

Mitteilungen der Bauhaus-Universität Weimar

Akademische Ordnungen

<input type="checkbox"/> Der Rektor <input type="checkbox"/> Der Kanzler	Studienordnung für den postgradualen Studiengang Medienmanagement mit dem Abschluss Master of Arts	Ausgabe 03/2011
	erarb. Dez./Einheit Fak. M	Telefon 3700

Gemäß § 3 Abs. 1 in Verbindung mit § 34 Abs. 3 des Thüringer Hochschulgesetzes vom 21. Dezember 2006 (GVBl. S. 601), zuletzt geändert durch Art. 15 des Gesetzes vom 20. März 2009 (GVBl. S. 238), 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 für den Studiengang Medienmanagement mit dem Abschluss Master of Arts; der Fakultätsrat der Fakultät Medien hat am 12.01.2011 die Studienordnung beschlossen.

Der Rektor der Bauhaus-Universität Weimar hat mit Erlass vom 02.02.2011 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 1: Studienplan

Anlage 2: Vereinbarungen und Regelungen über die Durchführung gemeinsamer Studien-programme mit der Université Lumière Lyon 2

§ 1 – Geltungsbereich

- (1) 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) Für Teilnehmer an den binationalen MA-Studienprogrammen, die vom Institut de la Communication der Université Lumière Lyon 2 und der Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar gemeinsam durchgeführt werden, gelten zum Teil abweichende Regelungen (siehe Anlage 2 und § 2 Abs. 2 Satz 2).

§ 2 – Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Notwendige Voraussetzung für die Zulassung zum Studium ist, dass die Bewerber einen ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss mit überdurchschnittlich guten Prüfungsergebnissen (Gesamtnote mindestens 2,5) in einem wirtschaftswissenschaftlichen oder in einem medienwissenschaftlichen Studiengang vorweisen können. Bewerber ohne Abschluss in einem wirtschaftswissenschaftlichen Erststudium müssen vor Aufnahme des Studiums nachweisen, dass sie wirtschaftswissenschaftliche Kenntnisse im Umfang von mindestens 50 ECTS mit Leistungsnachweis erworben haben.
- (2) Internationale Studierende müssen Deutschkenntnisse entsprechend der DSH-2 oder TestDaF (mind. 4x TDN 4) nachweisen. Deutsche Bewerber der binationalen Programme MIK/CIOI müssen sehr gute Französischkenntnisse nachweisen (Mindestniveau B2 nach GER).
- (3) Die Auswahl der Bewerber erfolgt durch eine Auswahlkommission, die sich aus zwei Professoren und zwei wissenschaftlichen Mitarbeitern des Studiengangs Medienmanagement zusammensetzt. Die Auswahlkommission stellt fest, welche Bewerber die notwendigen Voraussetzungen gemäß Abs. 1 erfüllen. Anschließend bewertet sie die besondere fachspezifische Eignung der die notwendigen Voraussetzungen erfüllenden Bewerber. Ein Bewerber gilt als fachspezifisch besonders geeignet und wird entsprechend zum Master-Studiengang Medienmanagement zugelassen, wenn er im nachfolgend dargestellten Bewertungsverfahren eine Gesamtpunktzahl von mind. 80 der 100 zu vergebenden Punkte erreicht.
- (4) Zur Bewertung der besonderen fachspezifischen Eignung wird die Gesamtnote des ersten Hochschulabschlusses entsprechend der unten stehenden Staffelung verrechnet. Im Fall von Bewerbern, die ein Studium zum Bewerbungszeitpunkt noch nicht abgeschlossen haben, aber mindestens 150 ECTS in einem einschlägigen Studiengang vorweisen können, erfolgt die Bewertung der besonderen fachspezifischen Eignung anhand der aus den bisherigen Prüfungsleistungen ermittelten Durchschnittsnote. Die maximal zu erreichende Punktzahl ist 60.

1,0:	60 Pkt.	1,4:	56 Pkt.	1,8:	52 Pkt.	2,2:	48 Pkt.
1,1:	59 Pkt.	1,5:	55 Pkt.	1,9:	51 Pkt.	2,3:	47 Pkt.
1,2:	58 Pkt.	1,6:	54 Pkt.	2,0:	50 Pkt.	2,4:	46 Pkt.
1,3:	57 Pkt.	1,7:	53 Pkt.	2,1:	49 Pkt.	2,5:	45 Pkt.

- (5) Der Bewerber hat ein Motivationsschreiben im Umfang von drei bis vier DIN A4-Seiten einzureichen. Es wird anhand folgender Kriterien, die jeweils mit bis zu zehn Punkten bewertet werden können, beurteilt. Die maximal zu erreichende Punktzahl ist 40.

1. Fachspezifische Kenntnisse durch den bisherigen wissenschaftlichen Ausbildungsverlauf mit Bezug zu den Schwerpunktgebieten des Masterstudiengangs Medienmanagement;
2. praktische fachspezifische Erfahrungen durch beispielsweise Praktika, (außeruniversitäre) Projekte oder berufliche Tätigkeiten sowie internationale Erfahrungen;
3. begründetes Interesse am Fachgebiet Medienmanagement und persönliche Perspektiven mit Bezug auf die Schwerpunkte des Studiums;
4. medienwissenschaftliches Reflexionsvermögen, analytisches Denken und Sorgfalt.

Alle Tätigkeiten sind nachzuweisen.

§ 3 – Studienbeginn

Das Studium kann im ersten Fachsemester nur zu Beginn des Wintersemesters aufgenommen werden. Ein Teilzeitstudium ist möglich (gemäß § 11 Immatrikulationsordnung MdU 16/2007 und 1. Änderung der ImmaO MdU 22/2009).

§ 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 Selbstständigkeit in besonderem Maße befähigen.

(3) Der Hochschulgrad "Master of Arts" wird verliehen, wenn alle erforderlichen 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 (ausgenommen sind Sprachkurse). Es muss kein inhaltlicher Zusammenhang zwischen den ausgewählten Veranstaltungen bestehen. Die jeweiligen Prüfungsleistungen müssen innerhalb eines Fachsemesters erbracht werden.

(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 nachdrücklich 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. Gleichermäßen empfohlen wird auch ein (internationales) Praktikum.

§ 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. Diese Ordnung findet erstmalig für die Studierenden Anwendung, die zum Wintersemester 2011/12 immatrikuliert werden.

Weimar, 12.01.2011

Prof. Dr. phil. habil. A. Ziemann
Dekan

Die Satzung ist genehmigungsfähig

Dipl.- Jur. Rainer Junghanß
Justitiar

Genehmigt

Weimar, 02.02.2011

Prof. Dr.-Ing. Gerd Zimmermann
Rektor

Anlage 2: Vereinbarungen und Regelungen über die Durchführung gemeinsamer Studienprogramme mit der Université Lumière Lyon 2

Das Institut de la Communication der Université Lumière Lyon 2 und die Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar haben eine Vereinbarung zur Durchführung von gemeinsamen Masterstudienprogrammen mit zwei Spezialisierungsrichtungen geschlossen:

(1) Binationales Masterprogramm Medienmanagement, Information und Kommunikation

(2) Binationales Masterprogramm Communication interculturelle dans les institutions et organisations franco-allemandes

Die Studienprogramme sollen die Mobilität von Studierenden der Partneruniversitäten fördern und den Erwerb von Masterabschlüssen an beiden Universitäten ermöglichen. Die Studienprogramme werden von der Deutsch-Französischen Hochschule unterstützt und durch Mobilitätsbeihilfen für Studierende gefördert.

I. Zulassung zu den gemeinsamen Studienprogrammen

Zulassungsvoraussetzungen

Die Zulassungsvoraussetzungen für Bewerber, die sich an der Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar einschreiben:

- Abschluss des Doppeldiploms Licence en Information-Communication/Bachelor of Arts (Europäische Medienkultur), mit überdurchschnittlich guten Prüfungsergebnissen oder
- vergleichbare Studienabschlüsse mit überdurchschnittlicher Bewertung, die dem Niveau eines Licence-/Bachelor-Abschlusses entsprechen und von der Auswahlkommission als äquivalent eingestuft werden. Als äquivalent gelten insbesondere Studiengänge der Wirtschafts-, Kommunikations-, Medienwissenschaft oder Publizistik sowie andere Studiengänge mit Bezug zum Medienmanagement.
- sehr gute Beherrschung der deutschen und französischen Sprache.

Bewerbung

Der Bewerbung beizufügen sind:

(1) Zeugnis, das zur Zulassung zu einem Masterstudium berechtigt.

(2) Ein vorzugsweise in französischer Sprache verfasstes Motivationsschreiben im Umfang von drei DIN A4-Seiten, in dem die Studien- und Forschungsinteressen und mögliche berufliche Perspektiven mit Bezug auf die Schwerpunkte des Studiums dargelegt und begründet werden. Es soll beispielsweise auf absolvierte medienbezogene Projekte und/oder Praktika, Auslandserfahrungen während des Erststudiums, studentisches Engagement und/oder wissenschaftliche Betätigungen eingegangen werden. Alle Tätigkeiten sind nachzuweisen.

Aufnahme

Eine gemischte Auswahlkommission unter Vorsitz der Verantwortlichen der gemeinsamen Masterprogramme begutachtet und bewertet die Bewerbungsunterlagen im Hinblick auf akademische und sprachliche Kenntnisse der Kandidaten und auf die Übereinstimmung der Studienlaufbahn mit dem Studienprojekt. Sie entscheidet über die Aufnahme des Kandidaten in das Studienprogramm.

Nach Annahme der Bewerbung durch die Auswahlkommission erfolgt die Einschreibung an der Bauhaus-Universität (Heimatuniversität). Studierende erhalten eine Immatrikulation an der Fakultät Medien der Bauhaus-Universität und an der Université Lumière, Lyon 2 für die Zeit des Studienaufenthaltes an der Partneruniversität. Zusätzlich werden die Studierenden während der gesamten Dauer des Studienprogramms bei der Deutsch-Französischen Hochschule (DFH) eingeschrieben. Die Einschreibung in das Studium zum ersten Fachsemester erfolgt jeweils zum Wintersemester.

Semesterbeiträge und Mobilitätsbeihilfen

Für die Studienprogramme werden neben dem regulären Semesterbeitrag an der Heimatuniversität keine zusätzlichen Beiträge oder Studiengebühren erhoben.

Die gemeinsamen Studienprogramme der Bauhaus-Universität Weimar und der Université Lumière Lyon 2 werden durch die Deutsch-Französische Hochschule gefördert. Studierende erhalten eine Mobilitätsbeihilfe

für den Zeitraum des Aufenthalts an der Partneruniversität.

II. Aufbau und Ablauf der gemeinsamen Studienprogramme

Beide Studienprogramme haben eine Regelstudienzeit von zwei Jahren und erfordern den Erwerb von 120 Leistungspunkten. Studierende beider Studienprogramme absolvieren die ersten beiden Semester gemeinsam, davon das erste Semester an der Université Lumière Lyon 2 und das zweite Semester an der Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar.

Nach dem ersten gemeinsamen Studienjahr entscheiden sich Studierende für eine Spezialisierung in einem der beiden Studienprogramme. Die Entscheidung der Studierenden muss durch die betreffenden Programmbeauftragten bestätigt werden.

Studierende, die sich für die Spezialisierung Medienmanagement, Information und Kommunikation entscheiden, verbringen das dritte und vierte Semester in Weimar und schließen dort ein forschungsorientiertes Masterstudium ab.

Studierende, die sich für das Masterprogramm Communication interculturelle dans les institutions et organisations franco-allemandes entscheiden, gehen im dritten und vierten Semester an das Institut de la Communication der Université Lumière Lyon 2 und schließen dort ihr Studium ab. Das Studienprogramm am Institut de la Communication ist an berufspraktischen Belangen orientiert und umfasst ein obligatorisches Praktikum mit einer Dauer von mindestens vier Monaten. Praktika erfolgen vorzugsweise in internationalen Unternehmen oder öffentlichen Organisationen, die Aktivitäten in Frankreich und Deutschland aufweisen. Beide Studienprogramme schließen mit einer Masterarbeit/Mémoire ab, die vor einer Jury mit französischen und deutschen Mitgliedern zu verteidigen ist. Die Abschlussarbeit wird in der Regel in der Landessprache der Universität verfasst, in der die Spezialisierung im dritten und vierten Semester erfolgt. Zusätzlich ist eine Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse der Abschlussarbeit in angemessenem Umfang in der Sprache des Partnerlandes anzufertigen.

Abschlüsse

Nach Ablauf des Studiums und dem Erwerb von insgesamt 120 Leistungspunkten erhalten Absolventen entweder den Master of Arts der Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar oder den Master „Information-Communication“, mit Spezialisierung in „Communication interculturelle dans les institutions et organisations franco-allemandes“ der Université Lumière-Lyon 2.

Anerkennung der Studien- und Prüfungsleistungen

Die Studienabschnitte der Partneruniversitäten werden ohne Gleichwertigkeitsprüfung anerkannt.

Können Prüfungen des ersten oder zweiten Semesters des gemeinsamen Studienprogramms nicht erfolgreich abgelegt werden und sind alle von der Prüfungsordnung der jeweiligen Universität vorgesehenen Wiederholungsmöglichkeiten ausgeschöpft, kehren die Studierenden an ihre Heimatuniversität zurück. Diese entscheidet entsprechend ihrer Studien- und Prüfungsordnung über die volle oder teilweise Anerkennung des Studienabschnitts und darauf aufbauende Studienmöglichkeiten.

III. Rechtliche Stellung des Studierenden an den Partnerhochschulen

Die teilnehmenden Studierenden haben den Status von an der Partneruniversität eingeschriebenen Studierenden, alle damit verbundenen Rechte und Pflichten inbegriffen. Darüber hinaus wird festgelegt, dass der Programmbeauftragte die organisatorische Betreuung der Studierenden während des Auslandsaufenthaltes übernimmt.

Studienplan des forschungsorientierten Studienprogramms «Medienmanagement, Information und Kommunikation»

Semestre 1, à Lyon : 6 modules valant au total 30 ECTS

- Module 1 : Pratiques et techniques de la communication en français (5 ECTS)
- Module 2 : Cultures et interculturalités (5 ECTS)
- Module 3 : Droit Européen et Franco-Allemand comparé (5 ECTS)
- Module 4 : Histoire de la construction européenne (5 ECTS)
- Module 5 : Communication des organisations (5 ECTS)
- Module 6 : Communication et espaces publics (5 ECTS)

Semestre 2, à Weimar : 3 modules valant au total 30 ECTS

- Module 1 : Marketing des médias (12 ECTS)
- Module 2 : Management des médias (12 ECTS)
- Module 3 : au choix (6 ECTS)
 - Economie des médias et médias de l'économie
 - Management et stratégie
 - Droit des médias

Semestre 3, à Weimar: 4 modules valant au total 30 ECTS

- Module 1 : Economie des médias (12 ECTS)
- Module 2 : Management des médias (6 ECTS)
- Module 3 : Marketing des médias (6 ECTS)
- Module 4 : au choix (6 ECTS)
 - Droit des médias II
 - Module à choisir dans le programme d'enseignement de la Faculté des Médias

Semestre 4, à Weimar: 2 modules valant au total 30 ECTS

- Module 1 : Mémoire et soutenance de master (24 ECTS)
- Module 2 : Préparation au travail de master (6 ECTS)

Studienplan des Studienprogramms Master spécialité professionnalisante: Communication interculturelle des institutions et organisations franco-allemandes

Semestre 1, à Lyon : 6 modules valant au total 30 ECTS

- Module 1 : Pratiques et techniques de la communication en français (5 ECTS)
- Module 2 : Cultures et interculturalités (5 ECTS)
- Module 3 : Droit Européen et Franco-Allemand comparé (5 ECTS)
- Module 4 : Histoire de la construction européenne (5 ECTS)
- Module 5 : Communication des organisations (5 ECTS)
- Module 6 : Communication et espaces publics (5 ECTS)

Semestre 2, à Weimar : 3 modules valant au total 30 ECTS

- Module 1 : Marketing des médias (12 ECTS)
- Module 2 : Management des médias (12 ECTS)
- Module 3 : au choix (6 ECTS)
 - Economie des médias et médias de l'économie
 - Management et stratégie
 - Droit des médias

Semestre 3, à Lyon : 5 modules valant au total 30 ECTS

- Module 1 : Droit Européen et Franco-Allemand comparé (5 ECTS)
- Module 2 : Histoire de la construction européenne et politique publique comparée et institutions européennes (5 ECTS).
- Module 3 : Communication des organisations (5 ECTS)
- Module 4 : Communication et espaces publics (5 ECTS)
- Module 5 : Réalisation de travaux de communication (10 ECTS)

Semestre 4, à Lyon : stage et mémoire valant au total 30 ECTS

Stage de 4 mois minimum, dans une organisation (entreprise, association, institution) ayant des activités dans les deux pays. Élaboration et soutenance d'un Mémoire de fin d'études, devant un jury comportant au moins deux universitaires et un représentant de l'organisation dans laquelle le stage a été effectué.