

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 forschungsorientierten Master-Studiums 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 gesellschaftli-

cher 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 ge-

übt, 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 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“ Master-Studium, 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 Handelsun-

ternehmen, 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 (BGBl. 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 Praktikumsseinrichtung 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 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 (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-	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		
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, Gruppendiskussi- onen, 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
Medien- produktive 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