

# Mitteilungen der Bauhaus-Universität Weimar

## AKADEMISCHE ORDNUNGEN

<input checked="" type="checkbox"/> Der Präsident <input type="checkbox"/> Der Kanzler	<b>Studienordnung</b> für den konsekutiven Studiengang Medienmanagement mit dem Abschluss Master of Arts		Ausgabe <b>18/2018</b>
	erarb. Dez./Einheit <b>Fak. M</b>	Telefon <b>3700</b>	Datum <b>13. Juli 2018</b>

Gemäß § 3 Abs. 1 in Verbindung mit § 34 Abs. 3 des Thüringer Hochschulgesetzes in der Fassung der Bekanntmachung vom 13. September 2016 (GVBl. S. 437) erlässt die Bauhaus-Universität Weimar auf der Grundlage der vom Präsidenten 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 9. Mai 2018 die Studienordnung beschlossen.

Der Präsident der Bauhaus-Universität Weimar hat mit Erlass vom 13. Juli 2018 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 Nachteilsausgleich
- § 8 Auslandsaufenthalt
- § 9 Abschluss des Masterstudiums
- § 10 Studienfachberatung
- § 11 Gleichstellungsklausel
- § 12 Inkrafttreten

Anlage 1: Studienplan

## § 1 – Geltungsbereich

(1) Diese Studienordnung regelt Ziele, Inhalte und Aufbau des Studiums im konsekutiven Studiengang Medienmanagement mit dem Abschluss Master of Arts (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 (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) Voraussetzung für die Zulassung internationaler Bewerber zum Studium ist der Nachweis von Sprachkenntnissen in der Sprache Deutsch auf der Kompetenzstufe C1 des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens (GER) durch

- a) Nachweis der Muttersprachlichkeit (Erwerb der Hochschulzugangsberechtigung oder eines 1. berufsqualifizierenden Abschlusses in einem deutschsprachigen Land) oder
- b) Nachweis anhand eines der folgenden Zertifikate: DSH-2 oder TestDaF (mind. 4 x TDN 4) oder eines gleichwertigen Nachweises.

(3) Die Auswahl der Bewerber für den Master-Studiengang Medienmanagement 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 untenstehenden Staffe­lung in Punkte umgerechnet. 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 nachfolgender 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 durch entsprechende Unterlagen nachzuweisen.

### § 3 – Studienbeginn

Das Studium kann im ersten Fachsemester nur zu Beginn des Wintersemesters aufgenommen werden. Ein Teilzeitstudium ist gemäß Immatrikulationsordnung in der jeweils gültigen Fassung 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 Modulen, insbesondere aus dem Fächerkanon der Fakultät Medien kann der Studierende seine Vertiefung zum Teil selbst wählen und somit 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 Studierenden sollen durch ihr Studium in besonderem Maße befähigt werden

- fundierte Entscheidungen zu fällen und dabei gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse zu berücksichtigen;
- weitgehend eigenständige forschungs- oder anwendungsorientierte Projekte durchzuführen;
- ihr Wissen und Verstehen sowie ihre Fähigkeiten zur Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anzuwenden, die in einem breiteren oder auch multidisziplinären Zusammenhang mit ihrem Studienfach stehen;
- Ergebnisse vor Fachvertretern und Laien zu präsentieren, in Teams zu arbeiten und dort auch Verantwortung wahrzunehmen.

(3) Daneben sollen die Studierenden befähigt werden, ihrer wissenschaftlichen, sozialen und ökologischen Verantwortung gerecht zu werden und aktiv an der Gestaltung der Zivilgesellschaft mitzuwirken.

(4) 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 Semester sollen i. d. R. 30 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) Das Studium ist in der Regel 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 des studentischen Arbeitens.

(3) Die Studieninhalte werden in Modulen vermittelt. Module bezeichnen einen Verbund zeitlich begrenzter, in sich geschlossener, methodisch oder inhaltlich ausgerichteter Lehrveranstaltungen. 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 können frei aus den Masterangeboten der Bauhaus-Universität Weimar wählen. Ausgenommen hiervon sind Lehrveranstaltungen, die im Rahmen des Masters Medienmanagement angeboten werden. Auch Lehrveranstaltungen anderer Hochschulen sind anrechenbar. Es muss kein inhaltlicher Zusammenhang zwischen den ausgewählten Veranstaltungen bestehen. Die jeweiligen Prüfungsleistungen müssen innerhalb eines Fachsemesters erbracht werden. Über die Anrechenbarkeit der gewählten Veranstaltungen entscheidet die Fachstudienberatung bzw. der Prüfungsausschuss.

(4) 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.

(5) Die Masterarbeit wird i. d. R. im vierten Semester verfasst. Sie bildet gemeinsam mit einem Kolloquium sowie der Verteidigung das Mastermodul, das mit einem studentischen Arbeitsaufwand von 30 Leistungspunkten verbunden ist. Eine Anmeldung zur Masterarbeit erfordert das Vorliegen von mind. 84 Leistungspunkten.

## **§ 7 – Nachteilsausgleich**

(1) Studienbewerber mit Behinderung und/oder chronischer Erkrankung können bei der Bewerbung einen Antrag auf Nachteilsausgleich stellen.

(2) Für die allgemeine Beratung zum Studium steht die Studienberatung der Bauhaus-Universität Weimar zur Verfügung. Unterstützung und Beratung für chronisch kranke und benachteiligte Studierende, auch zu Fragen eines möglichen Nachteilsausgleichs, leistet neben der allgemeinen Studienberatung auch das Studierendenwerk Thüringen mit seinen Angeboten.

(3) Bei der Gestaltung des Studienablaufs einschließlich der Lehr- und Lernformen wird den spezifischen Belangen von Studierenden, die aufgrund besonderer Umstände in den Möglichkeiten ihrer Studienorganisation eingeschränkt sind (z. B. behinderte oder chronisch kranke Studierende), Rechnung getragen.

(4) Über den Nachteilsausgleich entscheidet der zuständige Prüfungsausschuss auf Antrag des Studienbewerbers und/oder Studierenden im Benehmen mit der für die Zulassung zuständigen Stelle. Der Studienbewerber kann eine bestimmte Form des Ausgleichs vorschlagen. Der Antrag wird schriftlich gestellt, die Entscheidung schriftlich mitgeteilt und im Falle der Ablehnung schriftlich begründet.

## **§ 8 – Auslandsaufenthalt**

(1) Ein Auslandsaufenthalt wird nachdrücklich empfohlen und nachhaltig unterstützt. Gleichermaßen empfohlen wird auch ein (internationales) Praktikum.

(2) Der Auslandsaufenthalt ist von den Studierenden selbst zu organisieren. Zur Anerkennung der an einer ausländischen Hochschule erbrachten Studienleistungen ist zuvor ein „Learning Agreement“ zu erstellen, das der Fachstudienberater prüft. In einer persönlichen Absprache mit dem Studierenden vereinbart der Fachstudienberater Art und Umfang der Anerkennung der zu erbringenden Studien- und Prüfungsleistungen. Nach der Rückkehr ist dem Fachstudienberater zeitnah erneut das „Learning Agreement“ zusammen mit dem „Transcript of Records“ (detaillierte Auflistung der besuchten Veranstaltungen mit den entsprechenden Leistungspunkten sowie der erbrachten Leistungen mit den benoteten Leistungsnachweisen) vorzulegen; sind die vereinbarten Leistungen erbracht, hat die Anerkennung und gegebenenfalls Umrechnung der Note zu erfolgen.

## **§ 9 - Abschluss des Masterstudiums**

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

## **§ 10 – 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.

## **§ 11 – Gleichstellungsklausel**

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

## **§ 12 – 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 2018/19 immatrikuliert werden.

Fakultätsratsbeschluss vom 9. Mai 2018

Prof. Dr.-Ing. Volker Rodehorst  
Dekan

Die Satzung ist genehmigungsfähig

Dipl.- Jur. Rainer Junghanß  
Justitiar

Genehmigt  
Weimar, 13. Juli 2018

Prof. Dr. Winfried Speitkamp  
Präsident

## Anlage 1: Studienplan

Grundlagen		Spezialisierung			Mastermodul		
1. Semester		2. Semester		3. Semester		4. Semester	
PM 12 LP	Pflichtmodul <b>Angewandte empirische Marktforschung</b>	PM 12 LP	Projektmodul <b>Marketing und Medien**</b>	PM 12 LP	Projektmodul <b>Medienökonomie**</b>	MA 24 LP	<b>Masterarbeit Verteidigung</b>
SM 6 LP	Pflichtmodul <b>Ökonomische Theorien</b>	PM 12 LP	Projektmodul <b>Medienmanagement**</b>	SM 6 LP	Studienmodul <b>Medien-Management***</b>		
SM 6 LP	Pflichtmodul <b>Diskurse und Praktiken im Medienmanagement</b> ----- oder ----- <b>Grundlagen Medienmanagement*</b>	SM 6 LP	Studienmodul <b>Investition und Finanzierung von Medienunternehmen***</b>	SM 6 LP	Studienmodul <b>Marketing und Medien***</b>		
SM 6 LP	Pflichtmodul <b>Medienrecht I</b>	SM 6 LP	Studienmodul <b>Organisation und vernetzte Medien***</b>	SM 6 LP	<b>Wahlmodul****</b>		
SM 6 LP	Pflichtmodul <b>Medienrecht II</b>	SM 6 LP	Pflichtmodul <b>Medienrecht II</b>	SM 6 LP	<b>Wahlmodul****</b>	SM 6 LP	<b>Masterkolloquium</b>
						SM 6 LP	Studienmodul <b>Medienökonomie***</b>

### ERGÄNZUNGEN

Pflichtmodule sind von allen Studierenden im Masterstudiengang Medienmanagement zu belegen.

\* Studierende, die im Rahmen ihres Erststudium keine entsprechenden Kenntnisse erworben haben, sind verpflichtet, folgende Inhalte benotet im Rahmen des Moduls »Grundlagen Medienmanagement« zu belegen:

- (1) Einführung in die BWL
- (2) Einführung in die VWL
- (3) Grundlagen Rechnungswesen & Controlling

Diese Auflagen werden mit der Zulassung zum Masterstudiengang erteilt. Sollte der Umfang der Auflagen 6 CP überschreiten, so ist ein Wahlmodul hierfür einzusetzen.

Studierende, die ohne Auflagen zugelassen wurden, belegen im ersten Semester das Modul »Diskurse und Praktiken im Medienmanagement«.

\*\* Zwei der drei Projektmodule müssen belegt werden.

\*\*\* Drei der fünf Studienmodule müssen belegt werden. Wurden im Bachelor noch keine Kenntnisse zu Investition und Finanzierung erworben, so ist das Modul Investition und Finanzierung im Medienunternehmen verpflichtend zu belegen.

\*\*\*\* Wahlmodule können frei aus dem Lehrangebot für Masterstudierende der Bauhaus-Universität Weimar oder einer anderen Hochschule belegt werden. Ausgenommen sind Sprachkurse. Es muss kein inhaltlicher Zusammenhang zwischen den gewählten Veranstaltungen bestehen. Die jeweiligen Prüfungsleistungen müssen innerhalb eines Fachsemesters erbracht werden.

Die Modulzusammensetzung variiert und besteht i. d. R. aus Vorlesungen, Seminaren und Kolloquien. Im aktuellen Veranstaltungsverzeichnis wird die Modulzusammensetzung entsprechend veröffentlicht.