

# TECHNISCHE UNIVERSITÄT ILMENAU

## Prüfungs- und Studienordnung für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“.

Gemäß § 3 Absatz 1 in Verbindung mit § 38 Absatz 3 des Thüringer Hochschulgesetzes (ThürHG) vom 10. Mai 2018 (GVBl. S. 149), zuletzt geändert durch Artikel 7 des Gesetzes vom 23. März 2021 (GVBl. S. 115, 118), erlässt die Technische Universität Ilmenau (nachstehend „Universität“ genannt) auf der Grundlage der Prüfungs- und Studienordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor“, „Master“ und „Diplom“ der Universität, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nummer 174 / 2019, zuletzt geändert durch die zweite Änderungssatzung, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nummer 184 / 2020, folgende Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang „Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft“ mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nummer 199 / 2021.

Der Rat der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien hat diese Ordnung am 12. Januar 2021 beschlossen. Der Studienausschuss hat zu ihr mit Beschluss vom 29. Februar 2021 positiv Stellung genommen. Der Präsident hat sie am 15. April 2021 genehmigt.

### Inhaltsübersicht

<b>A. Allgemeiner Teil</b>	<b>3</b>
§ 1 Geltungsbereich	3
<b>B. Studium</b>	<b>3</b>
§ 2 Akademischer Grad	3
§ 3 Studienvorkenntnisse	3
§ 4 Ziel des Studiums, Berufsfeld	3
§ 5 Regelstudienzeit	4
§ 6 Inhalt, Aufbau und Umfang des Studiums, Studienplan	4
§ 7 Zulassung zu Modulen	5
§ 8 Studienfachberatung	5
§ 9 Lehr- und Prüfungssprache	5
<b>C. Prüfungen</b>	<b>6</b>
§ 10 Zulassung zu Abschlussleistungen	6

§ 11 Art, Form und Dauer der Abschlussleistungen	6
§ 12 Zweite Wiederholung von Prüfungen	6
§ 13 Freiversuch und Notenverbesserungsversuch	6
§ 14 Medienprojekt	7
§ 15 Bachelorarbeit	7
§ 16 Bildung der Gesamtnote	9
<b>D. Schlussbestimmungen</b>	9
§ 17 Inkrafttreten, Außer-Kraft-Treten	9
Anlage Studienplan	11
Anlage: Profilbeschreibung des Bachelorstudienganges	12
Anlage: Regelungen zur berufspraktischen Ausbildung	18
Anlage: Kompetenzziele und Regelungsbereich Wahlkataloge	21

## **A. Allgemeiner Teil**

### **§ 1 Geltungsbereich**

(1) Die Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ regelt auf der Grundlage der Prüfungs- und Studienordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor“, „Master“ und „Diplom“ der Universität (PStO-AB), veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nummer 174 / 2019 in der jeweils geltenden Fassung, Inhalte, Ziel, Aufbau und Gliederung des Studiums sowie Details zum Prüfungsverfahren im vorgenannten Studiengang. Die Anlagen sind Bestandteile dieser Ordnung.

(2) Alle Personen- und Funktionsbezeichnungen gelten genderunabhängig in gleicher Weise.

## **B. Studium**

### **§ 2 Akademischer Grad**

Die Universität verleiht den Studierenden bei erfolgreichem Abschluss dieses Bachelorstudienganges auf Vorschlag der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien den akademischen Grad

„Bachelor of Arts“

als ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss.

### **§ 3 Studienvorkenntnisse**

Für Module in einer anderen Lehr- und Prüfungssprache als Deutsch (§ 9 Absatz 1) sowie im Rahmen von Doppelabschlussprogrammen (§ 9 Absatz 2) wird für den erfolgreichen Abschluss des Studiums empfohlen, über Sprachkenntnisse der Lehr- und Prüfungssprache auf Sprachniveau B2 gemäß Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER/CEFR) zu verfügen.

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

In der Anlage „Profilbeschreibung“ werden die Qualifikationsziele und die inhaltlichen Schwerpunkte des Studienganges sowie der Bedarf der Wirtschaft

nach den hier ausgebildeten Absolventinnen und Absolventen ausführlich benannt.

## § 5 Regelstudienzeit

Die Regelstudienzeit gemäß § 52 ThürHG beträgt sechs Semester. Der Studienbeginn liegt jeweils im Wintersemester.

## § 6 Inhalt, Aufbau und Umfang des Studiums, Studienplan

(1) Der Studienplan (Anlage) stellt Inhalt und Aufbau des Studiums in der Weise dar, dass das Studium mit allen Abschlussleistungen sowie der berufspraktischen Ausbildung und der Bachelorarbeit (§ 15) in der Regelstudienzeit nach § 5 abgeschlossen werden kann.

(2) Das Studium hat einen Gesamtumfang von 180 Leistungspunkten (LP).

(3) Die Anforderungen an die berufspraktische Ausbildung sowie die Anrechnung berufspraktischer Tätigkeiten (§ 27 Absatz 3 PStO-AB) sind in der Anlage „Regelung-en zur berufspraktischen Ausbildung“ definiert.

(4) Den Studierenden wird empfohlen, neben den fachspezifischen Modulen auch über den im Studienplan vorgeschriebenen Umfang hinaus das fakultative Lehrangebot der Universität wahrzunehmen. Dazu zählen beispielsweise

- Veranstaltungen im Rahmen des englischsprachigen Programms zum Erwerb der Bescheinigung „Applied Media Science – Career International“,
- Veranstaltungen zum Erwerb der „Gender-Diversity-Bescheinigung“,
- Veranstaltungen zum Erwerb der Bescheinigung „Unternehmensgründung und -führung“,
- Veranstaltungen des Studium generale und
- Veranstaltungen zum Erwerb des Abschlusses Europa-Studium.

(5) Für den Erwerb des Grundlagenwissens, Fachwissens und für die Vertiefung sowie Erweiterung der in den Lehrveranstaltungen dargebotenen Lehrinhalte ist das Selbststudium unerlässlich.

(6) Studierende, die den akademischen Grad im Rahmen eines Doppelabschlussprogramms (Double Degree) auf der Grundlage einer Kooperationsvereinbarung mit einer Partnerhochschule anstreben, absolvieren abweichend von dem im Studienplan beschriebenen Curriculum Leistungen an der Partnerhochschule gemäß der Bestimmungen der jeweiligen Kooperationsvereinbarung und deren Ergänzungen.

(7) In der Anlage „Kompetenzziele und Regelungsbereiche für die Wahlkataloge“ sind die entsprechenden Regelungen gemäß § 3 Absatz 7 PStO-AB festgelegt.

(8) Im fünften Fachsemester sieht der Studienplan ein Mobilitäts- beziehungsweise Flexibilitätsfenster mit einem umfassenden Wahlkatalog vor. Dieses kann für einen längeren Auslandsstudienaufenthalt („Auslandssemester“) genutzt werden. Hierfür ist eine individuelle Studienvereinbarung abzuschließen. Für die Anerkennung der im Ausland erbrachten Leistungen gilt § 26 PStO-AB. Das fünfte Fachsemester kann alternativ auch flexibel für ein längeres oder kürzeres Praktikum sowie für Veranstaltungen an der Universität genutzt werden.

(9) Die Studierenden sind aufgefordert, in den Selbstverwaltungsgremien der Universität einschließlich der Studierendenschaft mitzuarbeiten.

## **§ 7 Zulassung zu Modulen**

Es bestehen keine besonderen fachlichen (qualitativen und quantitativen) Voraussetzungen für die Zulassung zu Modulen.

## **§ 8 Studienfachberatung**

(1) Die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien benennt einen Studienfachberater, der gleichzeitig als Mentor tätig ist. Die individuelle Studienberatung zu allgemeinen studienorganisatorischen und prüfungsrechtlichen Fragen wird durch den Studienfachberater sowie das Referat Bildung / Prüfungsamt der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien durchgeführt.

(2) Im Interesse eines zügigen Studienabschlusses ist für die Studierenden eine Studienberatung im vierten Fachsemester beziehungsweise vor Ausgabe des Themas für die Bachelorarbeit vorgesehen.

## **§ 9 Lehr- und Prüfungssprache**

(1) Lehr- und Prüfungssprache im Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft ist Deutsch. Einzelne Module, insbesondere auch das Forschungsseminar, können gemäß § 11 Absatz 8 PStO-AB auch in englischer Sprache angeboten werden. Die Prüfungssprache entspricht der Lehrveranstaltungssprache. Der Modulverantwortliche legt nach Maßgabe der Sätze 1 und 2 sowie § 3 Absatz 9 Sätze 1 bis 3 PStO-AB in der Modulbeschreibung die konkrete Lehr- und Prüfungssprache für das jeweilige Modul fest.

(2) Für Studierende, die den akademischen Grad im Rahmen eines Doppelabschlussprogramms (Double Degree) auf der Grundlage einer Kooperationsvereinbarung mit einer Partnerhochschule anstreben (§ 9 PStO-AB), finden die Lehrveranstaltungen und Abschlussleistungen an der Partnerhochschule in der dort üblichen Lehr- und Prüfungssprache statt. Für die Bachelorarbeit gelten die Bestimmungen der Kooperationsvereinbarung und deren Ergänzungsvereinbarungen.

## **C. Prüfungen**

### **§ 10 Zulassung zu Abschlussleistungen**

Es bestehen keine studiengangspezifischen Voraussetzungen für die Zulassung zu Abschlussleistungen.

### **§ 11 Art, Form und Dauer der Abschlussleistungen**

Die Art der zu erbringenden Abschlussleistungen (§ 10 Absatz 1 PStO-AB) ist im Studienplan festgelegt. Form und Dauer der Abschlussleistungen bestimmt der Modulverantwortliche in der Modulbeschreibung (§ 11 Absätze 1 bis 4 PStO-AB).

### **§ 12 Zweite Wiederholung von Prüfungen**

Gemäß § 19 Absatz 1 PStO-AB können zehn Prüfungsleistungen ein zweites Mal wiederholt werden.

### **§ 13 Freiversuch und Notenverbesserungsversuch**

(1) Eine erstmals nicht bestandene Prüfungsleistung gilt gemäß § 21 Absatz 1 PStO-AB auf Antrag als nicht unternommen, wenn sie erstmalig vor oder zu dem laut Studienplan empfohlenem Fachsemester abgelegt worden ist (Freiversuch). Für die Inanspruchnahme von Freiversuchen gilt § 21 Absatz 1 PStO-AB.

(2) Für den Notenverbesserungsversuch gilt § 21 Absatz 2 PStO-AB.

(3) Gemäß § 21 Absatz 3 PStO-AB können sechs Frei- und Notenverbesserungsversuche (Gesamtkontingent) in Anspruch genommen werden.

## § 14 Medienprojekt

(1) Das Medienprojekt ist ein Modul im Rahmen des Wahlkatalogs Berufsfeldspezialisierung (vgl. Anlage „Studienplan“). Im Rahmen des Medienprojektes erbringen Studierende eine selbstständige praxis- oder forschungsnahe Leistung als alternative Abschlussleistung unter fachlicher Betreuung von Hochschullehrern oder wissenschaftlichen Mitarbeitern. Das Thema des Medienprojektes wird durch ein Fachgebiet des Institutes für Medien- und Kommunikationswissenschaft (IfMK) vergeben. Bei der Wahl des Themas sind auf Antrag Vorschläge der Studierenden zu berücksichtigen. Die Aufgabenstellung ist so zu gestalten, dass sie von einem Studierenden auf der Grundlage des im Studienplan vorgesehenen Studienaufwandes innerhalb eines Bearbeitungszeitraumes von zwölf Monaten bearbeitet werden kann. Auf Antrag des Studierenden kann durch den Prüfungsausschuss der Bearbeitungszeitraum um höchstens einen Monat verlängert werden.

(2) Das Thema, der Zeitpunkt der Ausgabe und der Abgabetermin des Medienprojektes werden beim Prüfungsamt aktenkundig gemacht.

(3) Die Dokumentation zum Medienprojekt ist in zwei Exemplaren im Prüfungsamt einzureichen. Die Mindestinhalte und den Umfang der Dokumentation legt der Modulverantwortliche in der Modulbeschreibung fest.

(4) Das Medienprojekt wird von zwei Prüfern bewertet. Eine der prüfenden Personen soll der Betreuer des Medienprojektes sein. Die Bewertung erfolgt auf Basis der Dokumentation und soll sechs Wochen nicht überschreiten. Die Gesamtnote des Medienprojektes setzt sich je zur Hälfte aus den Noten der beiden Prüfer zusammen.

## § 15 Bachelorarbeit

(1) Die Bachelorarbeit als Abschlussarbeit gemäß § 24 PStO-AB ist eine Prüfungsleistung. Sie besteht aus der schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit und einem Kolloquium (§ 24 Absatz 1 PStO-AB).

(2) Die schriftliche wissenschaftliche Arbeit umfasst einen Arbeitsaufwand von zehn Leistungspunkten (300 Stunden) und ist innerhalb eines Zeitraumes von bis zu sechs Monaten abzuleisten. Hinzu kommen fünf Leistungspunkte für das Exposé, das Bachelorvorbereitungsseminar und das Kolloquium (vgl. Anlage „Studienplan“).

(3) Das Kolloquium besteht aus einem Vortrag von maximal fünfzehn Minuten Dauer, in dem der Studierende die Ergebnisse seiner schriftlichen wissenschaft-

lichen Arbeit präsentiert, und einer anschließenden Diskussion von etwa fünfzehn Minuten Dauer. Es findet in der Regel spätestens sechs Wochen nach der Abgabe der schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit statt. Zum Kolloquium werden Studierende erst dann zugelassen, wenn sie alle sonstigen im Studienplan aufgeführten Prüfungs- und Studienleistungen erbracht haben.

(4) Die Ausgabe des Themas der schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit erfolgt in der Regel am Ende des fünften Fachsemesters. Voraussetzung für die Zulassung ist, dass mindestens 120 Leistungspunkte der laut Studienplan geforderten Leistungspunkte erbracht worden sind.

(5) Die Themenstellung und die Betreuung für die Bachelorarbeit erfolgen grundsätzlich unter Verantwortung des betreuenden Hochschullehrers. Dieser muss ein Professor, Juniorprofessor oder habilitierter Mitarbeiter der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien oder eines Fachgebietes sein, dessen Module im Pflichtbereich des Studienplans verankert sind.

(6) Im Rahmen der Bestellung des Prüfers gemäß § 33 Absatz 1 PStO-AB hat der betreuende Hochschullehrer ein Vorschlagsrecht.

(7) Die Note für die schriftliche wissenschaftliche Arbeit wird als arithmetisches Mittel aus den Noten der vorliegenden Einzelbewertungen der prüfenden Personen gebildet. Ist es gemäß § 25 Absatz 3 PStO-AB notwendig, dass die schriftliche wissenschaftliche Arbeit von mehr als zwei Prüfern bewertet wird und ist dann das arithmetische Mittel größer als 4,0 und kleiner als 4,5, wird eine 4,0 als Endnote festgelegt.

(8) Das Kolloquium wird von zwei Prüfern bewertet. Eine der prüfenden Personen soll der Betreuer der Bachelorarbeit sein.

(9) Die Gesamtnote der Bachelorarbeit setzt sich aus dem arithmetischen Mittel der Note für die schriftliche wissenschaftliche Arbeit und der Note des Kolloquiums zusammen.

(10) Beabsichtigt ein Studierender, die Bachelorarbeit in Kooperation mit Unternehmen oder Behörden anzufertigen, hat er oder sie dem Antrag auf Zulassung hinzuzufügen:

1. die Zustimmung der gewünschten Einrichtung beziehungsweise des gewünschten Fachgebietes unter Angabe eines Fachbetreuers mit Angabe von dessen Qualifikation,
2. eine Kurzbeschreibung von Aufgabenstellung und Arbeitsinhalten,
3. eine Betreuungserklärung des betreuenden Hochschullehrers.



(11) Wird die Durchführung der Bachelorarbeit in Form einer Gruppenarbeit beabsichtigt, hat der Studierende dem Antrag auf Zulassung beizufügen:

1. eine Kurzbeschreibung von Aufgabenstellung und Arbeitsinhalten,
2. eine Darstellung, wie für jeden Studierenden den Anforderungen von Absatz 4 entsprochen wird und die Beiträge der einzelnen Studierenden eindeutig unterscheidbar und damit einer Bewertung zugänglich sind,
3. die Betreuungserklärung des betreuenden Hochschullehrers.

Für die Bewertung gemäß § 25 PStO-AB einer als Gruppenarbeit erbrachten Bachelorarbeit ist der individuelle Beitrag jedes Gruppenmitgliedes durch die Angabe von Dokumentabschnitten, Seitenzahlen oder anderer deutlich unterscheidbarer Kriterien auszuweisen. Die Anforderungen für die Teilleistungen der Gruppenmitglieder im Rahmen der Gruppenarbeit haben den Anforderungen bezogen auf Aufwand und Qualität an eine Einzelarbeit zu entsprechen.

(12) Im Rahmen von Doppelabschlussprogrammen können gemäß § 9 in Verbindung mit Anlage 1 PStO-AB in den Kooperationsvereinbarungen und deren Ergänzungen hiervon abweichende Regelungen getroffen werden.

## **§ 16 Bildung der Gesamtnote**

(1) Gemäß § 17 Absatz 5 PStO-AB legt der Studienplan im Fall von einer Abweichung der regulären Gewichtung der Noten von Abschlussleistungen für die Gesamtnote die konkrete Gewichtung fest.

(2) Bei der Berechnung der auf dem Bachelorzeugnis auszuweisenden Gesamtnote geht die Gesamtnote der Bachelorarbeit mit dem doppelten des durch die Leistungspunkte vorgegebenen Gewichtes ein.

## **D. Schlussbestimmungen**

### **§ 17 Inkrafttreten, Außer-Kraft-Treten**

(1) Diese Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Verkündungsblatt der Universität in Kraft. Sie gilt für alle ab dem Wintersemester 2021 / 2022 neu immatrikulierten Studierenden.

(2) Mit Wirkung zum Ablauf des Wintersemesters 2025 / 2026 treten sämtliche Prüfungsordnungen – Besondere Bestimmungen – sowie Studienordnungen für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit

dem Abschluss „Bachelor of Arts“ außer Kraft. Für Studierende, welche bis zum Außer-Kraft-Treten ihr Studium nicht beendet haben, gilt ab Wirksamkeit des Außer-Kraft-Tretens die Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss "Bachelor of Arts" in der aktuellen Fassung.

Ilmenau, den 15. April 2021

gez.

Univ.-Prof. Dr.-Ing. habil. Kai-Uwe Sattler

Präsident

Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang  
Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss "Bachelor of Arts"

## Anlage Studienplan

Kompetenzfelder/Module	Modulart (Pflicht/ Wahl)	Modulabschlussleistung (Form, Dauer und Details sind in den Modultafeln definiert)	Fachsemester						Summe LP	Ge- wicht	IP
			1.	2.	3.	4.	5.	6.			
			WS LP	SS LP	WS LP	SS LP	WS LP	SS LP			
<b>Kompetenzfeld Kommunikationswissenschaft und Medien</b>								<b>20</b>			
Einführung in die Kommunikationswissenschaft	P	MPL	5					5	5		
Kommunikatorforschung	P	MPL		5				5	5	IP	
Medieninhaltsforschung	P	MPL				5		5	5	IP	
Rezeptions- und Wirkungsforschung	P	MPL				5		5	5	IP	
<b>Kompetenzfeld Sozialwissenschaftliche Methoden</b>								<b>30</b>			
Einführung in die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens	P	MPL	5					5	5		
Statistik 1	P	MPL		5				5	5		
Statistik 2	P	MPL			5			5	5		
Quantitative Methoden der Kommunikationswissenschaft	P	MPL		5				5	5		
Qualitative, quantitative und computationale Analysemethoden	P	MPL				5		5	5	IP	
Forschungsseminar	P	MPL					5	5	5	IP	
<b>Kompetenzfeld Berufsfeld- und Schlüsselqualifikation</b>								<b>45</b>			
Berufsfeldorientierung	P	MPL					10	10	5		
Berufsfeldspezialisierung (30 LP aus <u>Wahlkatalog Berufsfeldspezialisierung / Mobilitätsfenster</u> )	P	MPL						30	0	IP	
Fachsprache Englisch - Medien (C1)	P	MPL						5	5	IP	
<b>Kompetenzfeld Medientechnik und Informationstechnologien</b>								<b>20</b>			
Mathematik für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften 1	P	MPL	5					5	5		
Angewandte Medientechnik	P	MPL					10	10	10		
Webtechnologien	P	MPL	5					5	5	IP	
<b>Informationstechnische Grundlagen (1 Track aus den 2 folgenden Tracks auswählen)</b>								<b>10</b>	<b>10</b>		
<b>Track Angewandte Medieninformatik</b>											
Virtuelle Welten und Digitale Spiele	P	MPL			5				5		
Angewandte Medieninformatik (5 LP aus <u>Wahlkatalog Angewandte Medieninformatik</u> )	P	MPL							5		
<b>Track Angewandte Wirtschaftsinformatik</b>											
Wirtschaftsinformatik – Einführung in die betriebliche Digitalisierung	P	MPL			5				5		
Angewandte Wirtschaftsinformatik (5 LP aus <u>Wahlkatalog Angewandte Wirtschaftsinformatik</u> )	P	MPL							5		
<b>Kompetenzfeld Medienwirtschaft und Medienrecht</b>								<b>40</b>			
Grundlagen der BWL (für AMW)	P	MPL			5			5	5		
Unternehmensführung	P	MPL				5		5	5		
Marketingmanagement und Onlinemarketing	P	MPL	5					5	5		
Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	P	MPL		5				5	5		
Medienmärkte & Digitalisierung	P	MPL			5			5	5		
Medienmanagement	P	MPL				5		5	5	IP	
Einführung in das Recht	P	MPL			5			5	5		
Einführung in das Medienrecht	P	MPL					5	5	5		
<b>Abschlussarbeit</b>								<b>15</b>	<b>30</b>		
Exposé, Bachelorvorbereitungseminar und Kolloquium	P	MPL						5			
Bachelorarbeit	P	MPL						10			
<b>Summe LP*</b>			<b>25</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>35</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>180</b>		

\* Die Über- oder Unterschreitung der in Summe angestrebten 30 LP entsteht durch das Erreichen der erreichten LP nach Abschluss der Module.

Legende	
MPL	Modulprüfungsleistung LP Leistungspunkte
MSL	Modulstudienleistung P Pflichtmodul
PL	Prüfungsleistung W Wahlmodul
SL	Studienleistung IP International Program
SWS	Semesterwochenstunden
V	Vorlesung
Ü	Übung
P	Praktikum
s	schriftlich
m	mündlich
a	alternativ semesterbegleitend
p	praktisch
e	elektronisch
k	Kolloquium

## **Anlage: Profilbeschreibung des Bachelorstudienganges**

### **1. Qualifikationsziele des Bachelor AMW**

Der Studiengang „Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft“ (AMW) bietet ein sozialwissenschaftlich orientiertes Studium. Er ist durch die Integration von kommunikations-, technik- und wirtschaftswissenschaftlichen Lehrinhalten geprägt (Ilmenauer Drei-Säulen-Modell). Die Ausbildung wird anwendungsorientiert in enger Kooperation mit Medienunternehmen und anderen Organisationen im Kommunikationsbereich durchgeführt.

Ziel des Studiums ist es, den Studierenden ein fundiertes theoretisches, methodisches und anwendungsorientiertes Wissen im Bereich der Medien- und Kommunikationswissenschaft zu vermitteln, wobei es insbesondere um öffentliche Kommunikation und digitale Medien geht. Mit den wissenschaftlichen Qualifikationen erhalten die Studierenden auch instrumentelle Fertigkeiten, zum Beispiel im Umgang mit und in der Produktion von digitalen Medienangeboten, die vor allem im Rahmen von Lehrveranstaltungen aus den Wahlkatalogen und Wahlangeboten vermittelt werden (siehe Abschnitt 2). Auf diese Weise werden die Studierenden sowohl zu einem wissenschaftlich vertiefenden und stärker forschungsorientierten Master-Studium, als auch zur Ausübung unterschiedlicher Kommunikations- und Medienberufe im Zeitalter der Digitalisierung befähigt.

Die Absolventen des Bachelorstudienganges AMW verfügen über die folgenden Kompetenzen:

#### **Wissen und Verstehen**

Die Absolventen haben ein breites und integriertes Wissen und Verstehen der wesentlichen Grundlagen sowohl der Medien- und Kommunikationswissenschaft als auch der zum Studiengang zugehörigen (medien-)technischen, (medien-)wirtschaftlichen und (medien-)rechtlichen Inhalte nachgewiesen, welches auf der Ebene der Hochschulzugangsberechtigung aufbaut und wesentlich über dieses hinausgeht.

Die Absolventen verfügen über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden aus den im Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft gelehrtens Wissenschaftsdisziplinen. Sie sind in der Lage, ihr Wissen über die im Studium vermittelten Lerninhalte hinaus eigenständig zu vertiefen. Ihr Wissen und Verstehen entspricht dem Stand der grundlegenden Lehrliteratur und schließt ausgewählte vertiefte Wissensbestände auf dem aktuellen Stand der Forschung in einem in der Abschlussarbeit behandelten Thema aus dem Fach des Studienganges ein.

Die Absolventen reflektieren situationsbezogen die Richtigkeit fachlicher und praxisrelevanter Aussagen. Diese werden in Bezug zum komplexen Kontext gesehen und kritisch gegeneinander abgewogen. Problemstellungen werden vor dem Hintergrund möglicher Zusammenhänge mit fachlicher Plausibilität und unter Berücksichtigung der Wechselwirkungen zwischen technischen und betriebswirtschaftlichen Zielsetzungen gelöst.

### **Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen**

Die Absolventen können das im Studium vermittelte Wissen und Verstehen (siehe obenstehender Absatz) auf eine Tätigkeit anwenden und Problemlösungen im Berufsfeld von Medien- und Kommunikationsfachleuten erarbeiten und weiterentwickeln.

Die Absolventen

- sammeln, bewerten und interpretieren relevante Informationen,
- leiten fundierte Urteile ab,
- entwickeln Lösungsansätze und realisieren aufbauend auf dem vermittelten Wissen entsprechende Lösungen,
- führen anwendungsorientierte Projekte durch,
- sind in der Lage, im Team zur Lösung komplexer Aufgaben beizutragen,
- gestalten selbstständig weiterführende Lernprozesse.

Die Absolventen

- leiten offene Fragen ab und interpretieren sie,
- wenden zur Lösung offener Fragen im Studium vermittelte Methoden an,
- legen Arbeitsergebnisse dar und erläutern sie.

### **Kommunikation und Kooperation**

Die Absolventen

- formulieren fachliche und sachbezogene Problemlösungen und können diese im Diskurs mit Fachvertretern sowie fachfremden Beteiligten mit fundierten Argumenten begründen,
- kommunizieren und kooperieren mit Fachvertretern sowie fachfremden Beteiligten, um eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen,
- reflektieren und berücksichtigen unterschiedliche Sichtweisen und Interessen anderer beteiligter Personen oder Anspruchsgruppen.

### **Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität**

Die Absolventen

- entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns in vorwiegend außerhalb der Wissenschaft liegenden Berufsfeldern orientiert,

- begründen das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen,
- können die eigenen Fähigkeiten einschätzen und reflektieren, sachbezogene Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten angemessen nutzen,
- erkennen situationsadäquat Rahmenbedingungen beruflichen Handelns und begründen ihre Entscheidungen verantwortungsethisch,
- reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen.

## **2. Inhaltliche Schwerpunkte / Studienablauf des Bachelorstudienganges AMW**

Der Bachelorstudiengang „Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft“ (AMW) ist gemäß dem eingangs genannten Ilmenauer Drei-Säulen-Modell in die zentralen Säulen erstens Kommunikationswissenschaft, zweitens Medientechnik und drittens Medienwirtschaft gegliedert. Die erste, zentrale Säule Kommunikationswissenschaft beinhaltet einen theoretischen, einen methodischen und einen berufsfeldorientierten Schwerpunkt. Dadurch ergeben sich im Studiengang folgende inhaltliche Blöcke mit den jeweils zugeordneten Lehrveranstaltungen:

Kommunikationswissenschaft und Medien:

- Einführung in die Kommunikationswissenschaft
- Kommunikatorforschung
- Medieninhaltsforschung
- Rezeptions- und Wirkungsforschung

Sozialwissenschaftliche Methoden:

- Technik des wissenschaftlichen Arbeitens
- Statistik
- Quantitative Methoden
- Qualitative, quantitative und computationale Analysemethoden
- Forschungsseminar (Wahlangebot: Verschiedene Themen)

Berufsfeld- und Schlüsselqualifikation:

- Berufsfeldorientierung (Wahlangebot: Verschiedene Themen)
- Berufsfeldspezialisierung (Wahlkatalog: Verschiedene Veranstaltungsformen)
- Fachsprache Englisch

Medientechnik und Informationstechnologien:

- Mathematische Grundlagen
- Angewandte Medientechnik
- Webtechnologien

- Informationstechnische Grundlagen (gewählt wird Track A oder B mit je 2 Modulen)
  - Track A: Angewandte Medieninformatik
    - Virtuelle Welten und digitale Spiele
    - Angewandte Medieninformatik (Wahlkatalog: Verschiedene Veranstaltungsformen)
  - Track B: Angewandte Wirtschaftsinformatik
    - Wirtschaftsinformatik: Einführung in die betriebliche Digitalisierung
    - Angewandte Wirtschaftsinformatik (Wahlkatalog: Verschiedene Veranstaltungsformen)

#### Medienwirtschaft und Medienrecht:

- Grundlagen der BWL
- Unternehmensführung
- Marketingmanagement und Onlinemarketing
- Grundlagen der VWL
- Medienmärkte und Digitalisierung
- Medienmanagement
- Einführung in das Recht
- Einführung in das Medienrecht

Die Module sind so geplant, dass sie aufeinander aufbauen und die in Abschnitt 1 definierten Qualifikationsziele abdecken. Die Schwerpunkte verschieben sich in allen Säulen mit fortschreitender Studiendauer von der Vermittlung von Grundlagen und Methodenkompetenz immer weiter in Richtung berufs- und arbeitsmarktorientierte sowie forschungsorientierte Qualifizierung. Neben Pflichtangeboten existieren diverse Wahlangebote, die Raum für Vertiefungen gemäß individuellen Interessen der Studierenden erlauben. Das AMW-Studium wird im sechsten Fachsemester mit der Bachelorarbeit abgeschlossen.

#### **Internationalisierung, Studierendenmobilität und Double-Degree-Programme**

Der Studiengang AMW ist in deutscher Sprache studierbar. Es werden im Sinne der *Internationalisierung* ergänzend ausreichend *englischsprachige Lehrveranstaltungen und Prüfungen* angeboten (zum Beispiel bei mehreren parallelen Übungen jeweils eine englischsprachige Übungsgruppe; englischsprachige Forschungsseminare), um einerseits Incomings im Rahmen von Studienaustausch (zum Beispiel Erasmus-Programme, Double-Degree-Programme) ein attraktives Angebot in Ilmenau zu bieten und andererseits die Ilmenauer AMW-Studierenden auf Studium, Praktikum oder Beruf im Ausland beziehungsweise in internationalen Kontexten gut vorzubereiten.

Das fünfte Fachsemester ist als *Mobilitätsfenster* geplant und kann bei Interesse vollständig für Studium oder Praktikum im Ausland genutzt werden.

Durch die freiwillige Teilnahme an einem *Double-Degree-Programm* können AMW-Studierende zwei Studienabschlüsse erwerben: einen Bachelor-Abschluss der Universität und gleichzeitig einen Bachelor-Abschluss der Partneruniversität.

### Zusatzqualifikationen

Der AMW-Studiengang bietet den Studierenden ergänzend zum Regelprogramm verschiedene Möglichkeiten, studienbegleitend freiwillige Zusatzqualifikationen zu erwerben.

- **Bescheinigung „Applied Media and Communication Science – Career International“:** Das integrierte Programm zum Erwerb der Bescheinigung „Applied Media and Communication Science – Career International“ bietet den teilnehmenden Studierenden die Chance, ab dem zweiten Fachsemester integriert in das Studium fremdsprachliche und interkulturelle Zusatzqualifikationen zu erwerben, indem mehrere Veranstaltungen in englischer Sprache und in der Regel in Kooperation mit internationalen Gästen, zum Beispiel Austauschstudierenden oder Gastlehrenden, absolviert werden.
- **Gender-Diversity-Bescheinigung:** Das integrierte Programm zum Erwerb der „Gender-Diversity-Bescheinigung“ bietet den Studierenden die Möglichkeit, integriert in das Studium gender- und diversitybezogene Kompetenzen zu erwerben. Dabei geht es um den forschungsbasiert bewussten, reflektierten und konstruktiven Umgang mit sozialen Diversity-Merkmalen wie Alter, Ethnizität, Behinderung, Religion, sexuelle Orientierung und auch mit Geschlecht (Gender) in der Gesellschaft, in den Medien und der öffentlichen wie privaten Kommunikation. Die Bescheinigung wird erworben, indem zwei zusätzliche Online-Module absolviert und zudem in ausgewählten Veranstaltungen des regulären Studienplans Gender-Diversity-bezogene Themen bearbeitet werden.
- **Bescheinigung „Unternehmensgründung und -führung“:** Mit dem zusätzlichen Erwerb der Bescheinigung „Unternehmensgründung und -führung“ haben die Studierenden die Möglichkeit, die Förderung von Kompetenzen zur Gründung und Führung von Unternehmen zu fokussieren und eine individuelle Orientierung auf dem Weg zum erfolgreichen Unternehmensmanagement zu entwickeln, indem sie das gleichnamige, aus vier Fächern bestehende Modul ergänzend zum Studienplan absolvieren.



### 3. Bedarf an Absolventen in der Wirtschaft

Die Nachfrage an Kommunikations- und Medienfachleuten ist bereits seit Jahrzehnten ungebrochen hoch und wird in den kommenden Jahren mit dem Boom digitaler Medien weiterhin wachsen und sich ausdifferenzieren.

Das Bachelorstudium der Angewandten Medien- und Kommunikationswissenschaft bereitet für diesen Arbeitsmarkt ideal vor, indem es eine solide medien- und kommunikationswissenschaftliche Grundlagenausbildung von Anfang an interdisziplinär mit medientechnischen und medienwirtschaftlichen sowie medienrechtlichen Fächern verzahnt und dabei den Fokus auf öffentliche Kommunikation und digitale Medien legt. Der Studiengang ist stark anwendungsorientiert, indem er sich durch enge Praxisbezüge, Unternehmenskooperationen und auch die Vermittlung von Fähigkeiten der digitalen Medienproduktion auszeichnet. Die verschiedenen Möglichkeiten, studienbegleitende Zusatzqualifikationen zu erwerben, erhöhen weiter die beruflichen Chancen.

Das Studium der „Angewandten Medien- und Kommunikationswissenschaft“ bildet für ein breit gefasstes Spektrum von Medien- und Kommunikationsberufen aus, das Berufsfelder im Bereich der öffentlichen Kommunikation und Organisationskommunikation ebenso einschließt wie innovative Berufsfelder in den Bereichen Medienproduktion und Medienmanagement. Es ermöglicht den Absolventen insbesondere, sich an den Schnittstellen verschiedener Unternehmensbereiche kompetent einzubringen und bei der Lösung von Kommunikationsproblemen ökonomische Herausforderungen sowie technische Entwicklungen angemessen zu berücksichtigen.

Die Tätigkeitsfelder der Absolventinnen und Absolventen umfassen unter anderem

- PR-Agenturen
- Werbe- und Marketing-Agenturen
- Markt- und Meinungsforschungsinstitute
- Consulting-Unternehmen
- Öffentliche Verwaltung
- Bildungs- und Forschungseinrichtungen
- Verlage, Multimedia- und Musikunternehmen
- Unternehmen der Gaming-Branche
- Unternehmen im Bereich Social Media
- Medienproduktionsfirmen
- Kommunikations- und Presse-Abteilungen von Industrie- und Handelsunternehmen
- Medienanstalten und Rundfunkunternehmen
- Presseunternehmen
- Eventagenturen
- Kommunikations- und Presse-Abteilungen von Parteien und Verbänden

## **Anlage: Regelungen zur berufspraktischen Ausbildung**

### **1. Ziel und Zweck des Praktikums**

(1) Das Fachpraktikum hat zum Ziel, die Studierenden mit Arbeitsprozessen und Arbeitsmethoden sowie mit organisatorischen und sozialen Verhältnissen in Unternehmen und Institutionen der Kommunikations- und Medienbranche bekannt zu machen und sie an ihre spätere berufliche Tätigkeit heranzuführen.

(2) Das Fachpraktikum ist Bestandteil des Wahlkatalogs für das Absolvieren des Pflichtmoduls „Berufsfeldspezialisierung“ im Rahmen des Kompetenzfelds „Berufsfeld- und Schlüsselqualifikation“.

### **2. Dauer und Aufteilung des Praktikums**

(1) Das Fachpraktikum hat als kleines Fachpraktikum einen Umfang von elf Wochen (15 Leistungspunkte) und umfasst als großes Fachpraktikum 22 Wochen (30 Leistungspunkte). Das Praktikum ist in der Regel zusammenhängend zu absolvieren.

(2) Eine Praktikumswoche umfasst fünf Praktikumstage mit der für diese Dauer geltenden regulären Wochenarbeitszeit des jeweiligen Unternehmens für Vollzeitbeschäftigte.

(3) Ausgefallene Praktikumstage (Urlaub, Krankheit, Betriebsschließung, Kurzarbeit oder ähnliches) sind grundsätzlich nachzuholen. Über die nachgeholt Tage ist ein gesonderter Nachweis erforderlich. Gesetzliche Feiertage müssen nicht nachgeholt werden.

### **3. Praktikumseinrichtung, Praktikumsvertrag**

(1) Anerkennung finden vornehmlich Unternehmen und Institutionen, die an Entwicklungen der (vorrangig elektronischen) Medien beteiligt sind oder diese nutzen und eine Ausbildung im Sinne der vorliegenden Ordnung ermöglichen. Dazu zählen insbesondere PR-Agenturen, Werbe- und Marketingagenturen, Bildungs- und Forschungseinrichtungen, Medienanstalten und Rundfunkunternehmen, Medienproduktionsfirmen, Verlage sowie Multimedia- und Musikunternehmen. Auch entsprechende Abteilungen von Industrie- und Handelsunternehmen, der öffentlichen Verwaltung sowie Consulting-Unternehmen, Parteien und Verbände bieten Praktikumsmöglichkeiten. Eigene Unternehmen oder solche von Verwandten sowie ein Praktikum an der Universität scheiden in der Regel aus.

(2) Die Kontaktaufnahme zur Praktikumseinrichtung und der Abschluss des Praktikumsvertrages ist Aufgabe der Studierenden.

(3) Die Studierenden sind verpflichtet, das Fachpraktikum rechtzeitig vor Aufnahme der Tätigkeit im Prüfungsamt anzumelden und sich einen Prüfer zuweisen zu lassen. Zum Zweck der Vorbereitung der fachlichen Anerkennung des Praktikums gemäß Ziffer 6 erklärt die prüfende Person mit ihrer Unterschrift ihr Einverständnis zur gewählten Praktikumeinrichtung und den geplanten Tätigkeiten.

#### **4. Inhalt des Praktikums**

(1) Das Fachpraktikum beinhaltet Tätigkeiten, die einen kommunikations- und medienwissenschaftlichen, medientechnologischen oder medienwirtschaftlichen Bezug aufweisen.

(2) Neben der fachlichen Ausbildung sollen sich die Studierenden auch über Betriebsorganisation, Sozialstrukturen, Sicherheits-, Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekte informieren.

(3) Im Rahmen des Nachteilsausgleichs (§ 28 PStO-AB) können Studierende besondere Regelungen zum Fachpraktikum beim zuständigen Prüfungsausschuss beantragen.

#### **5. Praktikumszeugnis, Tätigkeitsbericht**

(1) Die Studierenden weisen ihre praktischen Tätigkeiten mit einem Praktikumszeugnis und einem Bericht zum Praktikum nach.

(2) Für das Fachpraktikum ist von der durchführenden Einrichtung ein Praktikumszeugnis in deutscher oder englischer Sprache und mit folgenden Angaben auszustellen:

- a. Name, Vorname und Geburtstag der Studierenden,
- b. Praktikumszeitraum,
- c. Ausbildungsbetrieb, Abteilung, Anschrift,
- d. Ausbildungsbereiche und Aufgabenstellung,
- e. Verbale Einschätzung der Studierenden hinsichtlich der Arbeitsaufgabe und des erzielten Ergebnisses,
- f. Anzahl der Fehltage (Ziffer 2 Absatz 3),
- g. Nachweis über nachgearbeitete Tage (nur, wenn solche angefallen sind),
- h. Unterschrift des betrieblichen Betreuers.

(3) Die Studierenden haben ihre Tätigkeiten im Fachpraktikum sowie die von ihnen erzielten Ergebnisse in einem schriftlichen Bericht im Umfang von circa zehn Seiten darzustellen. Der Bericht sollte inhaltlich und formal nach wissenschaftlichen Anforderungen ausgearbeitet sein und mindestens darstellen:

- a. Die Praktikumeinrichtung und ihre Arbeitsfelder gemäß Ziffer 3 Absatz 1 und Ziffer 4,
- b. Die genauen Tätigkeiten der Studierenden während des Praktikums,
- c. Die Bezüge zwischen den einzelnen Praktikumsaktivitäten und den verschiedenen Inhalten beziehungsweise Fächern des eigenen Studiengangs,
- d. Eine abschließende Reflexion der Praktikumsaufgabe hinsichtlich ihres Bildungswertes für das Studium und die spätere Berufstätigkeit.

## **6. Fachliche Anerkennung der berufspraktischen Ausbildung**

(1) Die fachliche Anerkennung des Fachpraktikums erfolgt auf Grundlage des Praktikumszeugnisses und des schriftlichen Berichtes der Studierenden durch den Prüfer.

(2) Für die Entscheidung über die fachliche Anerkennung gilt § 37 PStO-AB.

## **7. Anrechnung und Anerkennung von Ersatzzeiten**

(1) Ein einschlägiger berufsqualifizierender Abschluss auf kommunikations- und medienwissenschaftlichem Gebiet beziehungsweise ein Volontariat wird als zusätzliches Praktikum anerkannt, jedoch nicht für das Fachpraktikum angerechnet.

(2) Eine Anerkennung berufspraktischer Tätigkeiten, die im Zusammenhang mit anderen Modulen, zum Beispiel dem Medienprojekt, geleistet werden, ist generell ausgeschlossen.

(3) Über die Anerkennung eines im Rahmen eines anderen Studiums an der Universität oder einer anderen Hochschule erbrachten Fachpraktikums entscheidet der Prüfungsausschuss gemäß § 54 Absatz 5 ThürHG in Verbindung mit § 26 Absatz 1 PStO-AB.

(4) Für die Entscheidung über die Anrechnung oder Anerkennung gilt § 37 PStO-AB.

## **8. Praktikum im Ausland**

(1) Praktische Tätigkeiten im Ausland werden anerkannt, wenn sie diesen Richtlinien und Vorschriften genügen. Das Absolvieren des Fachpraktikums im Ausland wird ausdrücklich empfohlen. Entsprechende Tätigkeiten müssen in allen Punkten diesen Regelungen zur berufspraktischen Ausbildung entsprechen.

(2) Falls das Zeugnis nicht in deutscher oder englischer Sprache abgefasst ist, ist eine beglaubigte Übersetzung beizufügen.

## **Anlage: Kompetenzziele und Regelungsbereich Wahlkataloge**

Der Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ beinhaltet zwei verschiedene Wahlbereiche.

### **1. Wahlbereich „Berufsfeldspezialisierung und Mobilitätsfenster“**

(1) Der Wahlbereich „Berufsfeldspezialisierung / Mobilitätsfenster“ dient im Rahmen des Kompetenzfeldes „Berufsfeld- und Schlüsselqualifikation“ des Studienganges Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ (BA-Studienganges AMW) dem Erwerb von Kenntnissen, Fähigkeiten und Kompetenzen mit besonderer Nähe zum nationalen und internationalen Berufsfeld des Studienganges. Da das Feld der Medien- und Kommunikationsberufe national wie international weit gefächert ist, sind für die Studierenden sehr unterschiedliche Berufsfelder relevant (siehe Profilbeschreibung des BA-Studienganges AMW). Somit muss eine Berufsfeldspezialisierung Wahlmöglichkeiten lassen. Der Wahlbereich „Berufsfeldspezialisierung“ ist im fünften Fachsemester des BA-Studienganges AMW platziert. Das fünfte Fachsemester dient somit als Mobilitäts- und Flexibilitätsfenster, um verschiedene berufsfeldbezogene Wahlmöglichkeiten im In- und Ausland zu eröffnen (zum Beispiel „Auslandssemester“: Lehrveranstaltungen an ausländischen Partneruniversitäten, Praktika im In- und Ausland; aber auch praxisbezogene Lehrveranstaltungen an der Universität). Dazu gehören auch Lehrveranstaltungen aus dem Studium generale, dem Spracheninstitut und andere praxisorientierte Lehrveranstaltungen der Universität, etwa dem Gründerservice der Universität „Ilmkubator“.

(2) Im Wahlbereich „Berufsfeldspezialisierung“ sind laut Studienplan (siehe Anlage Studienplan) 30 Leistungspunkte zu erwerben.

Die Studierenden sind frei in der Wahl der Module aus dem jeweils gültigen Wahlkatalog im Bereich „Berufsfeldspezialisierung / Mobilitätsfenster“.

### **2. Wahlbereich „Informationstechnische Grundlagen“**

(1) Der Wahlbereich „Informationstechnische Grundlagen“ dient im Rahmen des Kompetenzfeldes Medientechnik und Informationstechnologien des sozialwissenschaftlichen BA-Studienganges AMW dem Erwerb von Kenntnissen, Fähigkeiten und Kompetenzen im Bereich Informationstechnik auf Grundlagenebene. Dies entspricht dem sogenannten „Ilmenauer Drei-Säulen-Modell“ des Studienganges, der kommunikationswissenschaftliche mit wirtschaftswissenschaftlichen und technikwissenschaftlichen Inhalten verzahnt. Informationstechnische Grundlagen, die im Bereich Medien und Kommunikation relevant sind, beziehen sich auf unterschiedliche Inhalte und Fachdisziplinen (zum Beispiel Medieninformatik, Wirtschaftsinformatik). Um Studierende optimal auf

zukünftige Medien- und Kommunikationsberufe vorzubereiten, müssen somit im Bereich der Vermittlung informationstechnischer Grundlagen Wahlmöglichkeiten gegeben sein.

(2) Im Wahlbereich „Informationstechnische Grundlagen“ sind laut Studienplan (siehe Anlage Studienplan) zehn Leistungspunkte zu erwerben.

(3) Die Studierenden können im Wahlbereich „Informationstechnische Grundlagen“ zwischen zwei verschiedenen Tracks wählen (siehe Anlage Studienplan).

- Der Wahl-Track „Angewandte Medieninformatik“ besteht aus „Virtuelle Welten und Digitale Spiele“ und einem Wahlkatalog, aus dem die Studierenden ein Modul auswählen.
- Der Wahl-Track „Angewandte Wirtschaftsinformation“ besteht aus dem Modul „Einführung in die betriebliche Digitalisierung“ und einem Wahlkatalog, aus dem die Studierenden ein Modul auswählen.

Die Zusammenstellung und Aktualisierung der Wahlkataloge erfolgen gemäß § 3 Absatz 7 PStO-AB.