

TECHNISCHE UNIVERSITÄT ILMENAU

Prüfungs- und Studienordnung -Besondere Bestimmungen - für den Studiengang Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master 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 Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master of Arts“, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nummer 214 / 2021.

Der Rat der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien hat diese Ordnung am 9. März 2021 beschlossen. Der Studienausschuss hat zu ihr mit Beschluss vom 29. März 2021 positiv Stellung genommen. Der Präsident hat sie am 5. Mai 2021 genehmigt.

Inhaltsübersicht

A.	Allgemeiner Teil	3
§ 1	Geltungsbereich	3
B.	Studium	3
§ 2	Akademischer Grad	3
§ 3	Studienzugangsvoraussetzungen und Studienvorkenntnisse	3
§ 4	Ziel des Studiums, Berufsfeld, Profiltyp	4
§ 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
C.	Prüfungen	6
§ 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	Masterarbeit	6
§ 15	Bildung der Gesamtnote	8
D.	Schlussbestimmungen	8
§ 16	In-Kraft-Treten, Außer-Kraft-Treten	8
	Anlage Besondere Zugangsvoraussetzungen	10
	Anlage Studienplan	13
	Anlage Profilbeschreibung des Masterstudienganges	14
	Anlage Kompetenzziele und Regelungsbereich Wahlkataloge	21

A. Allgemeiner Teil

§ 1 Geltungsbereich

(1) Die Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master 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 Masterstudienganges auf Vorschlag der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien den akademischen Grad

„Master of Arts“

als weiteren berufsqualifizierenden Hochschulabschluss.

§ 3 Studienzugangsvoraussetzungen und Studienvorkenntnisse

Neben den allgemeinen Zugangsvoraussetzungen für die Zulassung zu einem Masterstudiengang nach dem Thüringer Hochschulgesetz gelten die in der Anlage „Besondere Zugangsvoraussetzungen“ geregelten weiteren Zugangsvoraussetzungen für diesen Studiengang.

§ 4 Ziel des Studiums, Berufsfeld, Profiltyp

- (1) Das Studium zielt auf eine forschungsorientierte Vertiefung der bereits in einem Hochschulstudium und gegebenenfalls in einer praktischen Berufsausübung erworbenen Fach- und Methodenkompetenz auf dem Gebiet der Kommunikationswissenschaft ab.
- (2) In der Anlage „Profilbeschreibung“ werden die Qualifikationsziele und die inhaltlichen Schwerpunkte des Studienganges sowie der Bedarf der Absolventinnen und Absolventen in der Wirtschaft ausführlich benannt.
- (3) Der Studiengang ist konsekutiv und hat gemäß § 4 Thüringer Studienakkreditierungsverordnung (ThürStAkkVVO) das Profil „forschungsorientiert“.

§ 5 Regelstudienzeit

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

§ 6 Inhalt, Aufbau und Umfang des Studiums, Studienplan

- (1) Der Studienplan (Anlage) stellt den Inhalt sowie den Aufbau des Studiums in der Weise dar, dass das Studium mit allen Abschlussleistungen und der Masterarbeit (§ 14) in der Regelstudienzeit nach § 5 abgeschlossen werden kann.
- (2) Das Studium hat einen Gesamtumfang von 120 Leistungspunkten (LP).
- (3) Den Studierenden wird empfohlen, neben den fachspezifischen Modulen auch über den im Studienplan vorgeschriebenen Umfang hinaus das fakultative Lehrangebot der Universität wahrzunehmen.
- (4) Für den Erwerb des Fachwissens und für die Vertiefung sowie Erweiterung der in den Lehrveranstaltungen dargebotenen Lehrinhalte ist das Selbststudium unerlässlich.
- (5) 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.

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

(5) Sollte beabsichtigt sein, Leistungen für das Studium während eines Auslandsaufenthalts („Auslandssemester“) zu erbringen, ist hierfür eine individuelle Studienvereinbarung abzuschließen. Für die Anerkennung der im Ausland erbrachten Leistungen gilt § 26 PStO-AB.

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

§ 7 Zulassung zu Modulen

Es bestehen keine besonderen Voraussetzungen für die Zulassung zu Modulen.

§ 8 Studienfachberatung

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

§ 9 Lehr- und Prüfungssprache

(1) Lehr- und Prüfungssprache im Studiengang Media and Communication Science ist Englisch. Einzelne Module können auch in deutscher 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 Masterarbeit 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 Abschlussleistung (§ 10 Absatz 1 PStO-AB) ist im Studienplan festgelegt. Form und Dauer der Abschlussleistungen bestimmt die oder der Modulverantwortliche in der Modulbeschreibung (§ 11 Absätze 1 bis 7 PStO-AB).

§ 12 Zweite Wiederholung von Prüfungen

Gemäß § 19 Absatz 1 PStO-AB können sechs 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 die Notenverbesserung gilt 21 Absatz 2 PStO-AB.

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

§ 14 Masterarbeit

(1) Die Masterarbeit als Abschlussarbeit gemäß § 24 PStO-AB ist eine Prüfungsleistung im vierten Fachsemester. Sie besteht aus der schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit und einem Kolloquium (§ 24 Absatz 1 PStO-A) und umfasst einen Arbeitsaufwand von 25 Leistungspunkten.

(2) Die schriftliche wissenschaftliche Arbeit ist innerhalb eines Zeitraums von sechs Monaten abzuleisten.

(3) Das Kolloquium besteht aus einem Vortrag von maximal fünfzehn Minuten Dauer, in dem die Studierenden die Ergebnisse ihrer schriftlichen wissenschaftlichen Arbeiten präsentieren, 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 dritten Fachsemesters. Voraussetzung für die Zulassung zur wissenschaftlichen Arbeit ist, dass mindestens 50 Leistungspunkte der laut Studienplan geforderten Leistungspunkte erbracht worden sind.

(5) Die Themenstellung und die Betreuung für die Masterarbeit erfolgen grundsätzlich unter Verantwortung der betreuenden Hochschullehrenden. Hierbei muss es sich um einen Professor, einen Juniorprofessor oder einen habilitierten Mitarbeiter der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien oder eines Fachgebietes handeln, dessen Module im Studienplan verankert sind.

(6) Im Rahmen der Bestellung der Prüferinnen oder Prüfer gemäß § 25 Absatz 2 und § 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 Masterarbeit sein.

(9) Die Gesamtnote der Masterarbeit setzt sich zu 2 / 3 aus der Note der schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit und zu 1 / 3 aus der Note des Kolloquiums zusammen.

(10) Beabsichtigt ein Studierender oder eine Studierende, die Masterarbeit 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 deren oder dessen Qualifikation,
2. eine Kurzbeschreibung von Aufgabenstellung und Arbeitsinhalten,
3. eine Betreuererklärung des betreuenden Hochschullehrers.

(11) Wird die Durchführung der Masterarbeit in Form einer Gruppenarbeit beabsichtigt, hat der oder die 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 Betreuererklärung des betreuenden Hochschullehrers.

Für die Bewertung gemäß § 25 PStO-AB einer als Gruppenarbeit erbrachten Masterarbeit 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 Ergänzungsvereinbarungen hiervon abweichende Regelungen getroffen werden.

§ 15 Bildung der Gesamtnote

Gemäß § 17 Absatz 5 Satz 2 PStO-AB legt der Studienplan im Fall von einer Abweichung der regulären Gewichtung der Noten von Abschlussleistungen für die Gesamtnote die konkrete Gewichtung fest. Dasselbe gilt für die Masterarbeit.

D. Schlussbestimmungen

§ 16 In-Kraft-Treten, Außer-Kraft-Treten

(1) Diese Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master of

Arts“ tritt am Tag nach Ihrer Veröffentlichung im Verkündungsblatt der Universität in Kraft. Sie gilt für alle ab dem Wintersemester 2021/2022 immatrikulierten Studierenden.

(2) Mit Wirkung zum Ablauf des Sommersemesters 2024 treten alle weiteren im Zeitpunkt des In-Kraft-Tretens dieser Ordnung geltenden Prüfungsordnungen – Besondere Bestimmungen - sowie Studienordnungen für den Studiengang Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master 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 Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master of Arts“ in der aktuellen Fassung.

Ilmenau, den 5. Mai 2021

gez.

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

Präsident

Anlage Besondere Zugangsvoraussetzungen

1. Der Zugang zum englischsprachigen Masterstudiengang Media and Communication Science (MCS) setzt – neben den allgemeinen und sonstigen Zugangsvoraussetzungen – das Vorliegen der sprachlichen Voraussetzungen gemäß Absatz 2 sowie die nachstehend aufgeführten fachlichen Qualifikationen voraus, was im Rahmen der Mastereignungsüberprüfung gemäß § 4 der Ordnung über den Zugang zu Masterstudiengängen an der Universität (MAZugO) zu überprüfen ist. Die Eignungsüberprüfung dient damit der Feststellung, ob der Bewerber den für den Studiengang Media and Communication Science besonderen sprachlichen und fachspezifischen Anforderungen genügt.
2. Das Studium erfordert die Beherrschung der englischen Sprache mindestens auf dem Niveau C1 gemäß des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens für Sprachen (GER / CEFR). Neben den entsprechenden Sprachzertifikaten des GER / CEFR kann das Sprachniveau auch durch das Mindestniveau „gut“ in der Modulprüfung „Fachsprache Englisch - Medien (C1)“ aus dem BA-Studiengang „Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft“ nachgewiesen werden.
3. Gegenstand der Eignungsüberprüfung ist der Nachweis der fachspezifischen Eignung durch eine Kombination der in Ziffer 4 bis 6 benannten und anhand von Punktzahlen gewichteten fachlichen Qualifikationen.
4. Der Abschluss im Sinne von § 67 Absatz 1 Satz 1 Nummer 4 ThürHG wird hinsichtlich der fachlichen Einschlägigkeit mit bis zu 70 Punkten anhand folgender Kriterien bewertet:
 - a. Inhaltlicher Bezug zur Kommunikationswissenschaft, insbesondere Vermittlung von Kenntnissen zur Funktion, Struktur und Entwicklung des Mediensystems beziehungsweise digitaler Medien sowie von Überblickskenntnissen zu den wichtigsten Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft mit bis zu maximal 20 Punkten;
 - b. Inhaltlicher Bezug zur Kommunikations- und Medienforschung, insbesondere erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten zu den wichtigsten sozialwissenschaftlichen Forschungsmethoden mit bis zu maximal 20 Punkten;
 - c. Interdisziplinarität in der Zusammensetzung des Curriculums sowie in thematischen Zugängen auf Fachebene, insbesondere Vermittlung eines Grundverständnisses für technische, wirtschaftliche, politische und psychologische Prozesse mit bis zu maximal 20 Punkten;
 - d. Inhaltlicher Bezug zur Kommunikations- und Medienpraxis, insbesondere Vermittlung von Fähigkeiten zur zielgruppen-, medien- und marktgerechten Planung, Gestaltung und Bewertung unterschiedlicher Medienprodukte, vor allem in Hörfunk und Fernsehen sowie im Multimedia-, Online-

und Mobil-Bereich im Rahmen von Praktika mit bis zu maximal zehn Punkten.

5. Zusätzlich wird der Grad der Qualifikation nach der Abschlussnote bewertet:

- a) sehr gut = 30 Punkte
- b) gut = 20 Punkte
- c) befriedigend = 10 Punkte

6. Weiterhin wird der Grad der fachspezifischen Eignung mit bis zu maximal 40 Punkten anhand nachfolgender Kompetenzen bewertet:

- a) Kompetenzen und Fähigkeiten in der Kommunikations- und Medienforschung gemäß Ziffer 4 Absatz 2 anhand einer nachweisbaren qualifizierten Berufserfahrung mit bis zu maximal fünf Punkten;
- b) Feststellung von Fähigkeiten und Fertigkeiten aus der Kommunikations- und Medienpraxis gemäß Ziffer 4 Absatz 4 anhand nachgewiesener qualifizierter beruflicher Tätigkeiten mit bis zu maximal 15 Punkten;
- c) Bereitschaft und Motivation zu interdisziplinärer Forschung anhand des Motivationsschreibens mit fünf Punkten;
- d) Feststellung internationaler Erfahrungen anhand nachgewiesener Auslandsaufenthalte (Praktika, Studienaufenthalte, berufspraktische Tätigkeiten) unter Berücksichtigung nach Art und Dauer mit bis zu maximal 15 Punkten.

7. Für den Zugang zum Masterstudiengang MCS ist als Grundvoraussetzung neben den weiteren nachstehenden Bestimmungen der Nachweis von mindestens 40 Punkten aus der Bewertung nach Ziffer 4 erforderlich. Erreicht der Bewerber auf Basis der Aktenlage entsprechend der Bewertungen nach Ziffern 4 bis 6

- a) eine Gesamtpunktzahl von 80 und mehr Punkten ist die Eignungsüberprüfung mit „Besondere Zugangsvoraussetzungen vorliegend“ zu bewerten.
- b) nicht die Gesamtpunktzahl von 80, aber mindestens 65 Punkte, wird für das Feststellen ihrer oder seiner Eignung das Vorliegen noch nicht nachgewiesener fachlicher Qualifikationen in einem 30-minütigen Gespräch überprüft und bei Vorliegen mit bis zu 15 Punkten bewertet. Erreicht der Bewerber

auch nach dem Gespräch nicht die Gesamtpunktzahl von 80, ist die Eignungsüberprüfung als mit „Besondere Zugangsvoraussetzungen nicht vorliegend“ zu bewerten.

- c) eine Gesamtpunktzahl von weniger als 65 Punkten ist die Eignungsüberprüfung mit „Besondere Zugangsvoraussetzungen nicht vorliegend“ zu bewerten.

Anlage Studienplan

Kompetenzfelder/Module	Modulart (Pflicht / Wahl)	Modulabschlussleistung (Form, Dauer und Details sind in den Modultafeln definiert)	Fachsemester				Summe LP	Ge- wicht
			1.	2.	3.	4.		
			WS LP	SS LP	WS LP	SS LP		
Theories, Methods and Technologies in Communication and Media						25		
Academic Skills in Communication Science	P	MPL	5			5	5	
Qualitative and Quantitative Methods	P	MPL	5			5	5	
Data Analysis: Methods in Empirical Communication Research	P	MPL	5			5	5	
Media Management and Communication Theories	P	MPL	5			5	5	
Intercultural Communication	P	MPL	5			5	5	
Empirical Research in Communication and Media						30		
Catalogue of Electives <u>Research in Communication and Media</u> (Students choose 2 two-semester research modules with 15 ECTS each)	P	MPL		15	15	30	30	
Specialization and Vocational Training						35		
Catalogue of Electives <u>Specialization in Communication and Media</u> (Students choose 5 one-semester specialization modules with 5 ECTS each)	P	MPL	5	10	10	25	25	
Catalogue of Electives <u>Applied Communication</u> (Students choose 2 one-semester applied modules with 5 ECTS each)	P	MPL		5	5	10	10	
Final Thesis						30		
Exposé and Master Preparation Seminar	P	MSL				5	5	
Master Thesis and Colloquium	P	MPL				25	30	
Summe LP			30	30	30	30	120	
Legende								
	MPL	Modulprüfungsleistung		LP	Leistungspunkte			
	MSL	Modulstudienleistung		P	Pflichtmodul			
	PL	Prüfungsleistung		W	Wahlmodul			
	SL	Studienleistung						
	SWS	Semesterwochenstunden						
	V	Vorlesung						
	Ü	Übung						
	P	Praktikum						
	s	schriftlich						
	m	mündlich						
	a	alternativ semesterbegleitend						
	p	praktisch						
	e	elektronisch						
	k	Kolloquium						

Anlage Profilbeschreibung des Masterstudienganges

1. Qualifikationsziele des Masterstudienganges MCS

Der konsekutive Masterstudiengang „Media and Communication Science“ (nachfolgend MCS) ist ein konsekutiver, forschungsorientierter, kommunikationswissenschaftlicher Studiengang. Er führt insbesondere den kommunikationswissenschaftlichen Bachelorstudiengang „Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft“ (AMW) fachlich fort und vertieft und verbreitert die dort erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten. Er ermöglicht Studierenden, die einen fachlich einschlägigen BA-Abschluss an anderen nationalen und internationalen Universitäten gemacht haben, den Einstieg in ein Studienprogramm, das kommunikationswissenschaftliche mit medienwirtschaftlichen und medientechnischen Inhalten verknüpft (Ilmenauer Drei-Säulen-Modell). Die Ausbildung erfolgt auch in Kooperation mit Medienunternehmen und anderen Organisationen im Kommunikationsbereich, einschließlich internationaler Kooperationspartner.

Darüber hinaus hat der Masterstudiengang MCS eine ausgeprägte internationale Ausrichtung und wird durchgängig in englischer Sprache unterrichtet. Da der englischsprachige Masterstudiengang seit seiner Gründung eine internationale Studierendenschaft anzieht, können in den Lehrveranstaltungen internationale Perspektiven der Medienentwicklung aus erster Hand diskutiert, internationale Medienangebote und Kommunikationsstrategien analysiert sowie englischsprachige Inhalte erstellt werden.

Ziel des Studiums ist es, den Masterstudierenden ein fundiertes theoretisches, methodisches und anwendungsorientiertes Wissen im Bereich der Medien- und Kommunikationswissenschaft zu vermitteln, wobei es insbesondere um öffentliche Kommunikation und digitale Medien in der nationalen sowie internationalen Medienlandschaft geht. Auf diese Weise werden Studierende sowohl auf eine anschließende Promotion, als auch zur Ausübung von Kommunikations- und Medienberufen in verantwortlicher und leitender Position in nationalen und internationalen Kontexten befähigt. Somit stellt der Abschluss des Masterstudienganges MCS einen weiteren berufsqualifizierenden Hochschulabschluss dar, der arbeitsmarktrelevante Kompetenzen vermittelt.

Im Einzelnen verfügen die Absolventinnen und Absolventen des Masterstudienganges MCS über die folgenden Kompetenzen:

Wissen und Verstehen

Absolventen haben Wissen und Verstehen nachgewiesen, das auf der Bachelor-ebene aufbaut und dieses wesentlich vertieft oder erweitert. Sie sind in der

Lage, medien- und kommunikationswissenschaftliche Sachverhalte in ihren Bezügen zu (medien-) technischen, (medien-)wirtschaftlichen und (medien-)rechtlichen Sachverhalten zu verstehen und zu interpretieren.

Absolventen verfügen über ein breites, detailliertes und reflektiertes Verständnis auf dem neuesten Stand der Forschung in der empirischen Medien- und Kommunikationswissenschaft. Ihr Wissen und Verstehen bildet die Grundlage für die forschungsorientierte Entwicklung und Anwendung eigener Ideen.

Absolventen wägen in kompetenter Weise die Richtigkeit wissenschaftlicher und praxisbezogener Aussagen gegeneinander ab. Sie lösen unter Zuhilfenahme dieser Abwägungen praxisrelevante und wissenschaftliche Probleme im Feld der (digitalen, öffentlichen) Kommunikation in einer globalen Medienlandschaft.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen

Absolventen können ihr Wissen und Verstehen (siehe voriger Abschnitt) sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anwenden, die in einem breiteren oder multidisziplinären sowie internationalen Zusammenhang mit Fragestellungen der empirischen Medien- und Kommunikationswissenschaft stehen.

Absolventen:

- integrieren vorhandenes und neues Wissen in komplexen Zusammenhängen, auch auf der Grundlage begrenzter Informationen
- treffen wissenschaftlich fundierte Entscheidungen und reflektieren kritisch mögliche Folgen
- eignen sich selbstständig neues Wissen und Können an
- führen anwendungsorientierte Projekte selbstständig durch

Absolventen:

- entwerfen auf der Basis des vorliegenden Theorie- und Forschungsstandes sinnvolle Forschungsfragen
- wählen konkrete Operationalisierung unterschiedlicher theoretischer Konstrukte und begründen diese Entscheidungen
- wählen Forschungsmethoden (Sampling-Methoden, Datenerhebungsmethoden, Datenanalyse-Methoden) sachgerecht und passend zu den Forschungsfragen aus und begründen diese Auswahl unter anderem mit methodischen, forschungsökonomischen und ethischen Kriterien
- erläutern Forschungsergebnisse sachgerecht und interpretieren diese kritisch anhand der Limitationen der jeweiligen Studie

Kommunikation und Kooperation

Absolventen:

- formulieren innerhalb ihres Handelns fachliche und sachbezogene Problemlösungen und können diese im Diskurs mit Fachvertretern sowie Fachfremden mit theoretischen und methodisch fundierten Argumenten begründen
- kommunizieren und kooperieren mit Fachvertretern sowie Fachfremden, um eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen
- reflektieren und berücksichtigen unterschiedliche Sichtweisen und Interessen anderer Beteiligter

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Absolventen:

- entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns orientiert
- begründen das eigene berufliche Handeln mit theoretischem, empirischem und methodischem Wissen
- können die eigenen Fähigkeiten einschätzen, reflektieren autonom sachbezogene Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten und nutzen diese unter Anleitung
- 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 Masterstudienganges MCS

Der Masterstudiengang „Media and Communication Science“ MCS als englischsprachiger, internationaler, konsekutiver, forschungsorientierter Masterstudiengang besteht aus drei Studienphasen. Im ersten Semester (erste Studienphase) werden einführende Pflichtmodule besucht, so dass alle Studierenden aufbauend auf ihrem jeweiligen Bachelorabschluss gleichermaßen für die Anforderungen des Masterstudienganges MCS vorbereitet sind. Anschließend folgen im zweiten und dritten Fachsemester (zweite Studienphase) forschungs- und praxisbezogene Wahlmodule mit einer Vielfalt an Themen aus den Bereichen der (digitalen, öffentlichen) Kommunikation. Im vierten und letzten Fachsemester (dritte Studienphase) wird die Masterarbeit erstellt.

Erstes Fachsemester (erste Studienphase)

Im ersten Fachsemester werden sechs Pflichtmodule (je fünf Leistungspunkte) angeboten. Diese sollen den Studierenden, die mit unterschiedlichen Vorkenntnissen aus anderen Studienorten kommend den Studiengang MCS beginnen, eine gemeinsame fachliche Basis für den Einstieg auf Masterniveau vermitteln. Die Pflichtmodule berücksichtigen dabei die Forschungsorientierung des Masterstudienganges und vertiefen das notwendige sozialwissenschaftliche Methodeninstrumentarium für eigenständige empirisch-qualitative und vor allem empirisch-quantitative Forschung. Die Pflichtmodule bilden zudem das Ilmenauer Drei-Säulen-Modell ab, indem sie medien- beziehungsweise kommunikationswissenschaftliche, medienwirtschaftliche sowie medientechnische Theorien, Methoden und Erkenntnisse über das Bachelorniveau hinausgehend vertiefend behandeln. Zudem werden in dem englischsprachigen, internationalen Masterstudiengang auch Theorien der interkulturellen Kommunikation anwendungsorientiert vertieft:

1. Academic Skills in Communication Science (grundlegende und vertiefte Techniken empirisch-kommunikationswissenschaftlichen Arbeitens)
2. Qualitative and Quantitative Methods (qualitative und quantitative sozialwissenschaftliche Methoden der Untersuchungsplanung, Datenerhebung und Datenanalyse)
3. Data Analysis (vertiefte quantitativ-statistische Datenanalyse)
4. Communication and Media Theories (zentrale und aktuelle Theorien zur Analyse von öffentlicher Kommunikation und digitalen Medien)
5. Information and Communication Technologies (aktuelle Informations- und Kommunikationstechnologien)
6. Intercultural Communication (Theorie und Praxis der interkulturellen Kommunikation).

Zweites und drittes Fachsemester (zweite Studienphase)

Im zweiten und dritten Fachsemester werden drei Typen von Wahlmodulen angeboten: Forschungsmodule sind zwei-semesterig angelegt und vermitteln die Durchführung von empirischen Studien von Anfang (Formulierung der Forschungsfrage) bis Ende (Darstellung und Interpretation der empirischen Befunde). Vertiefungsmodule sind einsemesterig angelegt und der fachlich-theoretischen Wissensvertiefung gewidmet. In Anwendungsmodulen werden Projekte in der Regel mit Praxispartnern (zum Beispiel lokalen oder internationalen Medienunternehmen, Agenturen) durchgeführt. Für Forschungs-, Vertiefungs- und Anwendungsmodule wird jeweils ein breites Themenspektrum zur Auswahl bereitgehalten, das sich aus den Forschungsaktivitäten aller Fachgebiete am Institut und in der Fakultät speist.

- Research Module (Forschungsmodul, zweisemestrig, 15 Leistungspunkte): zwei Angebote sind zu wählen
- Specialization Module (Vertiefungsmodul, einsemestrig, fünf Leistungspunkte): vier Angebote sind zu wählen
- Applied Communication (Anwendungsmodul, einsemestrig, fünf Leistungspunkte): zwei Angebote sind zu wählen

Viertes Fachsemester (dritte Studienphase)

Im vierten und letzten Fachsemester wird die Masterarbeit geplant und umgesetzt. Dazu wird im Masterseminar der jeweilige Arbeitsstand vorgetragen (Exposé and Master Preparation Seminar: fünf Leistungspunkte) und nach Abgabe der fertigen Masterarbeit wird diese begutachtet und abschließend verteidigt (Master Thesis and Defense: 25 Leistungspunkte). Als Masterarbeitsprojekt wird in der Regel eine empirische Studie durchgeführt. Die einführenden Pflichtmodule (erstes Fachsemester) und die anschließenden Forschungs-, Vertiefungs- und Anwendungsmodule (zweites und drittes Fachsemester) sind so konzipiert, dass sie aufeinander aufbauen und sicherstellen, dass die in Abschnitt 1 definierten Qualifikationsziele erreicht werden können. Die Wahlangebote geben den Studierenden dabei viel Raum für Vertiefungen gemäß individueller Interessen innerhalb der empirischen Medien- und Kommunikationswissenschaft.

Internationalisierung, Studierendenmobilität und Double-Degree-Programme

Der Masterstudiengang MCS ist vollständig in englischer Sprache studierbar und zieht deswegen internationale Studierende an.

Das zweite oder dritte Fachsemester ist als Mobilitätsfenster geplant und kann bei Interesse vollständig für ein Studiensemester im Ausland genutzt werden.

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

Kooperationen mit internationalen Partneruniversitäten werden kontinuierlich gepflegt und erweitert, um die Internationalisierung des Studienganges, die Studierendenmobilität und Double-Degree-Programme voranzubringen.

3. Bedarf an Absolventen in der Wirtschaft

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

Das Masterstudium der Media and Communication Science MCS bereitet für diesen internationalen Arbeitsmarkt ideal vor, indem es eine auf dem Bachelor-niveau aufsetzende, vertiefende medien- und kommunikationswissenschaftliche Ausbildung mit medientechnischen und medienwirtschaftlichen Fächern interdisziplinär verzahnt und dabei den Fokus auf öffentliche digitale Kommunikation legt. Der Studiengang ist stark forschungsorientiert und befähigt zur eigenständigen Lösung von Problemen mit dem Methodeninstrumentarium empirischer Sozialforschung. Gleichzeitig ist er auch berufsfeldorientiert, indem er sich durch enge Praxisbezüge, Unternehmenskooperationen und auch die Vermittlung von Fähigkeiten der digitalen Medienproduktion auszeichnet. Die englischsprachige Ausgestaltung und das Zusammenarbeiten mit internationalen Studierenden bereiten auf Forschungs- und andere Berufstätigkeiten in internationalen Unternehmen beziehungsweise in internationalen Teams vor.

Das Masterstudium Media and Communication Science bildet für ein breit gefasstes Spektrum von Medien- und Kommunikationsberufen in verantwortlicher und leitender Position 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.

Im Vergleich zu Bachelor-Absolventen sind Master-Absolventen durch ihre vertieften theoretischen, methodischen und praktischen Kompetenzen, ihre Auseinandersetzung mit der globalen Medienlandschaft und ihre interkulturellen Kompetenzen besonders für verantwortliche und leitende Positionen vorbereitet. Insbesondere durch das Studium in einer international zusammengesetzten Gruppe sind sie deutlich besser auf das Arbeiten in internationalen Kontexten vorbereitet, als die Absolventen vergleichbarer Studiengänge anderer Universitäten.

Die Master-Absolventen können unter anderem beruflich tätig werden in:

- Bildungs- und Forschungseinrichtungen
- Consulting-Unternehmen
- Eventagenturen

- Kommunikations- und Presse-Abteilungen von Industrie- und Handelsunternehmen
- Kommunikations- und Presse-Abteilungen von Parteien, Verbänden, NGOs und Behörden
- Markt- und Meinungsforschungsinstituten
- Medienanstalten und Rundfunkunternehmen
- Medienproduktionsfirmen
- Öffentlichen Verwaltungen
- PR-Agenturen
- Presseunternehmen
- Unternehmen der Gaming-Branche
- Unternehmen im Bereich Social Media
- Verlagen, Multimedia- und Musikunternehmen
- Werbe- und Marketing-Agenturen

Anlage Kompetenzziele und Regelungsbereich Wahlkataloge

Der Studiengang Media and Communication Science (nachfolgend: MCS) mit dem Abschluss „Master of Arts“ beinhaltet drei verschiedene Wahlbereiche.

1. Wahlbereich (Catalogue of Electives) Forschungsmodule: „Research in Communication and Media“

(1) Der Wahlbereich „Research in Communication and Media“ dient im Rahmen des forschungsorientierten Masterstudienganges MCS dem Erwerb von Kenntnissen, Fähigkeiten und Kompetenzen für die empirische Erforschung von Medien und Kommunikation. Die Studierenden bearbeiten in den zweisemestrigen Forschungsmodulen teils eigenständig, teils in Teams empirische Projekte, die den gesamten sozialwissenschaftlichen Forschungsprozess umfassen: Zuspitzung der Forschungsfragen oder Forschungshypothesen, Entwicklung des theoretischen Rahmenmodells, Studiendesigns, empirische Datenerhebung, qualitative, quantitative und / oder computationale Datenanalyse, Ergebnisinterpretation und professionelle Ergebnispräsentation. Inhaltlich beziehen sich Studien dabei auf aktuelle Themen im Bereich der Kommunikationswissenschaft. Dadurch werden die Studierenden auf weitere Forschungstätigkeiten im Rahmen der Masterarbeit sowie im späteren Berufsleben oder in einem Promotionsstudium vorbereitet.

(2) Im Wahlbereich „Research in Communication and Media“ sind laut Studienplan (Anlage) 30 Leistungspunkte zu erwerben durch die Auswahl von zwei je zweisemestrigen Forschungsmodulen mit jeweils 15 Leistungspunkten.

(3) Die Studierenden sind im Rahmen der vorhandenen Plätze frei in der Wahl der Module aus dem jeweils gültigen Wahlkatalog im Bereich „Research in Communication and Media“.

2. Wahlbereich (Catalogue of Electives) Vertiefungsmodule: „Specialization in Communication and Media“

(1) Der Wahlbereich „Specialization in Communication and Media“ dient im Rahmen des Masterstudienganges MCS dem Erwerb von Kenntnissen, Fähigkeiten und Kompetenzen zu aktuellen Themen und Phänomenen der Medienlandschaft und öffentlichen Kommunikation. Im Sinne des Ilmenauer Drei-Säulen-Modells der Kommunikationswissenschaft können durch die Vertiefungsmodule nicht nur sozialwissenschaftliche, sondern auch technik- und wirtschaftswissenschaftliche Aspekte von Medien und Kommunikation behandelt und entsprechende theoretische und methodische Kenntnisse und Fähigkeiten erworben werden. Im Wahlbereich „Specialization in Communication

and Media“ finden somit nicht nur Module aus der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien Platz, sondern optional auch Module aus anderen Fakultäten der Universität zum Beispiel zu Themen der Medientechnik oder Medieninformatik).

(2) Im Wahlbereich „Specialization in Communication and Media“ sind laut Studienplan (Anlage) 25 Leistungspunkte zu erwerben durch die Auswahl von fünf je einsemestrigen Vertiefungsmodulen mit fünf Leistungspunkten.

(3) Die Studierenden sind im Rahmen der vorhandenen Plätze frei in der Wahl der Module aus dem jeweils gültigen Wahlkatalog im Bereich „Specialization in Communication and Media“.

3. Wahlbereich (Catalogue of Electives) Anwendungsmodule: „Applied Communication“

(1) Der Wahlbereich „Applied Communication“ dient im Rahmen des Masterstudienganges MCS dem Erwerb von Kenntnissen, Fähigkeiten und Kompetenzen zu aktuellen Themen und Phänomenen der Medienlandschaft und öffentlichen Kommunikation mit deutlichem Praxisbezug. Auch im Rahmen des forschungsorientierten Masterstudienganges MCS sollen Anwendungs- und Praxisbezüge nicht fehlen. In den Anwendungsmodulen erwerben die Studierenden Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen, die für die praktische Arbeit in der Medien- und Kommunikationsbranche in nationalen und internationalen Kontexten vorbereiten (zum Beispiel Konzeption von PR- oder Umwelt-Kampagnen). Teilweise erfolgt dabei auch eine Kooperation mit internationalen oder nationalen Unternehmen sowie mit lokalen Nichtregierungsorganisationen (NGO).

(2) Im Wahlbereich „Applied Communication“ sind laut Studienplan (siehe Anlage Studienplan) zehn Leistungspunkte zu erwerben durch die Auswahl von zwei je einsemestrigen Anwendungsmodulen mit fünf Leistungspunkten.

(3) Die Studierenden sind im Rahmen der vorhandenen Plätze frei in der Wahl der Module aus dem jeweils gültigen Wahlkatalog im Bereich „Applied Communication“.

4. Zusammenstellung und Aktualisierung der Wahlkataloge

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