten BWL-Profilen zu spezialisieren, wobei auch innerhalb des jeweiligen Profils individuelle Wahlmöglichkeiten offen stehen.. Diese betriebswirtschaftlichen Profilmächer werden um affine Fächer aus dem Bereich Volkswirtschaftslehre und Rechtswissenschaften ergänzt. Auch hier ermöglicht ein umfassendes Fächerspektrum die individuelle Spezialisierung. Aufbauend auf die im Bachelorstudium vermittelten Kenntnisse und Fertigkeiten werden im Masterstudiengang wirtschaftswissenschaftliche Theorien, Modelle und Methoden weiter vertieft und auf Probleme der Praxis angewandt.

(5) Die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien fühlt sich traditionell der Einheit von Forschung und Lehre verpflichtet. Aufgrund der umfassenden branchenübergreifenden ökonomischen Forschungsaktivitäten entspricht das **branchenübergreifende Ökonomiestudium** diesem Grundsatz. Die Vielfalt ökonomischer Positionen spiegelt sich auch in den Forschungsaktivitäten der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien wider: Neben Arbeiten in neoklassischer Forschungsperspektive findet man auch Forschungsarbeiten auf der Grundlage eines evolutorischen Wirtschaftsordnungsverständnisses. Kapitalmarktorientierte Arbeiten werden ebenso vorgelegt wie Forschungsprojekte in verhaltenswissenschaftlicher Perspektive. Neben einer schwerpunktmäßig analytischen Forschung wird eine überwiegend empirische Forschungsausrichtung vertreten. Forschungsgegenstand sind klassische ökonomische Felder, gleichzeitig aber auch unternehmens- und wirtschaftsethische Problematiken sowie Fragen des Umweltschutzes.

(6) Der **medienbezogene Studienteil** (3) umfasst ein Angebot verschiedener Fächer aus unterschiedlichen Wissenschaftsdisziplinen: In einer obligatorischen ökonomisch-rechtlichen Medienvertiefung werden betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche medienspezifische Kenntnisse vermittelt. Des Weiteren ist Gegenstand dieser ökonomisch-rechtlichen Medienvertiefung ein umfassender medienrechtlicher Part (Medienrecht). Ebenso wie der branchenübergreifende Teil ist auch dieser Abschnitt des Curriculums durch umfangreiche Forschungsarbeiten unterlegt. So verbindet die betriebswirtschaftlichen und volkswirtschaftlichen Fachvertreter an der Technischen Universität Ilmenau die Ausrichtung auf den Forschungsgegenstand Medien, auch wenn Abstufungen in der Medienaffinität einzelner Disziplinen zwangsläufig zu unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen führen. Medienrecht wird in Forschung und Lehre durch ein eigenes Fachgebiet repräsentiert und ist durch zahlreiche Veröffentlichungen fundiert.

Neben der ökonomisch-rechtlichen Medienvertiefung umfasst der **medienbezogene Studienteil** Medientechnologie, medienbezogene Wirtschaftsinformatik, Medien- und Kommunikationswissenschaft. Dieser technische, sozialwissenschaftliche oder vertiefend ökonomische Medienbezug ist wahlobligatorisch. Studierende haben beispielsweise die Möglichkeit, sich für ein Profil im Bereich Medientechnik, Medien- und Kommunikationswissenschaft oder Medienbezogene Wirtschaftsinformatik zu entscheiden. Ermöglicht wird dieses breite Profilangebot allein durch das Ilmenauer Modell der Medienausbildung: An der Technischen Universität Ilmenau sind Medien Gegenstand ökonomisch-rechtlicher, technischer und sozialwissenschaftlicher Forschung. Die ökonomisch-rechtliche Medienvertiefung wird insbesondere von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien getragen. Die medientechnische Medienvertiefung bietet die Fakultät für Elektrotechnik und Informationstechnik an. Medien- und Kommunikationswissenschaft sowie Medienmanagement ist forschungs- und lehrmäßig im Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft verankert, welches ebenfalls Bestandteil der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien ist.

Im Detail werden die folgenden studiengangspezifischen Qualifikationsziele verfolgt:

Die erfolgreichen Absolventinnen und Absolventen sind für Aufgaben des höheren Unternehmensmanagements, insbesondere im Mediensektor, qualifiziert. Außerdem sollen sie grundsätzlich zu einer wissenschaftlichen Tätigkeit mit dem Ziel einer Promotion befähigt werden. Speziell lassen sich die Fähigkeiten der Absolventinnen und Absolventen durch die folgenden Eigenschaften charakterisieren:

- (1) Die Absolventinnen und Absolventen haben die Kenntnisse und Kompetenzen, die sie im Rahmen des Bachelor-Studiengangs Medienwirtschaft oder eines artverwandten Studiengangs erworben haben, vertieft und erweitert.
- (2) Die Absolventinnen und Absolventen haben Qualifikationen in den Profilen Finanzmanagement, Unternehmensrechnung, Besteuerung; Strategisches Management oder Allgemeine Betriebswirtschaftslehre erworben.
- (3) Darüber hinaus haben sich die Absolventinnen und Absolventen ihre Kenntnisse im Bereich der Wirtschaftsinformatik und des Rechts vertieft.
- (4) Die Absolventinnen und Absolventen verfügen über ausgeprägte medienspezifische Kompetenzen durch die obligatorische Beschäftigung mit Fragestellungen des Medienrechts und die Wahlmöglichkeit, sich im Bereich der Medientechnologie und der Medien- bzw. Kommunikationswissenschaft zu spezialisieren.
- (5) Die Absolventinnen und Absolventen können sich mit den aktuellen Entwicklungen auf den Gebieten der Wirtschaftswissenschaft und der Medien- bzw. Kommunikationswissenschaft sowie der Medientechnologie kritisch auseinander setzen.
- (6) Sie sind in der Lage, selbstständig wissenschaftlich zu arbeiten und dabei die Erkenntnisse der eigenen Disziplin und von Nachbardisziplinen zu integrieren. Diese Fähigkeit haben sie im Rahmen von Masterarbeit, Hauptseminararbeiten und Forschungsprojekten unter Beweis gestellt.

## 2. Inhaltliche Schwerpunkte/Studienablauf

(1) Die Regelstudienzeit im Studiengang Medienwirtschaft beträgt für die Ausbildung zum Master of Science (M. Sc.) vier Semester. Das Studium wird durch die folgenden Lehrgebiete bestimmt:

- o **Branchenübergreifende Betriebswirtschaftslehre**
  - o Finanzmanagement und Unternehmensrechnung  
oder
  - o BWL-Profil 2: Strategisches Management  
oder
  - o BWL-Profil 3: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre  
oder
  - o BWL-Profil 4: Finanzmanagement und Marketing  
oder
  - o BWL-Profil 5: Finanzmanagement und Produktionswirtschaft  
oder
  - o BWL-Profil 6: Finanzmanagement und Unternehmensführung  
oder
  - o BWL-Profil 7: Unternehmensrechnung und Marketing  
oder
  - o BWL-Profil 8: Unternehmensrechnung und Produktionswirtschaft  
oder
  - o BWL-Profil 9: Unternehmensrechnung und Unternehmensführung
- o **Branchenübergreifende betriebswirtschaftliche Methodenlehre, Volkswirtschaftslehre und Rechtswissenschaften (wahlobligatorisch)**
  - o Betriebswirtschaftliche Methodenlehre: Quantitative Unternehmensplanung, Prognoserechnung, Datenanalyse
  - o Volkswirtschaftslehre: Finanzwissenschaft, Umweltökonomie, Industrieökonomik, Competition, Strategy, and Institutions
  - o Rechtswissenschaften: Unternehmensrecht, Arbeitsrecht, Europarecht, Europäisches Wirtschaftsrecht
- o **Obligatorische ökonomisch-rechtliche Medienvertiefung**
  - o Medienökonomie
  - o Medienrecht
- o **Wahlobligatorische Medienvertiefung**
  - o Medientechnologie: Media System Engineering, Kommunikationsnetze für Medientechnologie, Multimedia Standards, Usability Engineering
  - o Medienbezogene Wirtschaftsinformatik: Betriebliches Wissensmanagement / Wissensbasierte Systeme, Grundlagen des Informationsmanagements, Information Retrieval, IT Service Management, IV-Strategien, Methoden und Werkzeuge der Digitalen Fabrik, Virtual Reality in industriellen Anwendungen
  - o Medien- und Kommunikationswissenschaft: Vertiefungsmodul, Forschungsmodul
- **Masterarbeit**

(2) Die angeführten Lehrinhalte werden zunächst in Vorlesungen vermittelt. Zu den Vorlesungen werden Seminare angeboten, in denen Studierende im fachlich betreuten Selbststudium die Lehrinhalte anwenden. Dies geschieht fächerabhängig in Form von Übungen oder Praxiswerkstätten. An einigen Fachgebieten werden obligatorische Übungen durch fakultative E-Learning-Angebote ergänzt.

(3) Einen breiten Raum nimmt das vertiefende Erlernen wissenschaftlichen Arbeitens ein. So haben Studierende obligatorisch zwei Hauptseminare zu belegen. Die Anfertigung einer Hauptseminararbeit dient der selbständigen Erarbeitung eines forschungsnahen Teilgebiets und dessen Präsentation in schriftlicher Form. Der Vortrag soll Studierende befähigen, die Arbeitsinhalte in adäquater Form, unter Beachtung zeitlicher Restriktionen sowie unter Einsatz verschiedener Medien zu präsentieren. Des Weiteren dienen Hauptseminare der Vermittlung von **Schlüsselqualifikationen** wie rhetorischer Fähigkeiten beim Vortrag und in der Diskussion. Hauptseminararbeiten bereiten auf die sechsmonatige Masterarbeit vor. Die Masterarbeit, mit der Studierende zeigen sollen, dass sie ein größeres ökonomisches bzw. ein medienbezogenes interdisziplinäres Forschungsproblem unter Anwendung wissenschaftlicher Arbeitstechniken selbständig bearbeiten können, schließt das Masterstudium ab. Einschlägige Kolloquien eröffnen begleitend die Möglichkeit zum wissenschaftlichen Diskurs.

(4) Der Studienplan ist so konzipiert, dass Studierende das vermittelte Wissen durch ein intensives Selbststudium, insbesondere durch beständiges Literaturstudium ergänzen. Hierzu werden von den Dozenten Anregungen gegeben und die Studierenden werden zu selbständiger Vorbereitung und Nachbereitung aufgefordert. Den Studierenden stehen dazu die Einrichtungen der Universitätsbibliothek sowie Fachgebietsbibliotheken zur Verfügung.

(5) Die wissenschaftliche Ausbildung an der Technischen Universität Ilmenau ist gekennzeichnet durch die Vermittlung **besonderer Schlüsselqualifikationen**, die aus der Interdisziplinarität des Ilmenauer Modells resultieren. So beschränkt sich die interdisziplinäre Ausrichtung an der Technischen Universität Ilmenau nicht nur auf die fachliche Ausbildung. Vielmehr haben Studierende durch den Besuch (medien-)ökonomischer, medienrechtlicher, medientechnischer und medienwissenschaftlicher Vorlesungen und durch die Mitarbeit in ebensolchen Seminaren und Praxiswerkstätten die Gelegenheit zum Diskurs sowohl mit Professoren und Studierenden der Ökonomie als auch mit Vertretern technischer und sozialwissenschaftlicher Disziplinen. Damit werden sie für die interdisziplinären Anforderungen im Beruf, insbesondere für die Zusammenarbeit mit Ingenieuren und Sozialwissenschaftlern anderer Disziplinen optimal vorbereitet.

(6) Der Masterstudiengang ist **modular aufgebaut**. Dadurch ist eine individuelle Spezialisierung möglich. Die einzelnen Module werden detailliert in der Modulbeschreibung dargestellt.

(7) Die curricularen Elemente sowie die Struktur des Studiengangs gewährleisten die **internationale Ausrichtung** des Masterstudiengangs. Englische Fachliteratur ist Bestandteil vieler Lehrveranstaltungen, von denen ein Teil in englischer Sprache gehalten wird. Der modulare Aufbau und die internationale Ausrichtung ermöglichen die Integration von Auslandssemestern und verbessern die Anerkennungsmöglichkeiten von Studienleistungen, die im Ausland erbracht wurden.

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

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

Den Absolventen des Studiengangs Medienwirtschaft eröffnen sich zunächst Tätigkeitsfelder in betriebswirtschaftlichen Kernbereichen privater und öffentlicher Unternehmen der Medienbranche. Hierzu gehört beispielsweise sowohl die Tätigkeit im Controlling eines Verlages als auch die Beschäftigung in der Unternehmensberatung, der Steuerberatung und der Prüfung von Medienunternehmen. Des Weiteren sind die Absolventen der Medienwirtschaft mit Absolventen allgemeiner betriebswirtschaftlicher Studiengänge konkurrenzfähig. Deshalb sind grundsätzlich auch betriebswirtschaftliche Arbeitsfelder ohne Medienbezug, wie beispielsweise in Banken, Versicherungen, Unternehmensberatungen, Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften sowie in öffentlichen Unternehmen denkbar. Der Studiengang Medienwirtschaft hat das Ziel, für diese Unternehmen Führungskräfte auszubilden. In Abhängigkeit von der jeweiligen Unternehmensorganisation handelt es sich um Führungskräfte des mittleren und höheren Managements. Ebenso bildet der Studiengang Medienwirtschaft für die unternehmerische Selbständigkeit aus. Schließlich wird aus Absolventen der Medienwirtschaft in Ilmenau auch der wissenschaftliche Nachwuchs in den einzelnen betriebs- und volkswirtschaftlichen Disziplinen sowie im Bereich Medien gewonnen.

### **4. Kapazitätsanalyse**

Die notwendigen Kapazitäten für die Ausbildung von Studierenden der Medienwirtschaft im Masterstudiengang sind nach dem zurzeit gültigen Stand gegeben.

### Anlage 3: Zugangsvoraussetzungen

- 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:

sehr gut	=	20 Punkte
gut	=	10 Punkte
befriedigend	=	5 Punkte

Wurde der Abschluss an einer deutschsprachigen Hochschule gemacht, werden weitere 10 Punkte angerechnet.

4) Die Erzielung einer Abschlussnote „gut“ oder „sehr gut“ in folgenden drei studienrelevanter 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 und längstens 60 Minuten festgestellt. Diese dient zur Feststellung der Fachkompetenz/Berufserfahrung. Diese ermittelt sich aus

- umfassenden Kenntnissen zur Betriebswirtschaftslehre,
- Grundkenntnissen auf dem Gebiet der Volkswirtschaftslehre,
- Grundkenntnissen des für wirtschaftswissenschaftliche Fragestellungen relevanten Rechts,
- Beherrschung der Mathematik und Statistik für wirtschaftswissenschaftliche Anwendungen,
- Englischkenntnissen, welche einen sicheren Umgang mit englischsprachiger Fachliteratur sowie das Absolvieren englischsprachiger Lehrveranstaltungen ermöglichen,
- Grundkenntnissen auf den Gebieten Medienökonomie und Medienmanagement.

Die Prüfung ist mit bis zu 20 Punkten (= sehr gut) zu bewerten. Der Prüfer kann Auflagen gemäß § 4 Abs. 5 der Prüfungsordnung – Allgemeine Bestimmungen – der Technischen Universität Ilmenau vorschlagen, wenn die Eignungsprüfung trotz Defiziten in einzelnen Fächern erkennen lässt, dass der Bewerber das Studium erfolgreich bewältigen kann, wenn diese Defizite behoben werden. Die Auflagen müssen in klar definierten Lehrveranstaltungen der Technischen Universität Ilmenau bestehen (beispielsweise aus dem Bachelorstudiengang Medienwirtschaft) und dürfen insgesamt nicht mehr als 30 LP umfassen.

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