

TECHNISCHE UNIVERSITÄT ILMENAU

Neubekanntmachung der Studienordnung für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts (B.A.)“

Aufgrund der Satzung zur Neubekanntmachung der Studienordnung und der Prüfungsordnung – Besondere Bestimmungen für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts (B.A.)“ vom 22. Februar 2013, veröffentlicht im Verkündungsblatt Nr. 108/2013 vom 25. Februar 2013 der Technischen Universität Ilmenau (nachstehend „Universität“ genannt) wird nachstehender Wortlaut der Studienordnung für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts (B.A.)“, wie er sich aus

1. der Studienordnung für den Studiengang Angewandte Medienwissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ vom 25. Mai 2009 (Verkündungsblatt der Universität Nr. 65/2009 vom 3. August 2009),
2. der 1. Änderung der Studienordnung für den Studiengang Angewandte Medienwissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ vom 18. Februar 2011 (Verkündungsblatt der Universität Nr. 87/2011 vom 16. März 2011),
3. der 2. Änderung der Studienordnung für den Studiengang Angewandte Medienwissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ vom 13. April 2012 (Verkündungsblatt der Universität Nr. 105/2012 vom 13. September 2012) und
4. der 3. Änderung der Studienordnung für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ vom 5.11.2012 (Verkündungsblatt der Universität Nr. 106/2012 vom 7. November 2012)

ergibt, in der vom 8. November 2012 an geltenden Fassung neu bekanntgemacht.

Ilmenau, 13.03.2013

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
mit dem Abschluss „Bachelor of Arts (B.A.)“**

Inhaltsübersicht

§ 1 Geltungsbereich

§ 2 Studiendauer

§ 3 Studienvoraussetzungen

§ 4 Inhalt und Ziele des Studiums, Berufsbild

§ 5 Aufbau des Studiums, Studienplan

§ 6 Lehr- und Lernformen

§ 7 Praxisbezug des Studiums

§ 8 Fremdsprachenausbildung

§ 9 Internationalisierung des Studiums

§ 10 Gender-Diversity-Bezug des Studiums

§ 11 Bezug zu Entrepreneurship

§ 12 Studienfachberatung

§ 13 Übergangsregelungen

(§ 14 In-Kraft-Treten)

Anlage 1: Studienplan für Studierende mit Studienbeginn ab Wintersemester
2012/2013

Anlage 2: Regelungen für die berufspraktische Ausbildung

Anlage 3: Entstehung von Arbeitsaufwand bei der Erbringung von Prüfungs-
und Studienleistungen im Studiengang Angewandte Medien- und
Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“

§ 1 Geltungsbereich

(1) Diese Studienordnung (StO) regelt auf der Grundlage der Prüfungsordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor of Science / Bachelor of Arts“ (BPO-AB) der Universität, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität 18/2007, und den BPO-BB für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“, in der jeweils geltenden Fassung, Ziele, Inhalte, Aufbau und Gliederung des Studiums.

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

§ 2 Studiendauer

(1) Der Studienplan (Anlage 1) ist Bestandteil dieser Ordnung und ist so gestaltet, dass das Studium mit allen Prüfungs- und Studienleistungen sowie einer berufspraktischen Ausbildung, dem Medienprojekt und der Bachelorarbeit in der Regelstudienzeit von sieben Semestern abgeschlossen werden kann.

(2) Die Regelungen für die berufspraktische Ausbildung (Anlage 2) sind Bestandteil dieser Ordnung und regeln für das fünfte Semester das mindestens 22 Wochen dauernde Fachpraktikum.

§ 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. Wünschenswert ist zudem ein Interesse für technische und ökonomische Prozesse.

§ 4 Inhalt und Ziele des Studiums, Berufsbild

(1) Der Studiengang bietet ein sozialwissenschaftlich orientiertes Studium. Er ist durch die Integration von kommunikations-, technik- und wirtschaftswissenschaftlichen Lehrinhalten geprägt (Ilmenauer Modell). Er wird in enger Kooperation mit Medienunternehmen und anderen Organisationen im Kommunikationsbereich durchgeführt.

(2) 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 auf die Ausübung unterschiedlicher Kommunikations- und Medienberufe umfassend vorbereitet.

(3) Ein erfolgreiches Studium führt zum berufsqualifizierenden Abschluss "Bachelor of Arts" und qualifiziert damit auch für die aufbauenden Master-Studiengänge.

(4) Der Studiengang vermittelt:

- theoretische und empirische Kenntnisse zur Struktur, Funktion und Entwicklung des Mediensystems,
- methodische Kenntnisse und Fähigkeiten zur Analyse, Konzeption und Gestaltung 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, analytische und produktive Fähigkeiten für die zielgruppen-, medien- und marktgerechte Planung, Gestaltung und Bewertung unterschiedlicher Medienprodukte, insbesondere in Radio und Fernsehen sowie im Multimedia-, Online- und Mobil-Bereich.

(5) Das Studium bildet für ein breit gefasstes Spektrum von Kommunikations- und Medienberufen aus, das Berufsfelder im Bereich Medienkommunikation (Öffentlichkeitsarbeit, Fachjournalismus, Markt- und Meinungsforschung) ebenso einschließt wie innovative Berufsfelder im Bereich Medienkonzeption / Medienproduktion (Konzeption multimedialer Produkte und Dienstleistungen, Film- und Fernsehproduktion, Gestaltung von E-Learning-Angeboten) und im Bereich Medienmanagement / E-Business (Management von Medienprojekten, E-Business-Consulting, Datenschutz/ Verbraucherschutz).

(6) Haupttätigkeitsbereiche der Absolventinnen und Absolventen des Studienganges 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.

§ 5 Aufbau des Studiums, Studienplan

(1) Das Studium ist modular aufgebaut, d.h. die Studieninhalte sind in thematisch und zeitlich abgerundete, in sich abgeschlossene und abprüfbare Einheiten (Module) gegliedert. Ein Modul erstreckt sich in der Regel über ein Semester und maximal über ein Studienjahr. Es kann aus mehreren Lehrveranstaltungen bestehen. Die Inhalte eines Moduls werden durch verschiedene Lehr- und Lernformen gemäß § 6 vermittelt.

(2) Alle Module sind inhaltlich aufeinander abgestimmt und zeitlich miteinander verzahnt. Der zeitliche Gesamtumfang der in den Modulen vorgesehenen Lehrver-

anstaltungen beträgt insgesamt 106 Semesterwochenstunden (SWS). Die Module, ihr Umfang, der mit ihnen verbundene Studienaufwand und ihre empfohlene zeitliche Abfolge sind im Studienplan (Anlage 1) dargestellt.

(3) Die im Studiengang zu erbringenden Prüfungs- und Studienleistungen erfordern einen Studienaufwand von insgesamt 210 Leistungspunkten (LP), deren Aufteilung in der Anlage 1 geregelt ist. Ein Leistungspunkt entspricht nach Maßgabe von Anlage 3 dieser Ordnung einem durchschnittlichen Arbeitsaufwand von 30 Stunden. Der pro Semester zu erbringende Studienaufwand liegt bei durchschnittlich 900 Stunden (30 LP).

(4) Das Studium ist so organisiert, dass die Studien- und Prüfungsleistungen studienbegleitend oder zeitnah zu den angebotenen Lehrveranstaltungen zu erbringen sind. In jedem Semester sind dafür Prüfungsabschnitte vorgesehen. Die Art, Form und Dauer der Prüfungsleistungen regelt die Anlage 1 der BPO-BB.

(5) Das Studium beginnt in der Regel zum Wintersemester. Da die Reihenfolge der Lehrgebiete im Studium methodisch und inhaltlich begründet ist, wird empfohlen, die im Studienplan angegebene Reihenfolge einzuhalten. Die Belegung der Lehrveranstaltungen in den vorgesehenen Semestern gewährleistet die Einhaltung der Regelstudienzeit von sieben Semestern.

(6) Bestandteil des Studiums ist auch ein Fachpraktikum mit einer Mindestdauer von 22 Wochen. Einzelheiten des Fachpraktikums sind in der Anlage 2 dieser Ordnung geregelt.

(7) Dem Studierenden wird empfohlen, über die im Studienplan vorgeschriebenen Fächer hinausgehende Wahlfächer zu belegen. Dazu zählen insbesondere

- Veranstaltungen im Rahmen des englischsprachigen Programms zum Erwerb des Zertifikats „Applied Media Science – Career International“ gemäß § 9,
- Veranstaltungen zum Erwerb des Gender-Diversity-Zertifikats gemäß § 10
- Veranstaltungen zum Erwerb des Zertifikats „Unternehmensgründung und –führung“ gemäß § 11
- mindestens 4 Wochen dauernde, vorzugsweise vor dem Fachpraktikum zu absolvierende Praktika,
- Veranstaltungen des Europa-Studiums und des Studium generale.

Im Interesse der Entwicklung kommunikativer und organisatorischer Kompetenzen ist jeder Studierende zudem aufgefordert, in den Selbstverwaltungsgremien sowie dem gesellschaftlichen und kulturellen Umfeld der Universität mitzuarbeiten.

(8) Das Studium schließt mit der Erstellung der Bachelor-Arbeit und ihrer Verteidigung ab. Der Bachelor-Grad wird verliehen, wenn alle laut BPO-BB geforderten Prüfungs- und Studienleistungen erbracht wurden.

§ 6 Lehr- und Lernformen

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

1. Vorlesungen sind durch kontinuierliche Stoffvermittlung der Grundlagen des jeweiligen Lehrgebietes gekennzeichnet. In der Regel werden sie von Professoren, Hochschuldozenten oder Gastdozenten durchgeführt.

2. 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.

3. 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.

4. Praktika dienen der Vertiefung und Erweiterung des in den Vorlesungen, Seminaren und Übungen sowie im wissenschaftlichen Selbststudium erworbenen Wissens durch die Anwendung auf praktisch abgegrenzte 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.

5. Das Fachpraktikum dient der Überprüfung und Anwendung bisher erworbenen Wissens und erworbener Fähigkeiten unter den Bedingungen eines späteren beruflichen Einsatzfeldes sowie dessen berufsspezifischer Erweiterung.

6. Hausarbeiten und Projekte haben das Ziel, 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 dienen auch der Entwicklung der Fähigkeit zur Teamarbeit. Eine besondere Form des Projektes ist das Medienprojekt.

7. 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.

8. Exkursionen dienen der Stärkung des Praxisbezuges während des Studiums und sind für die Studierenden eine Orientierungshilfe für die späteren beruflichen Aufgaben und Einsatzfelder.

(2) Dem Selbststudium kommt in allen Phasen des Studiums eine hervorragende 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 Praxisbezug des Studiums

(1) Zu den grundlegenden Anliegen des Studiums zählt es, eine praxisnahe Ausbildung zu gewährleisten. Diesem Ziel dienen insbesondere die praxisrelevanten Ausbildungsabschnitte in Form des Fachpraktikums, des Medienprojektes und der Bachelorarbeit sowie die Lehrveranstaltungen im Bereich der medienpraktischen Anwendungen. Als Wahlfächer empfohlene zusätzliche Praktika ergänzen diese Abschnitte (vgl. § 5 Abs. 7).

(2) Prüfungsrechtliche Regelungen zum Medienprojekt trifft § 7 BPO - BB. Fachübergreifende Themenstellungen sind beim Medienprojekt und der Bachelorarbeit erwünscht, insbesondere solche in Verbindung mit den Bachelor-Studiengängen Medientechnologie und Medienwirtschaft.

§ 8 Fremdsprachenausbildung

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 seiner sprachlichen Ausbildung große Aufmerksamkeit schenken und sich um entsprechende weiterführende Ausbildungsangebote, Studienaufenthalte im Ausland oder Auslandspraktika bemühen.

§ 9 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 „AMS – Career International“. Es bietet den teilnehmenden Studierenden die Chance, ab dem 2. Fachsemester 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 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.

§ 10 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 Studienfächer Praxiswerkstatt oder Medienprojekt.

§ 11 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 einem benoteten Schein abgeschlossen. Das Zertifikat weist die absolvierten Lehrveranstaltungen und die dort erzielten Ergebnisse aus.

§ 12 Studienfachberatung

(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 Masterstudien- gang 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 (vgl. § 11 BPO-BB).

(3) Insbesondere Studierende mit Studienproblemen sollten sich darüber hinaus im Rahmen des Mentorenprogramms zusätzlichen Studienfachberatungen unterziehen. Ein solches Beratungsgespräch wird immer dann empfohlen, wenn weniger als die Hälfte der in einem Fachsemester vorgesehenen Prüfungsleistungen abgelegt und bestanden wurde oder durch die Nichteinhaltung der Prüfungsfristen gemäß § 17 BPO-AB bzw. das mögliche Nichtbestehen der Wiederholung einer Prüfungsleistung der Verlust des Prüfungsanspruches droht. Im Verlauf der Fachstudienberatung 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 Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft beteiligten Professoren der Fakultät für Mathematik und Naturwissenschaften beraten lassen.

§ 13 Übergangsregelungen

Für Studierende, die ihr Studium vor dem Wintersemester 2012/2013 begonnen haben, gelten die Regelungen der Studienordnung in der für sie jeweils geltenden Fassung fort. Sie können auf Antrag die geänderte Studiengangsbezeichnung „Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft“ für ihr Zeugnis, ihre Bachelorurkunde sowie das Diploma Supplement einheitlich wählen.

(§ 14 In-Kraft-Treten)

Anlage 2: 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 gemäß BPO - BB Pflichtbestandteil des Studiums. Zusätzliche Praktika sind gemäß § 5 Abs. 7 StO Wahlfächer.

§ 2 Dauer und Aufteilung des Praktikums

(1) Das Fachpraktikum hat nach § 3 Abs.1 BPO-BB 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 gemäß § 5 Abs. 7 StO 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 07.08.1996 (BGBl. I S 1254) in der jeweils geltenden Fassung wie ein Arbeitnehmer des Praktikumbetriebs gesetzlich gegen Unfall versichert. Im Versicherungsfalle ist zunächst der Unfallversicherungsträger des Praktikumbetriebs 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.

(8) Für alle studienorganisatorischen Angelegenheiten des Praktikums ist das Prüfungsamt zuständig.

§ 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 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 gemäß § 3 Abs. 3 Satz 2 BPO-BB über die Anrechenbarkeit von Tätigkeiten als Praktikum.

(2) Ein einschlägiger berufsqualifizierender Abschluss auf medienwissenschaftlichem Gebiet bzw. ein Volontariat wird als zusätzliches Praktikum anerkannt.

(3) Studierende mit einer länger andauernden oder ständigen körperlichen Behinderung oder chronischen Erkrankung können besondere Regelungen mit dem Prüfungsamt vereinbaren. Es kann ein Nachweis der Behinderung bzw. chronischen Erkrankung verlangt werden.

§ 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 durchfüh-

renden 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 3: Entstehung von Arbeitsaufwand bei der Erbringung von Prüfungs- und Studienleistungen im Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“

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 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.

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 (incl. Vor- und Nachbereitung sowie Klausurvorbereitung)	pro 1 SWS	1
	Seminar, Übung	pro 1 SWS	0,5

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-	nicht
				basiert	referats-
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	

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

	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 Vpn, 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