

# Verkündungsblatt

## der Technischen Universität Ilmenau

---

Nr. 127

Ilmenau, den 20. September 2013

---

### Inhaltsverzeichnis:

	Seite
Prüfungsordnung - Besondere Bestimmungen - für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft (AMW) mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“	2
Studienordnung für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft (AMW) mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“	8
Prüfungsordnung - Besondere Bestimmungen - für den bilingualen Studiengang Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master of Arts“	27
Studienordnung für den bilingualen Studiengang Medien- und Kommunikations-wissenschaft/Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master of Arts“	32

# TECHNISCHE UNIVERSITÄT ILMNEAU

## **Prüfungsordnung - Besondere Bestimmungen - für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft (AMW) mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“**

Gemäß § 3 Abs. 1 in Verbindung mit § 34 Abs. 3 des Thüringer Hochschulgesetzes (ThürHG) vom 21. Dezember 2006 (GVBl. S. 601), zuletzt geändert durch Artikel 16 des Gesetzes vom 21. Dezember 2011 (GVBl. S. 531), erlässt die Technische Universität Ilmenau (nachstehend „Universität“ genannt) auf der Grundlage der Prüfungsordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor“ und „Master“ (PO-AB) der Universität, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nr. 115/2013, in der jeweils geltenden Fassung, folgende Prüfungsordnung - Besondere Bestimmungen - für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“.

Der Rat der Fakultät für Mathematik und Naturwissenschaften hat diese Ordnung am 26. Februar 2013 beschlossen. Der Senat hat zu ihr mit Beschluss vom 19. März 2013 eine positive Stellungnahme abgegeben. Der Rektor hat sie am 8. Mai 2013 genehmigt. Sie wurde dem Thüringer Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur mit Schreiben vom 8. Mai 2013 angezeigt.

### **Inhaltsübersicht**

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Akademischer Grad
- § 3 Regelstudienzeit und Umfang des Studiums
- § 4 Art, Form und Dauer der Prüfungs- und Studienleistungen, Sprachenregelung
- § 5 Alternative studienbegleitende Prüfungsleistungen
- § 6 Wiederholung von Prüfungen
- § 7 Notenverbesserung und Freiversuch
- § 8 Medienprojekt
- § 9 Bachelorarbeit
- § 10 Verpflichtende Studienberatung
- § 11 In-Kraft-Treten

## § 1 Geltungsbereich

(1) Diese Prüfungsordnung gilt auf der Grundlage der Prüfungsordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor“ und „Master“ (PO-AB), veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nr. 115/2013, für den Bachelorstudiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ (Kurzbezeichnung „Bachelor AMW“). Sie ergänzt und – soweit zulässig – ersetzt die Regelungen der PO-AB.

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

## § 2 Akademischer Grad

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

„Bachelor of Arts (B. A.)“

als berufsqualifizierenden Abschluss.

## § 3 Regelstudienzeit und Umfang des Studiums

(1) Die Regelstudienzeit beträgt 7 Semester. Der Studienplan ist so gestaltet, dass das Studium in der Regelstudienzeit abgeschlossen werden kann. Der Studienbeginn liegt jeweils im Wintersemester.

(2) Zum erfolgreichen Abschluss des Studiums müssen insgesamt 210 Leistungspunkte (LP) erworben werden. Die modulare Aufteilung des Studiums mit den zugeordneten LP und den jeweiligen Semesterwochenstunden werden in der Studienordnung (Anlage Studienplan) abgebildet. Die Inhalte des Studienganges sind in der Modulbeschreibung im Modulhandbuch dargestellt. Das Studium schließt mit der Bachelorarbeit ab.

(3) Der Studienumfang beläuft sich zuzüglich der Bachelorarbeit auf 103 Semesterwochenstunden (SWS). Die angegebenen SWS beziehen sich auf die reine Dauer der Veranstaltungen. Darüber hinaus sind Zeiten zur Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen aufzubringen.

(4) Das Fachpraktikum ist eine im 5. Fachsemester vorgesehene Studienleistung mit einer Dauer von mindestens 22 Wochen. Näheres regelt die Studienordnung (Anlage Regelungen zur berufspraktischen Ausbildung).

#### **§ 4 Art, Form und Dauer der Prüfungs- und Studienleistungen, Sprachenregelung**

(1) Die Art der zu erbringenden Prüfungs- und Studienleistungen wird in der Studienordnung (Anlage Studienplan) geregelt. Form und Dauer der Prüfungs- und Studienleistungen sowie zu erbringende Teilnahmenachweise werden im Modulhandbuch bestimmt. Unbenotete Studienleistungen werden mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“ bewertet und tragen wie auch benotete Studienleistungen nicht zur Bildung von Prüfungsnoten bei.

(2) Das Studium findet in deutscher Sprache statt, einzelne Lehrveranstaltungen können in englischer Sprache stattfinden. Die Bachelorarbeit kann wahlweise in deutscher oder englischer Sprache abgefasst werden.

#### **§ 5 Alternative studienbegleitende Prüfungsleistungen**

(1) Einige Lehrveranstaltungen sehen alternative studienbegleitende Prüfungsleistungen außerhalb der Prüfungszeiträume in Form von Referaten, Präsentationen, Hausarbeiten, Protokollen, Arbeitsproben und Leistungskontrollen vor.

(2) Die Anmeldung zu alternativen studienbegleitenden Prüfungsleistungen erfolgt mit der Eintragung in die Teilnehmerliste für die jeweilige Lehrveranstaltung. Innerhalb der ersten Woche nach Beginn der Lehrveranstaltung kann der Studierende beim Prüfungsamt seinen Rücktritt erklären, ohne dass ihm dadurch Benachteiligungen entstehen. Im Übrigen gilt § 14 Absatz 7 Satz 2 PO-AB.

(3) Für Lehrveranstaltungen mit beschränkter Teilnehmerzahl kann im Modulhandbuch eine Mindestteilnehmerzahl festgelegt werden. Wird diese Zahl von der Zahl der Eintragungen in die Teilnehmerliste unterschritten, entscheidet der Prüfungsausschuss im Einvernehmen mit dem Lehrverantwortlichen über die Durchführung der Lehrveranstaltung.

(4) Bei der Vergabe von Themen ist die Aufgabenstellung so zu formulieren, dass sie von einem Studierenden auf der Grundlage des im Studienplan vorgesehenen Studienaufwandes innerhalb der vorgesehenen Zeit, jedoch spätestens bis zum Ende des Semesters, in dem die Lehrveranstaltung endet, bearbeitet werden kann. Hausarbeiten schließen in der Regel ein vorbereitendes Referat ein.

(5) Hausarbeiten, Protokolle, Referate und Präsentationen sowie Arbeitsproben sind in der Regel Gruppenarbeiten. Für deren Bewertung gilt § 10 Absatz 2 PO-AB entsprechend.

(6) Die Gesamtdauer der Leistungskontrollen einer alternativen studienbegleitenden Prüfungsleistung muss die übrigen Leistungsanforderungen berücksichtigen.

(7) Die Bewertung von Referaten, Präsentationen und Leistungskontrollen erfolgt unmittelbar nach Erbringung dieser Leistungen.

(8) Die Bewertung von Hausarbeiten, Protokollen und Arbeitsproben erfolgt auf der Grundlage des zum Fälligkeitsdatum vorliegenden Arbeitsstandes. Das genaue Fälligkeitsdatum ist den Studierenden spätestens bei Beginn der Bearbeitung mitzuteilen.

## **§ 6 Wiederholung von Prüfungen**

(1) Jede nicht bestandene Prüfungsleistung kann einmal wiederholt werden.

(2) Sechs Prüfungsleistungen mit Ausnahme der Bachelorarbeit und des dazugehörigen Abschlusskolloquiums können ein zweites Mal wiederholt werden.

## **§ 7 Notenverbesserung und Freiversuch**

(1) Bestandene Prüfungsleistungen mit Ausnahme der Bachelorarbeit und des dazugehörigen Abschlusskolloquiums können im Rahmen eines Notenverbesserungsversuchs einmal wiederholt werden.

(2) Freiversuche sind für nicht bestandene Prüfungsleistungen mit Ausnahme der Bachelorarbeit und des dazugehörigen Abschlusskolloquiums möglich.

(3) Die Summe von Notenverbesserungsprüfungen und Freiversuchen darf 5 nicht überschreiten

## **§ 8 Medienprojekt**

(1) Das Thema des Medienprojektes wird durch ein Fachgebiet des Institutes für Medien und Kommunikationswissenschaft (IfMK) vergeben. Dabei ist die Aufgabenstellung so zu formulieren, 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) Wird eine Bearbeitung des Medienprojekts außerhalb des IfMK beabsichtigt, gilt § 9 Absatz 4 entsprechend.

(4) Ist das Medienprojekt eine Gruppenarbeit, gilt § 9 Absatz 5 Satz 2 entsprechend.

(5) Die Dokumentation zum Medienprojekt ist in zwei Exemplaren im Prüfungsamt einzureichen.

(6) Das Medienprojekt ist von zwei Prüfern getrennt zu bewerten. Das Bewertungsverfahren soll sechs Wochen nicht überschreiten. Die Gesamtnote des Medienprojektes setzt sich je zur Hälfte aus den Noten der beiden Prüfer zusammen.

## § 9 Bachelorarbeit

(1) Die Bachelorarbeit ist eine zulassungspflichtige Prüfungsleistung im 7. Fachsemester. Sie besteht aus einer schriftlichen Prüfungsleistung in Form einer schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit und einer mündlichen Prüfungsleistung in Form eines Abschlusskolloquiums. Die Note der Bachelorarbeit setzt sich zu je 2/3 aus dem arithmetischen Mittel der Noten der Gutachten und zu 1/3 aus der Note des Abschlusskolloquiums zusammen. Sie fließt mit 20% in die Gesamtnote des Bachelorstudiums ein.

(2) Die schriftliche Arbeit umfasst einen Arbeitsaufwand von ca. 360 Stunden/12 LP und ist innerhalb eines Zeitraumes von sechs Monaten abzuleisten. Die Ausgabe des Themas erfolgt in der Regel am Ende des 6. Fachsemesters, jedoch erst, wenn alle laut Studienordnung (Anlage Studienplan) bis zum Ende des 5. Fachsemesters geforderten Prüfungs- und Studienleistungen erbracht worden sind und wenn die verpflichtende Studienberatung gemäß §10 absolviert wurde.

(3) Zum Abschlusskolloquium werden Studierende erst dann zugelassen, wenn sie alle sonstigen in der Studienordnung (Anlage Studienplan) aufgeführten Prüfungs- und Studienleistungen erbracht haben. Das Kolloquium wird von drei Prüfern bewertet. Einer der Prüfer soll der Betreuer der Bachelorarbeit sein. Das Kolloquium besteht aus einem Vortrag von maximal 15 Minuten Dauer und einer anschließenden Diskussion von maximal 15 Minuten Dauer. Das Kolloquium findet in der Regel 6 Wochen nach der Abgabe statt.

(4) Will ein Studierender die Bachelorarbeit außerhalb des Instituts für Medien und Kommunikationswissenschaft der Fakultät für Mathematik und Naturwissenschaften anfertigen, hat er dem Antrag auf Zulassung hinzuzufügen:

1. bei einer Bachelorarbeit außerhalb der Universität:

- die Zustimmung der gewünschten Einrichtung unter Angabe eines betrieblichen Betreuers
- eine Kurzbeschreibung von Aufgabenstellung und Arbeitsinhalten
- die Betreuererklärung eines für das Thema fachkompetenten Professors des Institutes für Medien und Kommunikationswissenschaft.

2. bei einer Bachelorarbeit an anderen Fakultäten der Universität:

- eine Kurzbeschreibung von Aufgabenstellung und Arbeitsinhalten
- die Betreuererklärung eines für das Thema fachkompetenten Professors der gewünschten Fakultät

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

- eine Kurzbeschreibung von Aufgabenstellung und Arbeitsinhalten
- eine Darstellung, wie für jeden Studierenden den Anforderungen von Absatz 2 entsprochen wird und die Beiträge der einzelnen Studierenden eindeutig unterscheidbar und damit einer Bewertung zugänglich sind
- die Betreuererklärung eines für das Thema fachkompetenten Professors

Für die Bewertung einer als Gruppenarbeit erbrachten Bachelorarbeit ist gemäß §10 Absatz 2 PO-AB der individuelle Beitrag jedes Gruppenmitgliedes durch die Angabe von Dokumentabschnitten, Seitenzahlen oder anderer deutlich unterscheidbarer Kriterien auszuweisen.

### **§ 10 Verpflichtende Studienberatung**

In Vorbereitung auf den Studienabschluss muss sich jeder Studierende im 6. Fachsemester bzw. spätestens vor der Anmeldung der Bachelorarbeit einer Studienberatung unterziehen, die gemeinsam von einem durch den Prüfungsausschuss bestellten Hochschul-lehrer und einem Vertreter des Prüfungsamtes durchgeführt wird.

### **§ 11 In-Kraft-Treten**

Diese Ordnung tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Verkündungsblatt der Universität in Kraft. Sie gilt für alle ab dem Wintersemester 2013/2014 neu immatrikulierten Studierenden.

Ilmenau, den 8. Mai 2013

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

# TECHNISCHE UNIVERSITÄT ILMENAU

## Studienordnung für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft (AMW) mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“

Gemäß § 3 Abs. 1 in Verbindung mit § 34 Abs. 3 des Thüringer Hochschulgesetzes (ThürHG) vom 21. Dezember 2006 (GVBl. S. 601), zuletzt geändert durch Artikel 16 des Gesetzes vom 21. Dezember 2011 (GVBl. S. 531), erlässt die Technische Universität Ilmenau (nachstehend „Universität“ genannt) auf der Grundlage der Prüfungsordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor“ und „Master“(PO-AB) der Universität, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nr. 115/2013, in der jeweils geltenden Fassung, und der Prüfungsordnung – Besondere Bestimmungen - (PO-BB) für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nr. 127/2013 in der jeweils geltenden Fassung, folgende Studienordnung für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“.

Der Rat der Fakultät für Mathematik und Naturwissenschaften hat diese Ordnung am 26. Februar 2013 beschlossen. Der Senat hat zu ihr mit Beschluss vom 19. März 2013 positiv Stellung genommen. Der Rektor hat sie am 8. Mai 2013 genehmigt. Sie wurde dem Thüringer Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur mit Schreiben vom 8. Mai 2013 angezeigt.

### Inhaltsübersicht

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Regelstudienzeit
- § 3 Studienvoraussetzungen
- § 4 Ziel und Inhalt des Studiums, Berufsfeld
- § 5 Aufbau des Studiums, Studienplan
- § 6 Lehr- und Lernformen
- § 7 Internationalisierung des Studiums
- § 8 Gender-Diversity-Bezug des Studiums
- § 9 Bezug zu Entrepreneurship
- § 10 Studienberatung
- § 11 In-Kraft-Treten



## Anlagen

Anlage 1: Studienplan

Anlage 2: Profilbeschreibung

Anlage 3: Regelungen für die berufspraktische Ausbildung

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

## **§ 1 Geltungsbereich**

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

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

## **§ 2 Regelstudienzeit**

Der Studienplan in der Anlage 1 ist Bestandteil dieser Ordnung und so gestaltet, dass das Studium mit allen Prüfungs- und Studienleistungen sowie das Fachpraktikum und die Bachelorarbeit in der Regelstudienzeit von 7 Semestern abgeschlossen werden kann.

## **§ 3 Studienvoraussetzungen**

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

(2) Das Studium erfordert vom Studienbewerber fundierte Kenntnisse der deutschen Sprache und gute Fremdsprachenkenntnisse. Wichtig ist auch das Interesse an der Analyse, Konzeption und Gestaltung von Kommunikationsprozessen und Medien sowie der Planung, Gestaltung und Bewertung unterschiedlicher Medienprodukte, insbesondere in Radio und Fernsehen sowie im Multimedia-, Online- und Mobil-Bereich. Notwendig ist zudem ein Interesse für technische und ökonomische Prozesse.

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

(1) Ziel des Studiums ist es, den Studierenden wissenschaftliche Grundlagen, Methodenkompetenz und berufsfeldbezogene Qualifikationen auf dem Gebiet der Medien- und Kommunikationswissenschaft zu vermitteln, die einen Einstieg ins Berufsleben ermöglichen oder zur Aufnahme eines wissenschaftlich vertiefenden und stärker for-

schungsorientierten Masterstudiums befähigen. In der Profilbeschreibung in der Anlage 2 werden die Qualifikationsziele und die Berufsfelder ausführlich benannt.

(2) Der Studiengang befasst sich aus sozialwissenschaftlicher Perspektive mit praktischen Fragen der Produktion, Nutzung und Wirkung von Medien sowie gesellschaftlicher Kommunikation. Die inhaltlichen Schwerpunkte und ein Überblick zur inhaltlichen Ausgestaltung der Module sind in der Profilbeschreibung in der Anlage 2 enthalten.

## **§ 5 Aufbau des Studiums, Studienplan**

(1) Das Studium ist modular aufgebaut. Ein Modul besteht aus einer oder mehreren inhaltlich und zeitlich aufeinander abgestimmten Lehrveranstaltungen und ist als Lerneinheit zu verstehen. Die einzelnen Module beinhalten die Vermittlung bzw. Erarbeitung des Stoffgebietes und der entsprechenden Kompetenzen. Das Studium enthält einschließlich der Module Fachpraktikum, Medienprojekt und Bachelorarbeit 22 Pflichtmodule. Darüber hinaus sind 3 Wahlmodule zu belegen, in denen die Studierenden ein Angebot aus dem semesteraktuell im Modulhandbuch dargestellten Wahlkatalog wählen. Alle Module sind im Modulhandbuch abgebildet. Die Inhalte eines Moduls werden durch verschiedene Lehr- und Lernformen gemäß § 6 vermittelt. Der dabei entstehende Arbeitsaufwand wird nach den Richtlinien zur Entstehung von Arbeitsaufwand in Anlage 4 auf Leistungspunkte abgebildet. Es wird empfohlen, alle Module in der im Studienplan festgelegten Reihenfolge zu studieren.

(2) Der Profilierung im Studiengang dienen neben den Wahlmodulen das Medienprojekt, das Fachpraktikum sowie die Bachelorarbeit, in denen insgesamt 81 LP erbracht werden müssen.

(3) Zu den grundlegenden Anliegen des Studiums zählt es, eine praxisnahe Ausbildung zu gewährleisten. Dazu dient insbesondere die berufspraktische Ausbildung und Profilierung im Modul Fachpraktikum, dessen Einzelheiten sowie die Anerkennung berufspraktischer Tätigkeiten in der Anlage 3 dieser Ordnung geregelt sind. Darüber hinaus stellen auch die Module „Berufsfeldorientierung“, „Praxiswerkstatt“ sowie das Medienprojekt und die Bachelorarbeit praxisrelevante Ausbildungsabschnitte dar. Als fakultative Module empfohlene zusätzliche Praktika ergänzen diese Abschnitte.

(4) Projektorientiertes Arbeiten ist ebenfalls ein wichtiges Kennzeichen der Ausbildung im Studiengang. Neben der Berücksichtigung als didaktisches Element in vielen seminaristischen Lehrveranstaltungen schlägt es sich insbesondere im Modul Medienprojekt nieder, in dem praxisrelevante Fach- und Methodenkompetenzen gefestigt werden. Dabei sind fachübergreifende Themenstellungen erwünscht, insbesondere solche in Verbindung mit den Bachelorstudiengängen Medientechnologie und Medienwirtschaft.

(5) Für den Erwerb des Grundlagenwissens, Fachwissens und für die Vertiefung sowie Erweiterung der in den Lehrveranstaltungen dargebotenen Lehrinhalte ist das Studium wissenschaftlicher Literatur unerlässlich. Die Studierenden sollten daher schon mit Beginn des Studiums die Beschäftigung mit einschlägiger Literatur in ihr Studium einbeziehen. Hierzu stehen ihnen die Einrichtungen der Universitätsbibliothek zur Verfügung.

(6) Eine hohe Fremdsprachenkompetenz besitzt enorme Bedeutung für die persönliche Qualifikation jedes Studierenden. Insbesondere fundierte Kenntnisse der englischen Sprache sind unerlässlich. Die im Studium vorgesehene Fremdsprachenausbildung kann dazu nur einen Beitrag leisten. Jeder Studierende sollte daher auch selbst seiner sprachlichen Ausbildung große Aufmerksamkeit schenken und sich um entsprechende weiterführende Ausbildungsangebote, Studienaufenthalte im Ausland oder Auslandspraktika bemühen.

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

(8) Den Studierenden wird empfohlen, über die im Studienplan vorgeschriebenen Fächer hinausgehende fakultative Fächer zu belegen. Dazu zählen insbesondere

- Veranstaltungen im Rahmen des englischsprachigen Programms zum Erwerb des Zertifikats „Applied Media Science – Career International“,
- Veranstaltungen zum Erwerb des „Gender-Diversity-Zertifikats“,
- Veranstaltungen zum Erwerb des Zertifikats „Unternehmensgründung und –führung“,
- mindestens 4 Wochen dauernde, vorzugsweise vor dem Modul Fachpraktikum zu absolvierende Praktika,
- Veranstaltungen des Studium generale und zum Erwerb des Europa-Studiums.

## § 6 Lehr- und Lernformen

Die wesentlichen Formen der Lehrveranstaltungen sind Vorlesungen, Seminare und Übungen, Forschungsseminare, Praktika, Hausarbeiten und Projekte, Kolloquien und Exkursionen.

- **Vorlesungen** bieten eine zusammenhängende Darstellung des Lehrstoffes einschließlich der Behandlung fachspezifischer Methoden durch den Vortragenden und erwarten ein individuelles Vor- und Nacharbeiten mit Hilfe von Lehrbüchern. In der Regel vermitteln sie die Grundlagen des jeweiligen Lehrgebietes.
- **Seminare** und **Übungen** ergänzen, festigen und vertiefen das in den Vorlesungen vermittelte Wissen anhand von spezifischen Problemstellungen, Aufgaben und Beispielen. Sie haben weiterhin den Erwerb von Methodenkenntnissen zum Inhalt. Das Erlernen des Umgangs mit Fachliteratur ist wichtiger Bestandteil dieser Lehrveranstaltungsform. Die Studierenden werden aktiv in die Lösung der Problemstellung einbezogen und zur Teamarbeit geführt. In der Regel werden Seminare und Übungen von wissenschaftlichen Assistenten, wissenschaftlichen Mitarbeitern oder Beauftragten aus der Medienpraxis durchgeführt.

- **Forschungsseminare** sollen bei den Studenten die Fähigkeit fördern, sich auf der Grundlage von Fachliteratur und der bisher erworbenen Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten mit einem Thema ausführlich wissenschaftlich auseinanderzusetzen, ihre Erkenntnisse in einem Vortrag darzustellen und in der Diskussion zu verteidigen. Sie setzen fachliche Grundkenntnisse voraus und zeichnen sich aus durch eine theoretisch fundierte und gegebenenfalls empirische Bearbeitung einer Forschungsfrage.
- **Praktika** dienen der Vertiefung und Erweiterung des in den Vorlesungen, Seminaren und Übungen sowie im wissenschaftlichen Selbststudium erworbenen Wissens durch die Anwendung auf praktische Aufgabenstellungen. Dies geschieht individuell oder in kleinen Gruppen. Dabei werden die inhaltliche Gestaltung von Medienprodukten wie Printerzeugnissen, Hörfunk- und Fernsehproduktionen geübt, die Nutzung vor allem der neuen elektronischen Medien trainiert und Fähigkeiten im Umgang mit den technischen Geräten und Anlagen bei der Erstellung von Medienprodukten erworben.
- Das **Fachpraktikum** dient der Überprüfung und Anwendung bisher erworbenen Wissens und erworbener Fähigkeiten sowie deren berufsspezifischer Erweiterung unter den Bedingungen im späteren beruflichen Einsatzfeld.
- **Hausarbeiten und Projekte** haben das Ziel, kommunikations- und medienwissenschaftliche Themenstellungen auszuarbeiten, zu untersuchen und Lösungen zu erarbeiten. Sie sind in der Regel langfristig angelegt, werden von einzelnen Studierenden oder von kleinen Gruppen bearbeitet und trainieren auch die Fähigkeit zur Teamarbeit. Eine besondere Form des Projektes ist das Medienprojekt.
- **Kolloquien** dienen dem Ziel, die Studierenden mit neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen und Entwicklungen des Fachgebietes bekannt zu machen. Zugleich bieten sie die Möglichkeit, eigene Arbeits- und Forschungsergebnisse zur Diskussion zu stellen.
- **Exkursionen** dienen der Stärkung des Praxisbezuges während des Studiums und sind für die Studierenden eine Orientierungshilfe für die späteren beruflichen Aufgaben und Einsatzfelder.

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

## § 7 Internationalisierung des Studiums

(1) Zu den Studienzielen gehört die Entwicklung einer differenzierten Perspektive für berufliche Tätigkeiten auf einem weitgehend globalisierten Arbeitsmarkt. Deshalb werden die Studierenden zu einem Studien- oder Praktikumsaufenthalt im Ausland ermuntert und in der Vorbereitung darauf mit gezielten Studienfachberatungen sowie Informationsveranstaltungen unterstützt.

(2) Einen besonderen Stellenwert besitzt hierbei das Programm zum Erwerb des Zertifikats „Applied Media Studies – Career International“. Es bietet den teilnehmenden Studierenden die Chance, ab dem 2. Fachsemester (FS) integriert in das Studium fremdsprachliche und interkulturelle Zusatzqualifikationen zu erwerben. Im Rahmen des Programms werden die Seminare in den Fächern Kommunikatorforschung (2. FS), Medienproduktforschung (4. FS), Rezeptionsforschung (4. FS) und Medienmanagement 2 (7. FS) sowie eine wahlobligatorische Veranstaltung (ab dem 6. FS) in englischer Sprache absolviert. Zusätzlich wird von den Teilnehmern des Programms ein Auslandsstudien- bzw. -praktikumssemester sowie die Beteiligung an Veranstaltungen mit internationalen Gästen, z. B. Austauschstudierenden erwartet.

(3) Die Zahl der Teilnehmer am Programm „AMS – Career International“ ist auf maximal 30 pro Jahr begrenzt. Die Auswahl der teilnehmenden Studierenden erfolgt auf der Basis eines kurzen Motivationsschreibens sowie der englischen Sprachkompetenz, die mit den einschlägigen Zertifikaten oder in einem Sprachtest zum Ende des 1. Fachsemesters nachgewiesen werden kann.

## **§ 8 Gender-Diversity-Bezug des Studiums**

(1) Ein besonderes Anliegen des Studiums ist die Förderung von Gender- und Diversity-Kompetenz als Schlüsselkompetenz. Die Studierenden werden angehalten, die Vielfalt von Menschen (diversity) in einer globalisierten, in demografischem und sozialem Wandel begriffenen Welt konstruktiv zu nutzen und Diskriminierungen auf der Basis sozialer Kategorien wie Alter, Ethnizität, Behinderung, Religion, sexuelle Orientierung, Geschlecht etc. entgegen zu wirken. Dazu zählt insbesondere der bewusste und konstruktive Umgang mit sozialen Geschlechtsaspekten (gender).

(2) Das integrierte Programm zum Erwerb des „Gender-Diversity-Zertifikats“ nimmt hierbei eine führende Stellung ein. Es bietet den Studierenden die Möglichkeit, integriert in das Studium gender- und diversitybezogene Zusatzqualifikationen zu erwerben. Das Programm wird studienbegleitend freiwillig absolviert und besteht aus:

- einem zusätzlichen Grundlagenbaustein im Umfang von 2 ECTS-LP: Online-Modul „Gender und Diversity“
- einem Forschungsbaustein im Umfang von mindestens 9 ECTS-LP durch Wahl eines Gender-Themas in zwei der regulären Studienfächer Kommunikatorforschung, Medieninhaltsforschung, Rezeptionsforschung oder Forschungsseminar
- einem Praxisbaustein im Umfang von mindestens 5 ECTS-LP durch Wahl eines Gender-Themas in einem der regulären Module „Praxiswerkstatt“ oder „Medienprojekt“

## § 9 Bezug zu Entrepreneurship

(1) Zum Studium gehört die Förderung von Kompetenzen zur Gründung und Führung von Unternehmen. Das umfasst die Identifikation und Entwicklung der eigenen Potenziale als Gründer und Führungspersönlichkeit, die Entwicklung einer eigenen Geschäftsidee und deren Überführung in einen Business-Plan sowie den Erwerb grundlegender Kenntnisse in den Bereichen Kommunikations- und Managementkompetenz.

(2) Mit dem zusätzlichen Erwerb des Zertifikats „Unternehmensgründung und –führung“ haben die Studierenden die Möglichkeit, dieses Thema zu fokussieren und eine individuelle Orientierung auf dem Weg zum erfolgreichen Unternehmensmanagement zu entwickeln. Das Zertifikat wird für den erfolgreichen Abschluss des gleichnamigen Moduls erteilt, das aus vier Fächern (zu je 2 SWS und 2 LP) besteht. Jedes der vier Fächer wird mit einer benoteten Studienleistung abgeschlossen. Das Zertifikat weist die absolvierten Lehrveranstaltungen und die dort erzielten Ergebnisse aus.

## § 10 Studienberatung

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

(2) Im Interesse eines zügigen Studienabschlusses ist für die Studierenden eine verpflichtende Studienberatung im 6. Fachsemester bzw. vor Ausgabe des Themas für die Bachelorarbeit vorgesehen.

(3) Insbesondere Studierende mit Studienproblemen sollten sich darüber hinaus im Rahmen des Mentorenprogramms zusätzlichen Studienberatungen unterziehen. Ein solches Beratungsgespräch wird immer dann empfohlen, wenn weniger als die Hälfte der in einem Fachsemester vorgesehenen Prüfungsleistungen abgelegt und bestanden worden sind oder durch die Nichteinhaltung der Prüfungsfristen bzw. das mögliche Nichtbestehen der Wiederholung einer Prüfungsleistung der Verlust des Prüfungsanspruches droht. Im Verlauf der Studienberatung sollen auf der Basis einer Gesamtbeurteilung des Studierenden und seiner Studiensituation die Ursachen für die Studienprobleme herausgearbeitet werden. Außerdem soll der Studierende anhand eines von ihm zu erstellenden angepassten Studienplans darlegen, wie und in welchem Zeitrahmen er sein Studium erfolgreich abschließen will. Im Ergebnis des Beratungsgesprächs können dem Studierenden Hinweise zur Gestaltung seines weiteren Studienverlaufs gegeben werden.

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

## **§ 11 In-Kraft-Treten**

Diese Studienordnung tritt am Tag nach Ihrer Veröffentlichung im Verkündungsblatt der Universität in Kraft und gilt für alle Studierenden, die ab dem Wintersemester 2013/2014 neu immatrikuliert sind.

Ilmenau, den 8. Mai 2013

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

### Anlage 1: Studienplan

Module / Fächer	Fachsemester							Modul/ Fachart	Abschlussverpflichtung (Form und Dauer der PL ist im Modulhandbuch definiert)	Gewicht	Fachsemester							Summe LP	Anzahl der PL je FS																																
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.				1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.																										
	V   S   P	V   S   P	V   S   P	V   S   P	V   S   P	V   S   P	V   S   P				LP   LP   LP	LP   LP   LP	LP   LP   LP	LP   LP   LP	LP   LP   LP	LP   LP   LP	LP   LP   LP		LP   LP   LP	LP   LP   LP	LP   LP   LP	LP   LP   LP	LP   LP   LP	LP   LP   LP	LP   LP   LP																										
<b>Kompetenzfeld Kommunikationswissenschaft und Medien</b>																																																			
Einführung in die Kommunikationswissenschaft	2	2							P	MP	7	7											7																												
Kommunikatorforschung			2	2					P	MP	7		7										7																												
Medieninhaltsforschung					1	1			P	Sb				5								5																													
Rezeptionsforschung							2	2	P	MP	7					7						7																													
Medienpsychologie, Medienpolitik									P	MP   = zugeordnete PL	6											6																													
Medienpsychologie	2								P	iPL				3																																					
Medienpolitik	2								P	S				3																																					
Virtuelle Welten, Digitale Spiele					2	2			P	MP	7					7						7																													
Medienproduktforschung							2	2	P	MP	7					7						7																													
<b>Kompetenzfeld Sozialwissenschaftliche Methoden</b>																																																			
Wissenschaftliches Arbeiten und empirische Methoden 1									P	MP   = zugeordnete PL	11											11																													
Einführung in die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens	2								P	S																																									
Quantitative Methoden der Kommunikationswissenschaft			2	1	1				P	iPL				7																																					
Statistik und Datenanalyse									P	MP	7											7																													
Statistik					2	1			P					5																																					
Übung Datenanalyse									P					2																																					
Methodentraining und empirische Methoden 2									P	S												5																													
Qualitative Methoden der Kommunikationswissenschaft							1		P	Sb																																									
Methodentraining (WM)									P	Sb																																									
<b>Kompetenzfeld Berufsfeldorientierung und Schlüsselqualifikation</b>																																																			
Berufsfeldorientierung (WM)					2	2			W	MP	8			4	4							8																													
Forschungssseminar (WM)									W	MP	8										8																														
Praxiswerkstatt									W	MP   = zugeordnete PL	10											10																													
Praxiswerkstatt 1 (WM)									W	iPL											5																														
Praxiswerkstatt 2 (WM)									W	iPL											5																														
Medienprojekt									P	MP	9										9																														
Fachpraktikum								22 Wo.	P	S											30																														
Englisch, Fachsprache Medien (C1)			2		2				P	MP	6			3	3							6																													
<b>Kompetenzfeld Medientechnik und Informationstechnologien</b>																																																			
Mathematische Grundlagen	2	2							P	Sb				5																																					
Angewandte Medientechnik			2	1	2	1	1		P	MP   = zugeordnete PL PL, PL	7			3	4							7																													
Strukturierung multimedialer Informationen			1	1					P	Sb				5																																					
Multimedia-Anwendungen									P	MP   = zugeordnete PL	8											8																													
Multimedia-Programmierung	2	1							P	Sb				4																																					
Multimedia-Tools			2	1					P	PL				4																																					
<b>Kompetenzfeld Medienwirtschaft und Medienrecht</b>																																																			
Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften									P	MP   = zugeordnete PL	6											6																													
Grundlagen der BWL					2	1			P	PL																																									
Grundlagen der VWL							2		P	PL																																									
Grundlagen des Marketing	2	1	1						P	MP	5			5																																					
Projektmanagement							1		P	MP	7										6																														
Medienmanagement									P	MP   = zugeordnete PL	6											6																													
Medienmanagement 1									P	Sb																																									
Medienmanagement 2									P	PL											4																														
Recht, insb. Medienrecht									P	MP   = zugeordnete PL	5											5																													
Einführung in das Recht			2						P	Sb																																									
Einführung in das Medienrecht							2	1	P	PL																																									
Bachelorarbeit									P	MP	36											16																													
Expose und Kandidatenseminar									P																																										
Bachelorarbeit und Kolloquium									P	PL																																									
											360 h																																								
<b>Summen</b>																						180	31	31	33	30	30	30	25	210	3	3	6	5	0	4	3														
SWS	Semesterwochenstunden (1 SWS = 45 min. pro Woche)																				P	Pflichtmodul					Wahlmodul					Modulprüfung					Prüfungsleistung					benotete Studienleistung					unbenotete Studienleistung				
V	Vorlesung																				W																														
S	Seminar																				MP																														
P	Praxisseminar/Praktikum																				PL																														
LP	Leistungspunkte																				Sb																														
WM	Wahlmodul / Lehrveranstaltung mit Wahlcharakter																				S																														



## Anlage 2: Profilbeschreibung des Bachelorstudiengangs „Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft“

### 1. Zielstellung und Qualifikationsprofil

Der Studiengang „Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft“ bietet ein **sozialwissenschaftlich orientiertes Studium**. Er ist durch die **Integration von kommunikations-, technik- und wirtschaftswissenschaftlichen Lehrinhalten** geprägt (Ilmenauer Modell). Die Ausbildung wird 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** zu vermitteln. Mit den wissenschaftlichen Qualifikationen erhalten die Studierenden auch instrumentelle Fertigkeiten, z. B. im Umgang mit modernen Medientechnologien. Auf diese Weise werden die Studierenden sowohl zu einem wissenschaftlich vertiefenden und „stärker forschungsorientierten“ Masterstudium, als auch zur Ausübung unterschiedlicher Kommunikationsberufe befähigt.

Die Absolventinnen und Absolventen des Bachelorstudiengangs „Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft“

- beherrschen sozialwissenschaftliche sowie fachrelevante wirtschaftswissenschaftliche, mathematische und ingenieurwissenschaftliche Methoden, um Probleme in ihrer Grundstruktur zu beschreiben und zu analysieren,
- besitzen umfassende kommunikations- und medienwissenschaftliche Grundkenntnisse und kennen Methoden zur Analyse, Modellbildung, Erklärung sowie Gestaltung sozialwissenschaftlicher Phänomene und sind in der Lage, diese anzuwenden,
- haben gelernt, Probleme zu formulieren und die sich ergebenden Aufgaben in arbeitsteilig organisierten Teams zu übernehmen, selbstständig zu bearbeiten, die Ergebnisse anderer aufzunehmen und die eigenen Ergebnisse zu kommunizieren,
- haben eine ganzheitliche Problemlösungskompetenz erworben, um Medienprodukte unter ausgewogener Berücksichtigung technischer, ökonomischer, ökologischer, gesellschaftlicher und ethischer Randbedingungen erfolgreich konzipieren und realisieren zu können,
- haben typische Gesellschafts- und Wirtschaftsfelder kennen gelernt und die Brücke zwischen sozial-, wirtschafts- und ingenieurwissenschaftlichen Grundlagen sowie berufsfeldbezogenen Anwendungen geschlagen,
- haben außerfachliche Qualifikationen erworben und sind damit für die nichtfachlichen Anforderungen einer beruflichen Tätigkeit sensibilisiert,
- sind durch eine ausreichende studienbegleitende praktische Ausbildung auf die unbedingt erforderliche Sozialisierungsfähigkeit im betrieblichen Umfeld vorbereitet,

- sind durch die Grundlagenorientierung der Ausbildung sehr gut auf lebenslanges Lernen und auf einen Einsatz in unterschiedlichen Berufsfeldern vorbereitet,
- sind in der Lage, selbstständig Literaturstudien und empirische Untersuchungen durchzuführen und die Ergebnisse zu interpretieren,
- können erfolgreich in einer interdisziplinär zusammen gesetzten Gruppe arbeiten und effizient mit verschiedenen Zielgruppen, insbesondere mit technisch und ökonomisch ausgebildeten Fachleuten kommunizieren.

## 2. Inhaltliche Schwerpunkte und Studienablauf

Der Bachelorstudiengang „Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft“ vermittelt

- theoretische und empirische Kenntnisse zur Struktur, Funktion und Entwicklung des Mediensystems,
- methodische Kenntnisse zur Analyse und Konzeption von Kommunikationsprozessen und Medien,
- analytische, strategische und evaluative Fähigkeiten für berufliche Tätigkeiten in den verschiedenen Segmenten öffentlicher Kommunikation (z. B. Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus und Medienmanagement),
- konzeptionelle und analytische Fähigkeiten für die Planung, Gestaltung und Bewertung unterschiedlicher Medienprodukte, insbesondere in Radio und Fernsehen sowie im Multimedia-, Online- und Mobil-Bereich.

Er umfasst eine **Regelstudiendauer von 7 Fachsemestern** und besteht aus mehreren inhaltlich und zeitlich aufeinander abgestimmten Modulen. Die Inhalte der Module werden durch verschiedene Lehr- und Lernformen vermittelt. Der damit verbundene Studienaufwand wird in Form von Leistungspunkten dokumentiert. Die inhaltliche Ausgestaltung des Studiums lässt sich anhand nachfolgender Gruppierung – der sogenannten Kompetenzfelder – umreißen. Individuelle Akzentuierungen sind durch den Erwerb themenspezifischer Zusatzqualifikationen möglich.

### ***Kompetenzfeld Kommunikationswissenschaft und Medien***

In diesen Modulen werden zentrale theoretische Ansätze und empirische Befunde der Kommunikator-, Medienprodukt- und Medienrezeptionsforschung vorgestellt. In dem einführenden Überblick werden neben Fachwissen auch Sozialkompetenzen vermittelt. Darüber hinaus stehen der Erwerb und die Ausweitung spezifischer Kenntnisse über die Systeme, Organisationen und Rollen, die Inhalte und Formen sowie die Nutzung und Wirkung öffentlicher Kommunikation im Mittelpunkt.

### ***Kompetenzfeld Sozialwissenschaftliche Methoden***

Die Module umfassen die Bereiche der quantitativen und qualitativen Datenerhebung sowie der angewandten Statistik. Es dient dem Erwerb von wissenschaftstheoretischem Grundlagenwissen sowie von empirischer Methodenkompetenz, die anhand praktischer Beispiele gefestigt wird. Studierende werden in die Lage versetzt, empirische Studien zu verstehen und zu beurteilen sowie eigene Daten zu erheben und auszuwerten.

### ***Kompetenzfeld Berufsfeldorientierung und Schlüsselqualifikation***

In den diesem Kompetenzfeld zugeordneten Modulen werden berufsfeldspezifische Kenntnisse und instrumentelle Fertigkeiten für ein breites Spektrum von Medienberufen vermittelt. Die in den Wahlpflichtfächern des Moduls „Berufsfeldorientierung“ (z. B. Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus, Medienproduktion, Entrepreneurship) erworbenen Fach- und Methodenkompetenzen können im Rahmen des Moduls „Medienprojekt“ gefestigt und in den Wahlpflichtfächern des Moduls „Praxiswerkstatt“ vertieft werden.

Einen besonderen Stellenwert besitzt das Fachpraktikum mit einer Dauer von mindestens 22 Wochen. Es dient der Überprüfung, Anwendung und Vertiefung bzw. Erweiterung bisher erworbenen Wissens und erworbener Fähigkeiten unter den Bedingungen eines späteren beruflichen Einsatzfeldes. Es macht die Studierenden mit medialen Arbeitsprozessen und -methoden sowie mit organisatorischen und sozialen Verhältnissen in Unternehmen und anderen Organisationen bekannt und führt sie an spätere berufliche Tätigkeiten heran.

### ***Kompetenzfeld Medientechnik***

Gegenstand dieser Module sind die technologischen sowie informatorischen Rahmenbedingungen für moderne Medien- und Kommunikationsanwendungen. Ziel ist der Erwerb und die Festigung natur- und ingenieurwissenschaftlicher Grundkenntnisse über die technischen Grundlagen digitaler Medien anhand praktischer Beispiele, wobei das dafür erforderliche mathematische Wissen aus der Abiturstufe vertieft wird. Zudem erwerben und festigen die Studierenden informatorische Grundkenntnisse zur Beschreibung und Umsetzung von Algorithmen anhand praktischer Aufgabenstellungen. Auf dieser Grundlage erlernen und festigen die Studierenden den Gebrauch von Werkzeugen zur Gestaltung digitaler Medien. Schließlich werden die Studierenden auch in die Lage versetzt, elektronische Datei- und Netzanwendungen in ihrer Funktionsweise zu verstehen und sodann effizient zu nutzen.

### ***Kompetenzfeld Medienwirtschaft und Medienrecht***

Die Module in diesem Kompetenzfeld dienen dem Erwerb grundlegender Fach- und Methodenkompetenzen in Volks- und allgemeiner Betriebswirtschaftslehre. Eine berufsfeldorientierte Ausweitung erfolgt auf den Gebieten des Marketings und des Projektmanagements. Die vertiefenden Veranstaltungen zum Medienmanagement zielen auf eine Festigung der erworbenen Kompetenzen, erweitern diese auf operative und strategische Führungsaufgaben in Medienunternehmen und beziehen hierbei den Erwerb notwendiger Sozialkompetenzen („management skills“) ein.

Ebenfalls in diesem Kompetenzfeld angesiedelt sind Module, die in das (öffentliche) Recht und die Methodik des juristischen Denkens und Argumentierens einführen und darauf aufbauend den Studierenden den Erwerb und die Ausweitung spezifischer

Kenntnisse im Medienrecht ermöglichen. Die Studierenden erwerben damit für alle Medienberufe unverzichtbare fachliche Grundkenntnisse, um die rechtlichen Rahmenbedingungen der Gestaltung und des Einsatzes digitaler Kommunikationsprodukte beurteilen zu können.

### ***Abschlussarbeit***

Mit der das Studium abschließenden Bachelorarbeit sollen die Studierenden ihre Fähigkeit unter Beweis stellen, sich auf der Grundlage von Fachliteratur und der im Studium erworbenen fachlichen und methodischen Kompetenzen mit einem Thema ausführlich wissenschaftlich auseinanderzusetzen, ihre Erkenntnisse in einem Vortrag darzustellen und in der Diskussion zu verteidigen.

### ***Themenspezifische Zusatzqualifikationen***

Der Studiengang ermöglicht den Studierenden eine individuelle Akzentuierung ihres Studiums durch eine Reihe themenspezifischer Bündelungen von Lehrangeboten. Zusätzlich zur Teilnahme an den universitätsweit angebotenen Programmen Studium generale und Europa-Studium haben die Studierenden folgende Optionen.

Das integrierte Programm zum Erwerb des Zertifikats „Applied Media Studies – Career International“ bietet den teilnehmenden Studierenden die Chance, ab dem 2. Fachsemester integriert in das Studium fremdsprachliche und interkulturelle Zusatzqualifikationen zu erwerben, indem mehrere obligatorische Seminare und eine wahlobligatorische Veranstaltung in englischer Sprache und i.d.R. in Kooperation mit internationalen Gästen, z. B. Austauschstudierenden absolviert werden.

Das integrierte Programm zum Erwerb des „Gender-Diversity-Zertifikats“ bietet den Studierenden die Möglichkeit, integriert in das Studium gender- und diversitybezogene Zusatzqualifikationen zu erwerben, indem sie in einem zusätzlichen Grundlagenbaustein, einem integrierten Forschungsbaustein sowie einem integrierten Praxisbaustein den bewussten und konstruktiven Umgang mit sozialen Aspekten wie Alter, Ethnizität, Behinderung, Religion, sexuelle Orientierung, Geschlecht etc. thematisieren.

Mit dem zusätzlichen Erwerb des Zertifikats „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. Berufsfelder**

Das Studium der „Angewandten Medien- und Kommunikationswissenschaft“ bildet für ein **breit gefasstes Spektrum von 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.

Hauptarbeitsbereiche der Absolventinnen und Absolventen des Studienganges „Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft“ sind 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 Beschäftigungsmöglichkeiten.

#### **4. Vorhandensein der Kapazitäten**

Die Umsetzung der kurz- und mittelfristigen Entwicklungsziele des Instituts für Medien und Kommunikationswissenschaft sowie die Planung des Lehrangebots sind darauf ausgerichtet, im Bachelorstudiengang AMW jeweils zum Wintersemester vier Seminargruppen neu zu immatrikulieren. Übersteigt die Zahl der erwarteten Studienbewerbungen diese Kapazität, kommt eine lokale Zulassungsbeschränkung (lokaler NC) zur Anwendung.

## **Anlage 3: Regelungen für die berufspraktische Ausbildung**

### **§ 1 Zweck der Praktika**

(1) Das Fachpraktikum und zusätzlich absolvierte Praktika haben zum Ziel, die Studierenden mit medialen Arbeitsprozessen und -methoden sowie mit organisatorischen und sozialen Verhältnissen in Unternehmen und Institutionen bekannt zu machen und sie an ihre spätere berufliche Tätigkeit heranzuführen.

(2) Das Fachpraktikum ist Pflichtbestandteil des Studiums. Zusätzliche Praktika sind Wahlfächer.

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

(1) Das Fachpraktikum hat einen Umfang von mindestens 22 Wochen. Es ist in der Regel zusammenhängend zu absolvieren. Ausnahmen sind beim Prüfungsausschuss zu beantragen.

(2) Es wird empfohlen, das Fachpraktikum im 5. Fachsemester bzw. frühestens dann durchzuführen, wenn mindestens drei Viertel der in den ersten vier Semestern vorgesehenen Prüfungsleistungen abgelegt und bestanden wurden.

(3) Zusätzliche Praktika sollen mindestens vier Wochen umfassen. Sie können in Übereinstimmung mit § 3 Abs. 2 bereits vor Aufnahme des Studiums absolviert werden. Ihre Aufteilung auf verschiedene Unternehmen und Institute ist möglich. Dabei sollten die Praktikumsabschnitte in einem Unternehmen oder Institut mindestens 2 Wochen betragen.

### **§ 3 Praktikantenvertrag, Rechtsverhältnisse**

(1) Die Kontaktaufnahme und der Abschluss von Praktikantenverträgen mit geeigneten Praktikumsunternehmen und Instituten ist Aufgabe des Praktikanten.

(2) 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. Ein Praktikum an der TU Ilmenau scheidet in der Regel aus.

(3) Der Praktikant ist verpflichtet, sich vor Beginn des Fachpraktikums ein prüfungsberechtigtes Mitglied des Instituts für Medien und Kommunikationswissenschaft als Praktikumsbetreuer zu suchen und beim Prüfungsausschuss eine Bestätigung für das

Thema und die durchführende Einrichtung einzuholen. Er sichert sich damit bei erfolgreichem Abschluss des Praktikums dessen Anerkennung.

(4) Der Studierende ist während des Praxissemesters gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 1 Siebtes Buch Sozialgesetzbuch vom 7. August 1996 (BGBI. I S 1254) in der jeweils geltenden Fassung wie ein Arbeitnehmer des Praktikumsbetriebs gesetzlich gegen Unfall versichert. Im Versicherungsfalle ist zunächst der Unfallversicherungsträger des Praktikumsbetriebs zuständig.

(5) Der Praktikant schließt mit der Praktikumeinrichtung einen Praktikumsvertrag ab.

(6) Fragen des persönlichen Haftungsrisikos sind vor Praktikumsantritt mit dem Praktikumsbetrieb, insbesondere mit Hinblick auf den Abschluss oder die Anpassung einer bestehenden privaten Haftpflichtversicherung, zu klären.

(7) Es wird dem Studierenden empfohlen, eine der Dauer und dem Inhalt der Praktikumsaufgabe angepasste private Haftpflichtversicherung abzuschließen.

#### **§ 4 Inhalt des Praktikums**

(1) Gegenstand zusätzlicher, vor dem Fachpraktikum absolvierter Praktika sind insbesondere:

- a. grundlegende mediale Arbeitsprozesse und -methoden
- b. Einführung in die Erzeugung, Bearbeitung und Gestaltung von Medienprodukten

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

(3) Neben der fachlichen Ausbildung sollen sich die Praktikanten auch über Betriebsorganisation, Sozialstrukturen, Sicherheits- und Wirtschaftlichkeitsaspekte informieren.

#### **§ 5 Anrechnung und Ausnahmebedingungen**

(1) Der Prüfungsausschuss entscheidet über die Anrechenbarkeit von Tätigkeiten als Praktikum.

(2) Ein einschlägiger berufsqualifizierender Abschluss auf kommunikations- und medienwissenschaftlichem Gebiet bzw. ein Volontariat wird als zusätzliches Praktikum, jedoch nicht als Fachpraktikum anerkannt.

(3) Eine Anerkennung berufspraktischer Tätigkeiten als Fachpraktikum kann nur dann erfolgen, wenn sie parallel zum Studium erfolgt und die Empfehlungen von § 2 Absatz 2 erfüllt sind.

(4) Eine Anerkennung berufspraktischer Tätigkeiten, die im Zusammenhang mit anderen Modulen, z. B. dem Medienprojekt geleistet werden, ist generell ausgeschlossen.

## **§ 6 Praktikantenzugnis, Tätigkeitsberichte**

(1) Der Praktikant weist seine praktischen Tätigkeiten mit Praktikantenzugnissen beim Prüfungsamt nach.

(2) Für zusätzlich absolvierte Praktika genügt auch eine Bestätigung der durchführenden Einrichtung über Inhalt und Dauer der durchgeführten Tätigkeit.

(3) Für das Fachpraktikum ist von der durchführenden Einrichtung ein Praktikantenzugnis mit folgenden Angaben auszustellen:

- a. Name, Vorname, Geburtstag und Geburtsort des Praktikanten
- b. verbale Einschätzung des Praktikanten hinsichtlich der Arbeitsaufgabe und des erzielten Ergebnisses
- c. Anzahl der Krankheitstage und weitere Fehltage

(4) Der Praktikant hat seine Tätigkeit im Fachpraktikum sowie die von ihm erzielten Ergebnisse in einem schriftlichen Bericht von angemessenem Umfang darzustellen. Dieser wird inhaltlich durch den Praktikumsbetreuer geprüft.

(5) Über die Anerkennung des Fachpraktikums entscheidet der Prüfungsausschuss auf Grundlage des Praktikantenzugnisses und des schriftlichen Berichtes des Praktikanten.

## **§ 7 Praktikum im Ausland**

(1) Praktische Tätigkeiten im Ausland werden anerkannt, wenn sie diesen Richtlinien und Vorschriften genügen.

(2) Die Berichterstattung über das Fachpraktikum hat in deutscher, gegebenenfalls in englischer Sprache zu erfolgen.

(3) Für den Unfallversicherungsschutz gemäß § 3 Abs. 4 können länderspezifische Besonderheiten gelten.



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

Die nachfolgende Übersicht beruht auf der Annahme, dass Studierende höherer Fachsemester erfahrener/leistungsfähiger sind und für dieselbe Anforderung weniger Zeit als Studierende in den ersten Semestern benötigen.

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

Bei den Leistungen die für die Zeiträume des 1. bis 3. und 4. bis 7. Semesters ausdifferenziert wurden, beziehen sich die Angaben auf das Semester in dem die jeweilige Lehrveranstaltung laut Studienplan vorgesehen ist. Wenn die Lehrveranstaltung von einem Studierenden in einem anderen Semester belegt wird, bleibt die Berechnung davon unberührt.

Leistungstyp	Spezifikation		Leistungspunkte
Anwesenheit	Vorlesung (zzgl. Vor- und Nachbereitung sowie Klausurvorbereitung)	je 22,5 h Präsenzzeit	2
	Seminar, Übung, Laborpraktika (zzgl. Vor- und Nachbereitung)	je 22,5 h Präsenzzeit	1

Mündliche Referate	Einfaches Literaturreferat (kleine Literaturbasis, kaum kreative Eigenleistung) oder mündliche Präsentation von Forschungsergebnissen	1. bis 3. FS	15 min	1
			25 min	1,5
		4. bis 7. FS	15 min	0,5
			25 min	1
	Komplexes Literaturreferat (umfangreichere Literatur-recherche, differenzierte Analyse des Themas)	1. bis 3. FS	20 min	2
			30 min	2,5
		4. bis 7. FS	20 min	1,5
			30 min	2
Zwei Kurzpräsentationen	1-7 FS	je 5 Min	0,5	

Schriftliche Hausarbeiten			referats-basiert		nicht referats-basiert	
Einfache schriftliche Hausarbeit (kleine Literaturbasis, kaum kreative Eigenleistung)	1. bis 3. FS	5 S.	0,5	1,0		
		Je weitere 5 S.	0,5	0,5		
	4. bis 7. FS	10 S.	0,5	1,0		
		Je weitere 5 S.	0,5	0,5		
Komplexe schriftliche Hausarbeit (umfangreichere Literaturrecherche, differenzierte Analyse des Themas)	1. bis 3. FS	10 S.	1	1,5		
		Je weitere 5 S.	0,5	0,5		
	4. bis 7. FS	15 S.	1	1,5		
		Je weitere 5 S.	0,5	0,5		
Buchrezension		5 S.	1,0			
Forschungsbericht basierend auf Konzeption und Auswertung einer Datenerhebung		20 S.	1,5			
		Je weitere 5 S.	0,5			

Empirische Forschung	Zeitaufwendige Datenerhebungen: Persönliche/telefonische Befragung, manuelle Inhaltsanalyse, Beobachtung, Gruppendiskussionen, Verhaltensspurenmessung Experimente etc. (berücksichtigt werden müssen auch Rekrutierung von Versuchspersonen, Beschaffung von Analysematerial, Dateneingabe und Datenauswertung)	(zeitl. Dauer für die Rekrutierung, Erhebung, Auswertung etc. einer Einheit wird im Pretest ermittelt und dann umgerechnet) Je 30 Stunden	1
	Entwicklung von Datenerhebungsinstrumenten, Untersuchungsdesigns	Zeitaufwand wird anhand der Komplexität geschätzt und im Laufe des Semester gemeinsam mit den Studierenden geprüft Je 30 Stunden	1
	Übungsaufgaben z. B. Datenanalyse, Statistikaufgaben, Mathe-Aufgaben, Programmierung etc.	Zeitaufwand ist vom Dozenten einzuschätzen und im Laufe des Semester gemeinsam mit den Studierenden zu prüfen Je 30 Stunden	1
	Versuchspersonenstunden	Je 30 Stunden	1
Medienproduktive Arbeiten	Aufnahme und Nachbearbeitung von ca. 2 min geschnittenem Film, zu berücksichtigen ist dabei auch, ob z. B. Animationen eingebaut werden etc.	Zeitaufwand ist vom Dozenten einzuschätzen und im Laufe des Semester gemeinsam mit den Studierenden zu prüfen	1
	Aufnahme und Nachbearbeitung von ca. 10 min geschnittenem Audiobeitrag	Zeitaufwand ist vom Dozenten einzuschätzen und im Laufe des Semester gemeinsam mit den Studierenden zu prüfen	1
	Erstellung von Print-Produkten im Umfang von 3 A4-Seiten	Zeitaufwand ist vom Dozenten einzuschätzen und im Laufe des Semester gemeinsam mit den Studierenden zu prüfen	1
	Erstellung von 6 Webseiten	Zeitaufwand ist vom Dozenten einzuschätzen und im Laufe des Semester gemeinsam mit den Studierenden zu prüfen	1
Bachelorarbeit			12

# TECHNISCHE UNIVERSITÄT ILMENAU

## **Prüfungsordnung - Besondere Bestimmungen - für den bilingualen Studiengang Medien- und Kommunikationswissenschaft/ Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master of Arts“**

Gemäß § 3 Abs. 1 in Verbindung mit § 34 Abs. 3 des Thüringer Hochschulgesetzes (ThürHG) vom 21. Dezember 2006 (GVBl. S. 601), zuletzt geändert durch Art. 16 des Gesetzes vom 21. Dezember 2011 (GVBl. S. 531), erlässt die Technische Universität Ilmenau (nachstehend „Universität“ genannt) auf der Grundlage der Prüfungsordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor“ und „Master“ (PO-AB) der Universität, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nr. 115/2013, in der jeweils geltenden Fassung folgende Prüfungsordnung – Besondere Bestimmungen – für den bilingualen Studiengang Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master of Arts“.

Der Rat der Fakultät für Mathematik und Naturwissenschaften hat diese Ordnung am 26. Februar 2013 beschlossen. Der Senat hat sie am 19. März 2013 befürwortet. Der Rektor hat sie am 8. Mai 2013 genehmigt. Sie wurde dem Thüringer Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur mit Schreiben vom 8. Mai 2013 angezeigt.

### **Inhaltsübersicht**

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Akademischer Grad
- § 3 Regelstudienzeit, Art und Umfang des Studiums
- § 4 Art, Form und Dauer der Prüfungs- und Studienleistungen, Sprachenregelung
- § 5 Alternative studienbegleitende Prüfungsleistungen
- § 6 Wiederholung von Prüfungen
- § 7 Notenverbesserung und Freiversuch
- § 8 Masterarbeit
- § 9 In-Kraft-Treten

## **§ 1 Geltungsbereich**

(1) Diese Ordnung gilt auf der Grundlage der Prüfungsordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor“ und „Master“ (PO-AB), veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nr. 115/2013, in der jeweils geltenden Fassung für den bilingualen Masterstudiengang Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master of Arts“. Sie ergänzt und – soweit zulässig – ersetzt die Regelungen der PO-AB.

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

## **§ 2 Akademischer Grad**

Die Universität verleiht den Studierenden bei erfolgreichem Abschluss dieses Masterstudienganges auf Vorschlag der Fakultät für Mathematik und Naturwissenschaften den akademischen Grad

„Master of Arts (M. A.)“.

## **§ 3 Regelstudienzeit, Art und Umfang des Studiums**

(1) Die Regelstudienzeit beträgt drei Semester. Der Studienplan ist so gestaltet, dass das Studium in der Regelstudienzeit abgeschlossen werden kann. Der Studienbeginn kann im Winter- und im Sommersemester erfolgen.

(2) Der Studiengang ist ein konsekutiver Studiengang und richtet sich an Studierende mit einem Bachelorabschluss, der eine sozialwissenschaftliche, insbesondere kommunikationswissenschaftliche Profilierung aufweist.

(3) Zum erfolgreichen Abschluss des Studiums müssen insgesamt 90 Leistungspunkte (LP) erworben werden. Die modulare Aufteilung des Studiums mit den zugeordneten LP und den jeweiligen Semesterwochenstunden (SWS) werden in der Studienordnung (Anlage Studienplan) abgebildet. Die Inhalte des Studiums sind in der Modulbeschreibung im Modulhandbuch dargestellt. Das Studium schließt mit der Masterarbeit ab.

(4) Der Studienumfang beläuft sich einschließlich der Masterarbeit auf 31 SWS. Die angegebenen SWS beziehen sich auf die reine Dauer der Veranstaltungen. Darüber hinaus sind Zeiten der Vor- und Nachbereitung der Lehrveranstaltungen aufzubringen.

## **§ 4 Art, Form und Dauer der Prüfungs- und Studienleistungen, Sprachenregelung**

(1) Die Art der zu erbringenden Prüfungs- und Studienleistungen wird in der Studienordnung (Anlage Studienplan) geregelt. Form und Dauer der Prüfungs- und Studienleistungen sowie zu erbringende Teilnahmenachweise werden im Modulhandbuch bestimmt. Unbenotete Studienleistungen werden mit „bestanden“ oder „nicht bestanden“

bewertet und tragen wie auch benotete Studienleistungen nicht zur Bildung von Prüfungsnoten bei.

(2) Die Prüfungssprache entspricht der Lehrveranstaltungssprache. Mit Bekanntgabe der Prüfungstermine wird mitgeteilt, ob zu einer englischsprachigen Lehrveranstaltung in dem bilingualen Studiengang auch eine deutschsprachige Prüfung angeboten wird. Für studienbegleitende Prüfungsleistungen erfolgt die Bekanntgabe zu Beginn der Lehrveranstaltung.

(3) Die Masterarbeit kann wahlweise in deutscher oder englischer Sprache abgefasst werden.

## **§ 5 Alternative studienbegleitende Prüfungsleistungen**

(1) Einige Lehrveranstaltungen sehen alternative studienbegleitende Prüfungsleistungen außerhalb der Prüfungszeiträume in Form von Referaten, Präsentationen, Hausarbeiten, Protokollen, Arbeitsproben und Leistungskontrollen vor.

(2) Die Anmeldung zu alternativen studienbegleitenden Prüfungsleistungen erfolgt mit der Eintragung in die Teilnehmerliste für die jeweilige Lehrveranstaltung. Innerhalb der ersten Woche nach Beginn der Lehrveranstaltung kann der Studierende beim Prüfungsamt seinen Rücktritt erklären, ohne dass ihm dadurch Benachteiligungen entstehen. Im Übrigen gilt § 14 Absatz 7 Satz 2 PO-AB.

(3) Für Lehrveranstaltungen mit beschränkter Teilnehmerzahl kann im Modulhandbuch eine Mindestteilnehmerzahl festgelegt werden. Wird diese Zahl von der Zahl der Eintragungen in die Teilnehmerliste unterschritten, entscheidet der Prüfungsausschuss im Einvernehmen mit dem Lehrverantwortlichen über die Durchführung der Lehrveranstaltung.

(4) Bei der Vergabe von Themen ist die Aufgabenstellung so zu formulieren, dass sie von einem Studierenden auf der Grundlage des im Studienplan vorgesehenen Studienaufwandes innerhalb der vorgesehenen Zeit, jedoch spätestens bis zum Ende des Semesters, in dem die Lehrveranstaltung endet, bearbeitet werden kann. Hausarbeiten schließen in der Regel ein vorbereitendes Referat ein.

(5) Hausarbeiten, Protokolle, Referate, Präsentationen und Arbeitsproben können Gruppenarbeiten sein. Für deren Bewertung gilt § 10 Absatz 2 PO-AB entsprechend.

(6) Die Gesamtdauer der Leistungskontrollen einer alternativen studienbegleitenden Prüfungsleistung muss die übrigen Leistungsanforderungen berücksichtigen.

(7) Die Bewertung von Referaten, Präsentationen und Leistungskontrollen erfolgt unmittelbar nach Erbringung dieser Leistungen.

(8) Die Bewertung von Hausarbeiten, Protokollen und Arbeitsproben erfolgt auf der Grundlage des zum Fälligkeitsdatum vorliegenden Arbeitsstandes. Das genaue Fälligkeitsdatum ist den Studierenden spätestens bei Beginn der Bearbeitung mitzuteilen.

## § 6 Wiederholung von Prüfungen

- (1) Jede nicht bestandene Prüfungsleistung kann einmal wiederholt werden.
- (2) Eine zweite Wiederholung ist mit Ausnahme der Masterarbeit und des dazugehörigen Abschlusskolloquiums für drei Prüfungsleistungen zulässig.

## § 7 Notenverbesserung und Freiversuch

- (1) Bestandene Prüfungsleistungen mit Ausnahme der Masterarbeit und des dazugehörigen Abschlusskolloquiums können im Rahmen eines Notenverbesserungsversuchs einmal wiederholt werden.
- (2) Bei nicht bestandenen Prüfungsleistungen mit Ausnahme der Masterarbeit und des dazugehörigen Abschlusskolloquiums ist ein Freiversuch möglich.
- (3) Die Summe von Notenverbesserungsprüfungen und Freiversuchen darf 3 nicht überschreiten.

## § 8 Masterarbeit

- (1) Die Masterarbeit ist eine zulassungspflichtige Prüfungsleistung im dritten Fachsemester. Sie besteht aus einer schriftlichen Prüfungsleistung in Form einer schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit und einer mündlichen Prüfungsleistung in Form eines Abschlusskolloquiums. Die Note der Masterarbeit setzt sich zu  $\frac{2}{3}$  aus dem arithmetischen Mittel der Noten der Gutachten und zu  $\frac{1}{3}$  aus der Note des Abschlusskolloquiums zusammen.
- (2) Die schriftliche Arbeit umfasst einen Arbeitsaufwand von ca. 900 Stunden/30 LP und ist innerhalb eines Zeitraumes von sechs Monaten abzuleisten. Die Ausgabe des Themas erfolgt in der Regel am Ende des zweiten Fachsemesters.
- (3) Zum Abschlusskolloquium werden Studierende erst dann zugelassen, wenn sie alle sonstigen in der Studienordnung (Anlage Studienplan) aufgeführten Prüfungs- und Studienleistungen erbracht haben. Das Kolloquium wird von drei Prüfern bewertet. Einer der Prüfer soll der Betreuer der Masterarbeit sein. Das Kolloquium hat eine Dauer von 30 Minuten und besteht zu gleichen Teilen aus einem Vortrag und einer anschließenden Diskussion. Das Kolloquium findet in der Regel sechs Wochen nach der Abgabe statt.
- (4) Will ein Studierender die Masterarbeit außerhalb des Instituts für Medien und Kommunikationswissenschaft der Fakultät für Mathematik und Naturwissenschaften anfertigen, hat er dem Antrag auf Zulassung hinzuzufügen:

### 1. bei einer Masterarbeit außerhalb der Universität:

- die Zustimmung der gewünschten Einrichtung unter Angabe eines betrieblichen Betreuers

- eine Kurzbeschreibung von Aufgabenstellung und Arbeitsinhalten
- die Betreuererklärung eines für das Thema fachkompetenten Professors des Institutes für Medien und Kommunikationswissenschaft

2. bei einer Masterarbeit an anderen Fakultäten der Universität:

- eine Kurzbeschreibung von Aufgabenstellung und Arbeitsinhalten
- die Betreuererklärung eines für das Thema fachkompetenten Professors der gewünschten Fakultät

(5) In Ausnahmefällen kann die Masterarbeit auch in Form einer Gruppenarbeit angefertigt werden. In diesem Fall ist dem Antrag beizufügen:

- eine Kurzbeschreibung von Aufgabenstellung und Arbeitsinhalten
- eine Darstellung, wie für jeden Studierenden den Anforderungen von Absatz 2 entsprochen wird und die Beiträge der einzelnen Studierenden eindeutig unterscheidbar und damit einer Bewertung zugänglich sind
- die Betreuererklärung eines für das Thema fachkompetenten Professors

Für die Bewertung der Masterarbeit ist gemäß §10 Absatz 2 PO-AB der individuelle Beitrag jedes Gruppenmitgliedes durch die Angabe von Dokumentabschnitten, Seitenzahlen oder anderer deutlich unterscheidbarer Kriterien auszuweisen.

## **§ 9 In-Kraft-Treten**

Diese Ordnung tritt am Tag nach der Veröffentlichung im Verkündungsblatt der Universität in Kraft. Sie gilt für alle ab Wintersemester 2013/2014 neu immatrikulierten Studierenden.

Ilmenau, den 8. Mai 2013

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

# TECHNISCHE UNIVERSITÄT ILMENAU

## **Studienordnung für den bilingualen Studiengang Medien- und Kommunikationswissenschaft/ Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master of Arts“**

Gemäß § 3 Abs. 1 in Verbindung mit § 34 Abs. 3 des Thüringer Hochschulgesetzes (ThürHG) vom 21. Dezember 2006 (GVBl. S. 601), zuletzt geändert durch Art. 16 des Gesetzes vom 21. Dezember 2011 (GVBl. S. 531), erlässt die Technische Universität Ilmenau (nachstehend „Universität“ genannt) auf der Grundlage der Prüfungsordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor“ und „Master“ (PO-AB) der Universität, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nr. 115/2013, in der jeweils geltenden Fassung, und der Prüfungsordnung – Besondere Bestimmungen - (PO-BB) für den bilingualen Studiengang Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master of Arts“, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nr. 127/2013 in der jeweils geltenden Fassung, folgende Studienordnung für den bilingualen Studiengang Medien- und Kommunikationswissenschaft/Media and Communication Science mit dem Abschluss „Master of Arts“.

Der Rat der Fakultät für Mathematik und Naturwissenschaften hat diese Ordnung am 22. Mai 2012 und am 26. Februar 2013 beschlossen. Der Senat hat sie am 26. Juni 2012 und am 19. März 2013 befürwortet. Der Rektor hat sie am 8. Mai 2013 genehmigt. Sie wurde dem Thüringer Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur mit Schreiben vom 8. Mai 2013 angezeigt.

### **Inhaltsübersicht**

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



## Anlagen

Anlage 1: Studienplan

Anlage 2: Profilbeschreibung

Anlage 3: Zugangsvoraussetzungen

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

## **§ 1 Geltungsbereich**

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

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

## **§ 2 Regelstudienzeit, Profiltyp**

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

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

## **§ 3 Studienvoraussetzungen**

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

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

(1) Ziel des Studiums ist es, dass sich die Studierenden in einem forschungsorientierten, theoretisch und methodisch anspruchsvollen, transnational ausgerichteten und zugleich mit der Praxis verbundenen Ausbildungsgang vertiefte Qualifikationen zu theoretischen Ansätzen und Forschungsmethoden sowie aktuellen Befunden zur medienvermittelten Kommunikation aneignen. Durch die Integration in den jeweils individuell sehr unterschiedlichen Kontext ihrer bisherigen Bildungsbiographien werden die Studierenden befähigt, neue und komplexe Probleme in Wissenschaft, Unternehmen und gesellschaftlichen Organisationen zu analysieren und zu lösen. Das von Eigenverantwortung geprägte

Studium versetzt die Studierenden in die Lage, Projekte aufzubauen und zu leiten. Auf diese Weise werden die Studierenden sowohl zur Ausübung unterschiedlicher Kommunikationsberufe mit Führungsaufgaben als auch zu einer wissenschaftlichen Tätigkeit mit dem Ziel einer Promotion befähigt. In der Profilbeschreibung in der Anlage 2 werden die Qualifikationsziele und Berufsfelder ausführlich benannt.

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

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

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

## **§ 5 Aufbau des Studiums, Studienplan**

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

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

(3) Einen bedeutenden Stellenwert nimmt im bilingualen Studium die Internationalisierung ein. Über die Beschäftigung mit transnationalen Problemen hinaus sollen die Studierenden im Rahmen eines bilingualen Studiums durch englischsprachige Lehrveranstaltungen und den Kontakt mit internationalen Studierenden in die Lage versetzt werden, sich auf einem globalen Arbeitsmarkt zu bewegen. Der bilinguale Studiengang richtet sich damit gleichermaßen an inländische (d.h. deutschsprachige) und ausländische (d. h. englischsprachige) Studierende. Alle Veranstaltungen des Orientierungsmoduls werden

in der Regel ausschließlich in englischer Sprache angeboten. Damit auch englischsprachige Studierende ohne ausreichende Kenntnis der deutschen Sprache den Studiengang vollständig absolvieren können, werden im Bereich der Vertiefungsmodule sowie im Bereich der Forschungsmodule in jedem Semester entsprechende englischsprachige Angebote unterbreitet.

(4) Im Interesse der Entwicklung kommunikativer und organisatorischer Kompetenzen wird dem Studierenden empfohlen, sich zusätzlich zu den im Studienplan vorgeschriebenen Lehrveranstaltungen als Tutor in einem Bachelorstudiengang der Technischen Universität Ilmenau einzubringen.

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

## § 6 Lehr- und Lernformen

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

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

- **Kolloquien** dienen dem Ziel, die Studierenden mit neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen und Entwicklungen des Fachgebietes bekannt zu machen. Zugleich bieten sie die Möglichkeit, eigene Arbeits- und Forschungsergebnisse zur Diskussion zu stellen. Eine besondere Form des Kolloquiums ist das Kandidatenseminar im Modul „Masterarbeit“.

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

## § 7 Studienberatung

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

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

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

## § 8 In-Kraft-Treten

Diese Ordnung tritt am Tag nach der Veröffentlichung im Verkündungsblatt der Universität in Kraft. Sie gilt für alle ab dem Wintersemester 2013/2014 neu immatrikulierten Studierenden.

Ilmenau, den 8. Mai 2013

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

## Anlage 1: Studienplan

Module / Fächer	Fachsemester									Modul-/ Fachart	Abschlussverpflichtung (Form und Dauer der PL ist im Modulhandbuch definiert)	Gewicht	Fachsem.			Summe LP	Anzahl der PL je FS			
	1.			2.			3.						1.	2.	3.					
	V	S	P	V	S	P	V	S	P								LP	LP	LP	
<b>Orientierungsmodul</b>											MP = zugeordnete PL	6				6				
Trends in Media and Communication Science		2								P	PL		3				1			
Scientific Work and Empirical Research		2	1							P	PL		3				1			
<b>Forschungsmodule (siehe Wahlkatalog)</b>																				
Forschungsmodul F1		2	1		2	1				W	MP		10	4	6		10		1	
Forschungsmodul F2		2	1		2	1				W	MP		10	4	6		10		1	
Forschungsmodul F3		2	1		2	1				W	MP		10	4	6		10		1	
<b>Vertiefungsmodule (siehe Wahlkatalog)</b>																				
Vertiefungsmodul V1		2								W	MP		6	6			6	1		
Vertiefungsmodul V2		2								W	MP		6	6			6	1		
Vertiefungsmodul V3				2						W	MP		6		6		6		1	
Vertiefungsmodul V4				2						W	MP		6		6		6		1	
<b>Modul Masterarbeit</b>																				
Masterarbeit und Kandidatenseminar								900 h		P	PL					30				1
Summen		14	4		10	3								30	30	30	90	4	5	1
SWS	Semesterwochenstunden (1 SWS = 45 min. pro Woche)											P	Pflichtmodul							
V	Vorlesung											W	Wahlmodul							
Ü	Übung											MP	Modulprüfung							
P	Praktikum											PL	Prüfungsleistung							
LP	Leistungspunkte											Sb	benotete Studienleistung							

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

### 1. Zielstellung und Qualifikationsprofil

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

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

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

1. haben die Qualifikationsziele des vorangegangenen Bachelorstudiums im Rahmen des Masterstudiums in einem fachlichen Reifeprozess weiter verarbeitet und eine größere Sicherheit in der Anwendung und Umsetzung der fachlichen und außerfachlichen Kompetenzen erworben,
2. haben sich tiefgehende Fachkenntnisse in typischen Gesellschafts- und Wirtschaftsfeldern angeeignet,
3. sind fähig, die erworbenen sozialwissenschaftlichen sowie fachrelevanten wirtschaftswissenschaftlichen, mathematischen und ingenieurwissenschaftlichen Methoden zur Formulierung und Lösung komplexer Problemstellungen in Forschung und Entwicklung in der Industrie oder in Forschungseinrichtungen erfolgreich einzusetzen, sie kritisch zu hinterfragen und sie bei Bedarf auch weiter zu entwickeln,
4. verfügen über fachliche Tiefe und Breite, um sich sowohl in zukünftige Entwicklungen im eigenen Fachgebiet wie auch in die Randgebiete des eigenen Fachgebietes selbstständig rasch einzuarbeiten zu können,

5. verfügen über soziale Kompetenzen, welche insbesondere gut auf Führungsaufgaben vorbereiten (Team- und Kommunikationsfähigkeit, internationale und interkulturelle Erfahrung, gesellschaftliches, ökologisches und ethisches Bewusstsein usw.),
6. sind in der Lage, innovative Konzepte und Lösungen zu grundlagenorientierten Fragestellungen ihres Fachgebietes unter Einbeziehung anderer Disziplinen zu entwickeln
7. sind durch englischsprachige Lehrveranstaltungen, die Beschäftigung mit transnationalen Problemen und den Kontakt mit internationalen Studierenden hervorragend in der Lage, sich auf einem globalen Arbeitsmarkt zu bewegen.

## **2. Inhaltliche Schwerpunkte und Studienablauf**

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

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

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

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

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

### ***Orientierungsmodul***

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

### ***Forschungsmodule***

In diesen wahlobligatorischen Modulen werden die Studierenden mit innovativen Forschungsprojekten konfrontiert und auf der Grundlage eines vertieften Theorie- und Methodenwissens befähigt, ihre forschungsmethodischen Fähigkeiten zu entwickeln und eigene Beiträge zu wissenschaftlicher Forschung zu erbringen. Von den Studierenden wird erwartet, dass sie je nach gewähltem Angebot spezifische Probleme der Medienwelt des 21. Jahrhunderts, in denen technische Innovationen als Ursache oder potentielle Lösung eine Rolle spielen, analysieren und Lösungsansätze entwickeln.

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

### ***Vertiefungsmodule***

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

Studierende, die einen Schwerpunkt im Bereich „Strategische Kommunikation/Public Relations“ ausprägen wollen, fokussieren dabei die theoretische Analyse und Diskussion sowie die Konzeption, Planung und Umsetzung strategischer Kommunikationsaktivitäten. Bei der Ausprägung eines Schwerpunktes im Bereich „Medienmanagement/ Innovationskommunikation“ bildet die theoretische Analyse und die praktische Entwicklung, Vermarktung und Führung erfolgreicher Medienprodukte sowie die zielgruppenadäquate Innovations- und Risikokommunikation den thematischen Mittelpunkt. Für Studierende, die eine schwerpunktmäßige Vertiefung im Bereich „Online-



Kommunikation/Digitale Spiele“ anstreben, geht es einerseits um kommunikationswissenschaftliche, medien-/sozialpsychologische, soziologische sowie politikwissenschaftliche Ansätze zur Analyse von Online-Kommunikation. Andererseits vertiefen und erweitern die Studierende ihr natur- und ingenieurwissenschaftliches sowie ökonomisches Grundlagenwissen im Bereich der Multimedia-Anwendungen.

### ***Masterarbeit***

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

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

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

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

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

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

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

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

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

#### **4. Vorhandensein der Kapazitäten**

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

### Anlage 3: Zugangsvoraussetzungen

(1) Die Zulassung zum Studium ist – unbeschadet der allgemeinen Zugangsvoraussetzungen – vom Bestehen der Eignungsprüfung abhängig. Die Eignungsprüfung dient der Feststellung, ob die Bewerber den für den Studiengang besonderen fachspezifischen Anforderungen genügen.

(2) Gegenstand der Eignungsprüfung ist der Nachweis der fachspezifischen Eignung durch eine Kombination der in Absatz 3 bis 6 benannten und anhand von Punktzahlen gewichteten Merkmale. Für das Bestehen der Eignungsprüfung muss der Bewerber eine Gesamtpunktzahl von mindestens 70 Punkten erreichen. Davon müssen mindestens 20 Punkte durch die in Absatz 3 genannten Kriterien erreicht werden.

(3) Der Abschluss wird gemäß § 60 Absatz 1 Nr. 4 ThürHG hinsichtlich der fachlichen Einschlägigkeit mit bis zu 40 Punkten anhand folgender Kriterien bewertet:

- inhaltlicher Bezug zur Kommunikations- und Medienforschung, insbesondere Vermittlung von Kenntnissen zur Funktion, Struktur und Entwicklung des Mediensystems sowie von Überblickskenntnissen zu den wichtigsten Theorien und Forschungsmethoden der Kommunikations- und Medienwissenschaft mit bis zu maximal 10 Punkten
- Interdisziplinarität in der Zusammensetzung des Curriculums sowie in thematischen Zugängen auf Fachebene, insbesondere Vermittlung eines Grundverständnisses für technische und wirtschaftliche Prozesse mit bis zu maximal 10 Punkten
- inhaltlicher Bezug zur Kommunikations- und Medienpraxis, insbesondere Vermittlung von Fähigkeiten zur zielgruppen-, medien- und marktgerechten Planung, Gestaltung und Bewertung unterschiedlicher Medienprodukte, insbesondere in Hörfunk und Fernsehen sowie im Multimedia-, Online- und Mobil-Bereich im Rahmen von Praktika mit bis zu maximal 10 Punkten
- Internationalität, insbesondere hinsichtlich im Curriculum vorgesehener Zeiten für Auslandsaufenthalte (Praktika, Studienaufenthalte) mit bis zu maximal 10 Punkten

(4) Ferner wird der Grad der Qualifikation nach der Abschlussnote bewertet:

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

(5) Zusätzlich wird der Grad der Qualifikation nach der sprachlichen Eignung bewertet:

- sehr gut (TOEFL1: mindestens 220 Punkte im computergestützten Test, oder IELTS2: mindestens Band 6, oder APIEL3: Grad 4-5, oder Fremdsprachenzertifikat der TU

---

<sup>1</sup> Test of English as a Foreign Language

<sup>2</sup> International English Language Testing System

<sup>3</sup> Advanced Placement Exam in International English Language

Ilmenau (C1): sehr gut, oder Fremdsprachenzertifikat der TU Ilmenau (C1) und ein Auslandsstudiensemester, oder ein anderer äquivalenter Test): 20 Punkte

- gut (TOEFL: mindestens 173 Punkte im computergestützten Test, oder IELTS: Band 5, oder APIEL: Grad 3, oder Fremdsprachenzertifikat der TU Ilmenau (C1): gut, oder ein anderer äquivalenter Test): 10 Punkte
- befriedigend (Fremdsprachenzertifikat der TU Ilmenau (C1): befriedigend,, oder ein anderer äquivalenter Test): 5 Punkte

(6) Weiterhin wird der Grad der fachspezifischen Eignung mit bis zu maximal 40 Punkten, anhand nachfolgender Kriterien bewertet:

- Kompetenzen und Fähigkeiten in der Kommunikations- und Medienforschung gemäß Absatz 3 Anstrich 1 anhand einer nachweisbaren qualifizierten Berufserfahrung mit bis zu maximal 10 Punkten
- Feststellung von Fähigkeiten und Fertigkeiten aus der Kommunikations- und Medienpraxis gemäß Absatz 3 Anstrich 3 anhand nachgewiesener qualifizierter beruflicher Tätigkeiten mit bis zu maximal 10 Punkten
- Bereitschaft und Motivation zu interdisziplinärer Forschung anhand des Motivationschreibens sowie des Exposés für eine mögliche wissenschaftliche Forschungsarbeit mit bis zu maximal 10 Punkten
- Feststellung internationaler Erfahrungen anhand nachgewiesener Auslandsaufenthalte (Praktika, Studienaufenthalte, berufspraktische Tätigkeiten) mit bis zu maximal 10 Punkten

(7) Erreicht der Bewerber auf Grundlage der Bewerbungsunterlagen weniger als 70 aber mehr als 50 Punkte, wird seine Eignung in einer 30-minütigen mündlichen Prüfung festgestellt. Die Prüfung ist bezogen auf die in den Absätzen 3 und 4 beschriebenen Kompetenzen mit bis zu 30 Punkten (= sehr gut) zu bewerten.

(8) Für die Entscheidung der Eignung nach Absatz 3 ist die Zulassungsstelle im Einvernehmen mit dem Prüfungsausschuss zuständig.

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

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

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

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