

Mitteilungen der Bauhaus-Universität Weimar

AKADEMISCHE ORDNUNGEN

<input checked="" type="checkbox"/> Der Rektor <input type="checkbox"/> Der Kanzler	Studienordnung für den postgradualen Studiengang Medienmanagement mit dem Abschluss Master of Arts		Ausgabe 49/2007
	erarb. Dez./Einheit Fak. M	Telefon 37 00	Datum 18. Sept. 2007

Gemäß § 3 Abs. 1 in Verbindung mit § 33 Abs. 1 Nr. 1 des Thüringer Hochschulgesetzes vom 21. Dezember 2006 (GVBl. S. 601) erlässt die Bauhaus-Universität Weimar auf der Grundlage der vom Rektor der Bauhaus-Universität Weimar genehmigten Prüfungsordnung für den Studiengang Medienmanagement mit dem Abschluss Master of Arts folgende Studienordnung; der Senat hat am 4. Juli 2007 die Studienordnung beschlossen. Der Rektor der Bauhaus-Universität Weimar hat mit Erlass vom 18. Juli 2007 die Ordnung genehmigt.

Inhaltsverzeichnis

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Zulassungsvoraussetzungen
- § 3 Studienbeginn
- § 4 Studiendauer und Studienvolumen
- § 5 Gegenstand und Ziele des Studiums
- § 6 Aufbau und Inhalte des Studiums
- § 7 Auslandsaufenthalt
- § 8 Abschluss des Masterstudiums
- § 9 Studienfachberatung
- § 10 Gleichstellungsklausel
- § 11 Inkrafttreten

Anlage: Studienplan

§ 1 - Geltungsbereich

Diese Studienordnung regelt Ziele, Inhalte und Aufbau des Studiums im Studiengang Medienmanagement mit dem Abschluss Master of Arts (abgekürzt: M.A.) auf der Grundlage der zugehörigen Prüfungsordnung in der jeweils geltenden Fassung.

§ 2 - Zulassungsvoraussetzungen

(1) Notwendige Voraussetzung für die Zulassung zum Studium ist, dass die Bewerber einen ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss mit überdurchschnittlich guten Prüfungsergebnissen im Bachelor-Studiengang Medienkultur oder in einem wirtschaftswissenschaftlichen bzw. in einem medienbezogenen Studiengang vorweisen können. Für den Fall, dass der erste Abschluss nicht im Studiengang Medienkultur oder in einem wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang erworben wurde, sind Kenntnisse auf dem Gebiet der Wirtschaftswissenschaften nachzuweisen.

(2) Der Studienbewerbung ist ein Motivationsschreiben im Umfang von ca. 3 bis 4 Seiten beizufügen. Dieses Motivationsschreiben soll zum einen eine Übersicht über den bisherigen wissenschaftlichen und beruflichen/praxisbezogenen Ausbildungsverlauf, wie beispielsweise absolvierte medienbezogene Projekte und/oder Praktika, Auslandserfahrungen während des Erststudiums, studentisches Engagement und/oder wissenschaftliche Betätigungen umfassen; alle Tätigkeiten sind nachzuweisen. Daran anknüpfend sollen zum anderen die persönlichen zukünftigen Perspektiven mit Bezug auf die Schwerpunkte des Studiums dargestellt und das besondere Interesse an medienökonomischen Fragen begründet werden.

(3) Ausländische Studierende müssen Deutschkenntnisse entsprechend des DSH-2 oder TestDaF (mind. 4x TDN 4) nachweisen.

(4) Der Prüfungsausschuss stellt fest, welche Bewerber die formalen Anforderungen gemäß Abs. 1 erfüllen und benotet das Motivationsschreiben. Zugelassen werden solche Bewerber, deren Motivationsschreiben eine überdurchschnittliche Motivation und Eignung zum Ausdruck bringt. Eine überdurchschnittliche Motivation und Eignung liegt vor, wenn die Note besser als 2,5 ist.

§ 3 - Studienbeginn

Das Studium kann im ersten Fachsemester nur zu Beginn des Wintersemesters aufgenommen werden. Ein Teilzeitstudium ist möglich.

§ 4 - Studiendauer und Studienvolumen

Die Regelstudienzeit umfasst einschließlich Masterarbeit vier Semester. Der Gesamtumfang des studentischen Arbeitsaufwandes für das Masterstudium Medienmanagement beträgt 120 Leistungspunkte.

§ 5 - Gegenstand und Ziele des Studiums

(1) Der Masterstudiengang Medienmanagement zielt auf eine Vertiefung bereits in einem Hochschulstudium und ggf. in der praktischen Berufsausübung erworbener Fach- und Methodenkompetenz ab. Durch die Wahl von verschiedenen Fächern aus dem Fächerkanon der Fakultät Medien kann der Studierende seine Vertiefung zum Teil selbst gestalten.

(2) Durch die vertiefte Vermittlung von entsprechenden interdisziplinären Kenntnissen, Fertigkeiten und Methoden sollen die Absolventen zur Ausübung von Management- und Führungstätigkeiten insbesondere in Medienunternehmen, aber auch kulturellen, staatlichen sowie privaten Einrichtungen befähigt werden. Die spezifische Auseinandersetzung mit medienwirtschaftlichen Fragestellungen und die vertiefte Vermittlung entsprechender interdisziplinärer Kenntnisse und Methoden sollen die Absolventen zur Ausübung von unternehmerischer Selbständigkeit in besonderem Maße befähigen.

(3) Der Hochschulgrad "Master of Arts" wird verliehen, wenn die Prüfungen, die Masterarbeit und deren Verteidigung bestanden sind.

§ 6 - Aufbau und Inhalte des Studiums

(1) In jedem Studienjahr können 60 Leistungspunkte erworben werden. Leistungspunkte werden nur für bestandene Modulprüfungen vergeben. Ein Leistungspunkt entspricht einem Arbeitsaufwand der Studierenden von ca. 30 Zeitstunden im Präsenz- und Selbststudium sowie für die Prüfungsvorbereitung und -durchführung.

(2) Maximal 30 Leistungspunkte können im Rahmen eines Studienaufenthaltes im Ausland erworben werden. Über die Anrechnung entscheidet auf Antrag der Prüfungsausschuss.

(3) Das Studium ist wie folgt strukturiert. Das erste Semester vermittelt zentrale medienökonomische, methodische und theoretische Inhalte. Das zweite und dritte Semester dienen einer Vertiefung dieser Inhalte und ermöglichen den Studierenden eine thematische Spezialisierung in den Bereichen Medienmanagement, Medienmarketing und Medienökonomie. Im vierten Semester steht die Anfertigung der Masterarbeit im Mittelpunkt der studentischen Arbeiten.

(4) Die Studieninhalte werden in Modulen vermittelt. Module bezeichnen einen Verbund zeitlich begrenzter, in sich geschlossener, methodisch oder inhaltlich ausgerichteter Lehrveranstaltungen. Module werden entsprechend ihrem Arbeitsaufwand mit Leistungspunkten versehen. Sie werden mit einer Modulprüfung abgeschlossen, die aus einer oder mehreren Prüfungsleistungen besteht und auf deren Grundlage Leistungspunkte vergeben werden. Ein Modul umfasst einen Studienaufwand von sechs Leistungspunkten oder einem Vielfachen davon. Es gibt drei strukturelle Grundformen von Modulen:

1. Pflichtmodule: diese haben alle Studierenden zu belegen;
2. Wahlpflichtmodule: die Studierenden müssen innerhalb eines thematisch eingegrenzten Bereichs auswählen;
3. Wahlmodule: die Studierenden haben die freie Auswahl innerhalb des Modulangebots der Fakultät Medien bzw. der fakultätsübergreifenden Kooperationsvereinbarungen.

(5) Darüber hinaus werden Module auch nach inhaltlichen Gesichtspunkten unterschieden. Projektmodule bilden den Kern des Leistungsangebotes und behandeln auf vertiefende Weise komplexe Themen, die von zentraler Bedeutung für das Studium sind; sie umfassen i. d. R. 12 Leistungspunkte. Studienmodule ergänzen das Angebot von Projektmodulen oder das Mastermodul; sie behandeln angrenzende Fragen und umfassen i. d. R. 6 Leistungspunkte.

(6) Die Masterarbeit wird i. d. R. im vierten Semester verfasst. Sie bildet gemeinsam mit der Disputation das Mastermodul, das mit einem studentischen Arbeitsaufwand von 24 Leistungspunkten verbunden ist. Eine Anmeldung zur Masterarbeit erfordert das Vorliegen von 84 Leistungspunkten.

§ 7 - Auslandsaufenthalt

Ein Auslandsaufenthalt wird empfohlen. Er ist von den Studierenden selbst zu organisieren; insbesondere haben die Studierenden vor Antritt sicherzustellen, dass die im Ausland zu erbringenden Studienleistungen oder die zu studierenden Module an der Fakultät Medien anerkannt und auf den Studiengang angerechnet werden.

§ 8 - Abschluss des Masterstudiums

Das Masterstudium wird mit der Masterprüfung abgeschlossen, die sich aus den studienbegleitenden Modulprüfungen und der Masterarbeit einschließlich ihrer Verteidigung zusammensetzt.

§ 9 - Studienfachberatung

(1) Zu Beginn des ersten Semesters finden folgende Einführungsveranstaltungen statt:

- Orientierungsveranstaltung der Fakultät Medien zum Studiengang Medienmanagement,
- Einführungsveranstaltung für die Lehrveranstaltungen des ersten Semesters sowie ein Überblick über das Masterstudium.

(2) Die individuelle Studienberatung wird vom Studienfachberater durchgeführt.

(3) Die individuelle fachliche Beratung der Studierenden wird von Professoren und akademischen Mitarbeitern durchgeführt.

§ 10 - Gleichstellungsklausel

Status- und Funktionsbezeichnungen nach dieser Ordnung gelten gleichermaßen in der weiblichen wie in der männlichen Form.

§ 11 - Inkrafttreten

Diese Ordnung tritt am ersten Tag des auf ihre Bekanntmachung in den Mitteilungen der Bauhaus-Universität Weimar folgenden Monats in Kraft.

Weimar, 4. Juli 2007

Prof. Dr.-Ing. Gerd Zimmermann
Rektor

Die Satzung ist genehmigungsfähig

Dipl.- Jur. Rainer Junghanß
Justitiar

Genehmigt

Weimar, 18. Juli 2007

Prof. Dr.-Ing. Gerd Zimmermann
Rektor

Anlage: Studienplan

Lehrgebiet/Semester	1. Sem.		2. Sem.		3. Sem.		4. Sem.		Summe SWS	Summe LP
	SWS	LP	SWS	LP	SWS	LP	SWS	LP		
Projektmodule										
Ökonomische Theorien	8	12								
Angewandte empirische Forschung	8	12								
Medienmarketing*			8	12						
Medienmanagement*			8	12						
Medienökonomie*					8	12				
Studienmodule										
Medienökonomie und Medien der Ökonomie**			4	6						
Strategisches Management**			4	6						
Medienmarketing**					4	6				
Medienmanagement**					4	6				
Investition und Finanzierung von Medienunternehmen**			4	6						
Medienrecht I			4	6						
Medienrecht II					4	6				
Studienmodule Wahlangebot										
Studienmodule 1-2***	4	6			4	6				
Masterkolloquium							4	6		
Mastermodul								24		
Summe Projektmodule									32	48
Summe Studienmodule									20	30
Summe Studienmodule Wahlangebot									8	12
Masterkolloquium									4	6
Masterarbeit										24
Summe									64	120

* Zwei der drei Projektmodule müssen belegt werden.

** Drei der fünf Studienmodule müssen belegt werden.

*** Studierende, die ihr Erststudium in einem nicht-wirtschaftswissenschaftlichen Bereich absolviert haben, sind im ersten Semester verpflichtet, das Studienmodul Medienökonomie I aus dem Angebot des BA-Medienkultur mit Teilnahmenachweis zu belegen.

Für Studierende, die im Rahmen ihres Erststudiums keine entsprechenden Kenntnisse erworben haben, ist zudem der Besuch folgender Vorlesungen mit Teilnahmenachweis verpflichtend: (1) Grundlagen der Investition und Finanzierung und (2) Grundlagen des internen und externen Rechnungswesens.