

Prüfungsordnung für den Studiengang „Master of Business Administration in Media Management“ der Hamburg Media School in Koopera- tion mit der Universität Hamburg

Vom 26. Mai 2004

Das Präsidium der Universität Hamburg hat am 10. Juni 2004 der vom Gemeinsamen Ausschuss am 26. Mai 2004 beschlossenen Prüfungsordnung für den Studiengang „Master of Business Administration in Media Management“ nach Maßgabe der Kooperationsvereinbarung vom 20. November 2003 zugestimmt.

Inhalt:

Abschnitt I: Allgemeine Vorschriften

- § 1 Ziel des Studiums
- § 2 Akademischer Grad
- § 3 Zulassungsvoraussetzungen
- § 4 Regelstudienzeit, Gliederung des Studiums, Module und Leistungspunkte
- § 5 Formen der Lehrveranstaltungen
- § 6 Anerkennung von Studienleistungen
- § 7 Zweck der Prüfungen
- § 8 Prüfungsausschuss
- § 9 Prüferinnen und Prüfer
- § 10 Nachteilsausgleich für Behinderte und chronisch kranke Studierende
- § 11 Versäumnis, Rücktritt, Verlängerung
- § 12 Täuschung, Ordnungsverstoß
- § 13 Widerspruch

Abschnitt II: Master-Prüfung

- § 14 Anzahl, Umfang und Zeitpunkt der Prüfungen
- § 15 Formen der Prüfung
- § 16 Master-Thesis
- § 17 Bewertung der Prüfungsleistungen, Bildung der Noten, Gesamtnote
- § 18 Wiederholung von Prüfungen
- § 19 Master-Zeugnis
- § 20 Master-Urkunde

Abschnitt III: Schlussbestimmungen

- § 21 Ungültigkeit der Prüfung
- § 22 Einsicht in die Prüfungsakten

§ 23 Entgelte

§ 24 In-Kraft-Treten

Anhang

- 1. Modulübersicht
- 2. Beschreibungen der Module

Abschnitt I: Allgemeine Vorschriften

§ 1

Ziel des Studiums

(1) Der Studiengang „Master of Business Administration in Media Management“ (Studiengang) vermittelt den Studierenden Kenntnisse und Fähigkeiten, die sie in die Lage versetzen, ökonomische, rechtliche sowie medien- und kommunikationswissenschaftliche Zusammenhänge, wie sie sich im Kontext des Handelns von Medienunternehmen typischerweise stellen, zu überblicken und unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse selbstständig adäquate Problemlösungen für medienwirtschaftliche Fragestellungen zu entwickeln.

(2) Durch konsequente Verbindung der Vermittlung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse mit der Möglichkeit der Anwendung des erworbenen Wissens an konkreten berufspraktischen Problemen aus dem Bereich des Medienmanagements erwerben die Studierenden sowohl Fachkompetenz als auch Führungskompetenz.

(3) Auf der Basis der erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten sind die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss des Studiums befähigt, Führungsaufgaben in nationalen und internationalen Unternehmen der Medienwirtschaft sowie in medienpolitischen und medienrechtlichen Institutionen zu übernehmen.

§ 2

Akademischer Grad

Die Universität Hamburg verleiht auf Grund der bestandenen Masterprüfung nach einem ordnungsgemäßen Studium den akademischen Grad „Master of Business Administration in Media Management“.

§ 3

Zulassungsvoraussetzungen

Voraussetzung für die Zulassung zum Studiengang ist ein überdurchschnittlicher Abschluss eines Studiums an einer staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschule. Die endgültige Zulassung zum Studium erfolgt auf der Grundlage der von der Hamburg Media School aufgestellten Kriterien für ein Auswahlverfahren durch den gemeinsamen Ausschuss für den Master-Studiengang Medienmanagement von Universität und Hamburg Media School (Gemeinsamer Ausschuss).

§ 4

Regelstudienzeit, Gliederung des Studiums, Module und Leistungspunkte

(1) Das Studium ist als Vollzeitstudium zu absolvieren.

(2) Die Regelstudienzeit beträgt zwei Jahre (sechs Semester). Das erste Studienjahr gliedert sich in drei Semester und eine vorlesungsfreie Zeit; das zweite Studienjahr besteht aus drei Trimestern und der Masterphase.

(3) Der Studiengang ist modular aufgebaut; die Module sind im Anhang der Ordnung geregelt. In begründeten Einzelfällen kann der Gemeinsame Ausschuss aus organisatorischen Gründen einzelne Module modifizieren.

(4) Module sind in sich geschlossene thematisch und zeitlich zusammengefasste Stoffgebiete, die mit einer Prüfung (Modulprüfung) abgeschlossen werden. Die Arbeitsbelastung (Präsenz-, Selbststudium und Prüfungsaufwand) für die einzelnen Module wird in Leistungspunkten (LP) ausgewiesen. Dabei entspricht ein Leistungspunkt einer Arbeitsbelastung von 30 Stunden. Der Gesamtumfang des Studiengangs umfasst einschließlich der Master-Thesis 120 Leistungspunkte. Der Erwerb von Leistungspunkten ist an das Bestehen studienbegleitender Prüfungen gebunden.

§ 5

Formen der Lehrveranstaltungen

Die Module werden in Form von Vorlesungen, Seminaren, Übungen/Praktika und Projekten durchgeführt.

§ 6

Anerkennung von Studienleistungen

Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen werden angerechnet, soweit die Gleichwertigkeit gegeben ist. Über die Anerkennung von an staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschulen oder an anderen staatlich anerkannten Bildungseinrichtungen erbrachten Leistungen entscheidet der Prüfungsausschuss. Bei der Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen, die außerhalb des Geltungsbereichs des Hochschulrahmengesetzes erbracht wurden, sind die von der Kultusministerkonferenz und der Hochschulrektorenkonferenz gebilligten Äquivalenzvereinbarungen sowie Absprachen im Rahmen von Hochschulkooperationsvereinbarungen zu beachten.

§ 7

Zweck der Prüfungen

(1) Durch die Prüfungen soll festgestellt werden, ob die bzw. der Studierende die vermittelten Inhalte und methodischen Instrumente beherrscht und in der Lage ist, ökonomische, rechtliche sowie medien- und kommunikationswissenschaftliche Zusammenhänge zu überblicken, übergreifende Fragestellungen aus dem Bereich des Medien-

managements zu lösen und systematisch und selbstständig auf wissenschaftlicher Grundlage zu arbeiten.

(2) Durch die Master-Thesis, die im Anschluss an das sechste Trimester anzufertigen ist, sollen die Studierenden nachweisen, dass sie in der Lage sind, eine konkrete Aufgabenstellung aus dem Bereich des Medienmanagements selbstständig unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse zu bearbeiten.

§ 8

Prüfungsausschuss

(1) Die Einhaltung der Bestimmungen dieser Prüfungsordnung obliegt dem Prüfungsausschuss. Der Prüfungsausschuss ist ferner zuständig für die Organisation der Prüfungen und trifft Entscheidungen in allen weiteren mit den Prüfungen zusammenhängenden Fragen (einschließlich der Bestellung der Prüfer und Beisitzer).

(2) Der Prüfungsausschuss kann in einer Geschäftsordnung Befugnisse auf die Vorsitzende bzw. den Vorsitzenden mit der Maßgabe übertragen, dass dem Ausschuss über die Wahrnehmung dieser Aufgaben regelmäßig berichtet wird. Der Ausschuss kann festlegen, in welchen Fällen Beschlüsse im Umlaufverfahren herbeigeführt werden können.

(3) Der Prüfungsausschuss berichtet regelmäßig dem Gemeinsamen Ausschuss und dem Beirat des Studiengangs und gibt Anregungen zur Weiterentwicklung des Studiums und der Prüfungsordnung.

(4) Der Prüfungsausschuss besteht aus fünf Mitgliedern:

1. drei Mitglieder aus der Gruppe der Hochschullehrer (Professorinnen bzw. Professoren, Juniorprofessorinnen bzw. Juniorprofessoren) bzw. Lehrende, die entsprechende Einstellungsvoraussetzungen dieser Mitglieder aufweisen, davon mindestens zwei Mitglieder der Universität Hamburg,
2. ein Mitglied der Gruppe des akademischen Personals oder des technischen Verwaltungspersonals, das in dem Studiengang tätig ist,
3. eine Studierende bzw. ein Studierender des Studiengangs.

Die akademische Leiterin bzw. der akademische Leiter des Studiengangs an der Hamburg Media School ist der jeweiligen Gruppe (Absatz 4 Nummer 1 bzw. Absatz 4 Nummer 2) zuzuordnen.

(5) Die Mitglieder und Stellvertreter des Prüfungsausschusses werden vom Gemeinsamen Ausschuss bestellt. Die Amtsdauer für die akademische Leiterin bzw. den akademischen Leiter, die Gruppe der Hochschullehrer und das Mitglied des akademischen Personals bzw. technischen Verwaltungspersonals sowie deren Stellvertreter beträgt zwei Jahre, für das studentische Mitglied ein Jahr. Vorsitzende

bzw. Vorsitzender des Prüfungsausschusses ist die akademische Leiterin bzw. der akademische Leiter der Hamburg Media School. Die bzw. der stellvertretende Vorsitzende muss aus der Gruppe der Hochschullehrer stammen.

(6) Der Prüfungsausschuss tagt nicht öffentlich. Seine Mitglieder sind zur Verschwiegenheit über alle mit der Prüfung einzelner Kandidatinnen bzw. Kandidaten zusammenhängenden Vorgänge und Beratungen verpflichtet. Sofern sie nicht im öffentlichen Dienst stehen, sind sie durch die Vorsitzende bzw. den Vorsitzenden zur Verschwiegenheit zu verpflichten.

(7) Der Prüfungsausschuss ist beschlussfähig, wenn mindestens die Hälfte seiner Mitglieder, darunter zwei Mitglieder aus der Gruppe nach Absatz 4 Nummer 1, sowie die bzw. der Vorsitzende anwesend sind. Für den Fall, dass die akademische Leiterin bzw. der akademische Leiter nicht der Gruppe der Hochschullehrer zuzuordnen ist, müssen drei Mitglieder aus der Gruppe nach Absatz 4 Nummer 1 anwesend sein. Der Prüfungsausschuss entscheidet mit einfacher Stimmenmehrheit. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme der bzw. des Vorsitzenden, in ihrer bzw. seiner Abwesenheit die Stimme der bzw. des stellvertretenden Vorsitzenden.

(8) Gegen Entscheidungen des Prüfungsausschusses kann die Betroffene bzw. der Betroffene Widerspruch einlegen.

§ 9

Prüferinnen und Prüfer

(1) Der Prüfungsausschuss bestellt die Prüferinnen bzw. Prüfer für die einzelnen Prüfungen. Prüferin bzw. Prüfer ist in der Regel die für die jeweilige Lehrveranstaltung verantwortliche Lehrperson. Als Prüfer bestellt werden kann nur diejenige Person, die mindestens die durch die Prüfung festzustellende Qualifikation besitzt.

(2) Für die Master-Thesis werden durch den Prüfungsausschuss eine Erstprüferin bzw. ein Erstprüfer und eine Zweitprüferin bzw. ein Zweitprüfer bestellt. Die bzw. der Studierende kann beide Prüferinnen bzw. Prüfer vorschlagen. Dem Vorschlag ist, soweit möglich und vertretbar, zu entsprechen. Beide Prüferinnen bzw. Prüfer müssen an der Lehre im Studiengang beteiligt oder beteiligt gewesen sein; mindestens ein Prüfer muss aus der Gruppe der Hochschullehrer stammen.

§ 10

Nachteilsausgleich für Behinderte und chronisch kranke Studierende

(1) Macht eine Studierende/ein Studierender glaubhaft, dass sie bzw. er wegen einer chronischen Krankheit oder einer Behinderung nicht in der Lage ist, die Prüfungsleistungen ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form abzulegen, kann die Vorsitzende bzw. der Vorsitzende des

Prüfungsausschusses die Bearbeitungszeit für Prüfungsleistungen bzw. die Fristen für Prüfungen verlängern oder gleichwertige Prüfungsleistungen in einer bedarfsgerechten Form gestatten. Entsprechendes gilt für Studienleistungen.

(2) Bei Entscheidungen der bzw. des Prüfungsausschussvorsitzenden nach Absatz 1 ist die Behindertenbeauftragte bzw. der Behindertenbeauftragte gemäß § 88 Absatz 3 HmbHG zu beteiligen.

(3) Zur Glaubhaftmachung einer chronischen Krankheit bzw. einer Behinderung kann die Vorlage geeigneter Nachweise verlangt werden.

§ 11

Versäumnis, Rücktritt, Verlängerung

(1) Eine Prüfungsleistung gilt als mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet, wenn der Prüfling ohne triftigen Grund einen Prüfungstermin versäumt, nach Beginn einer (Teil-)Prüfung zurücktritt, oder eine schriftliche Prüfungsleistung nicht innerhalb der vorgegeben Bearbeitungszeit beginnt oder erbringt.

(2) Die für das Versäumnis bzw. den Rücktritt geltend gemachten Gründe müssen dem Prüfungsausschuss unverzüglich schriftlich angezeigt und von der Kandidatin bzw. vom dem Kandidaten umfassend und vollständig glaubhaft gemacht werden. Bei Krankheit des Prüflings ist ein ärztliches Attest vorzulegen. In Zweifelsfällen kann sich der Prüfungsausschuss ein qualifiziertes Attest vorlegen lassen. Dieses muss Angaben enthalten über die von der Erkrankung ausgehende körperliche bzw. psychische Funktionsstörung, die Auswirkungen der Erkrankung auf die Prüfungsfähigkeit des Prüflings aus medizinischer Sicht, den Zeitpunkt des dem Attest zugrunde liegenden Untersuchungstermins sowie die ärztliche Prognose über die Dauer der Erkrankung. Wird der Grund anerkannt, so wird ein neuer Termin anberaumt. Bei Modulprüfungen, die aus mehreren Teilprüfungsleistungen bestehen, werden vollständig erbrachte Teilprüfungsleistungen angerechnet. Nach Beendigung einer Prüfungsleistung können Rücktrittsgründe nicht mehr geltend gemacht werden.

(3) Schutzvorschriften zum Schutz der erwerbstätigen Mutter (MuSchG) sind auf Antrag der Kandidatin zu berücksichtigen. Gleiches gilt für die Fristen der Elternzeit nach dem Gesetz zum Erziehungsgeld und zur Elternzeit (BERzGG). § 11 Absatz 2 Sätze 5 bis 6 gelten entsprechend.

(4) Belastende Entscheidungen des Prüfungsausschusses nach den Absätzen 1 bis 3 sind der Kandidatin bzw. dem Kandidaten unverzüglich mitzuteilen, zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.

(5) Bei Nichteinhaltung der Prüfungsfristen bei schriftlichen Hausarbeiten und bei der Master-Thesis kann die Vorsitzende bzw. der Vorsitzende des Prüfungsausschusses bei begründetem und vor Ablauf der Bearbeitungsfrist

gestelltem Antrag eine einmalige Verlängerung der Bearbeitungszeit um maximal zwei (schriftliche Hausarbeit) bzw. um maximal vier Wochen (Master-Thesis) genehmigen. Voraussetzung für eine Verlängerung der Bearbeitungszeit ist, dass die Gründe, die die Verlängerung erforderlich machen, nicht von der Kandidatin oder dem Kandidaten zu vertreten sind. Die Begründung für den Verlängerungsbedarf ist von der Kandidatin bzw. von dem Kandidaten umfassend schriftlich zu erläutern und zu belegen; bei Krankheit durch Vorlage eines qualifizierten ärztlichen Attests.

§ 12

Täuschung, Ordnungsverstoß

(1) Versucht eine Kandidatin bzw. ein Kandidat, das Ergebnis ihrer oder seiner Prüfungsleistung durch Täuschung oder Benutzung nicht zugelassener Hilfsmittel zu beeinflussen, wird die betreffende Prüfungsleistung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet. Vom Vorliegen eines schwer wiegenden Falls der Täuschung ist insbesondere im Falle von Internet-Plagiaten auszugehen.

(2) Unternimmt eine Kandidatin bzw. ein Kandidat während einer Prüfungsleistung einen Täuschungsversuch, wird sie bzw. er von der Fortsetzung der Prüfungsleistung nicht ausgeschlossen. Die bzw. der jeweilige Aufsichtsführende fertigt über das Vorkommen einen Vermerk, den sie bzw. er nach Abschluss der Prüfungsleistung unverzüglich der Vorsitzenden bzw. dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses vorlegt. Über die Bewertung der Prüfungsleistung entscheidet die zuständige Prüferin bzw. der zuständige Prüfer.

(3) Eine Kandidatin bzw. ein Kandidat, die bzw. der den ordnungsgemäßen Ablauf einer Prüfung stört, kann von der jeweiligen Prüferin bzw. dem jeweiligen Prüfer oder von der oder dem Aufsichtsführenden von der Fortsetzung der Prüfungsleistung ausgeschlossen werden; in diesem Fall wird die Prüfungsleistung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet. In schwer wiegenden Fällen kann der Prüfungsausschuss die Kandidatin bzw. den Kandidaten von der Erbringung weiterer Prüfungsleistungen ausschließen.

(4) Bei Entscheidungen nach den Absätzen 1 bis 3 kann der Prüfling eine Überprüfung durch den Prüfungsausschuss verlangen. Der Antrag muss unverzüglich gestellt werden.

Belastende Entscheidungen des Prüfungsausschusses nach den Absätzen 1 bis 3 sind der Kandidatin bzw. dem Kandidaten unverzüglich mitzuteilen, zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.

§ 13

Widerspruch

Der Prüfling kann gegen Entscheidungen in Prüfungsangelegenheiten beim Prüfungsausschuss schriftlich oder

zur Niederschrift Widerspruch einlegen. Will der Prüfungsausschuss nicht Abhilfe schaffen, leitet er den Widerspruch unverzüglich an den Widerspruchsausschuss der Universität weiter. Der Widerspruchsausschuss erlässt einen begründeten Widerspruchsbescheid, der mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen ist.

Abschnitt II: Master-Prüfung

§ 14

Anzahl, Umfang und Zeitpunkt der Prüfungen

(1) Die Masterprüfung setzt sich zusammen aus den Prüfungsfächern (Fachgebieten) „Business Administration“, „Management Skills“, „Media Business“, „Media Production“ und „Context & Values“, die sich jeweils wiederum aus einzelnen Modulen zusammensetzen, sowie der Master-Thesis. In den fünf Prüfungsfächern muss jeweils die nachfolgend aufgeführte Leistungspunktzahl erzielt werden:

Prüfungsfächer	Leistungspunkte
Business Administration	37,5
Management Skills	7,0
Media Business	10,0
Media Production	30,5
Context & Values	20,0
Zwischensumme:	105,0
Master-Thesis	15,0
Gesamtsumme:	120,0

(2) Die Ablegung einer Modulprüfung setzt voraus, dass die für das Modul vorgesehenen Lehrveranstaltungen absolviert wurden. Die Modulprüfungen finden in der Regel in den letzten zwei Wochen eines Trimesters im Anschluss an die Lehrveranstaltungen statt. Das Prüfungsverfahren beginnt mit der verbindlichen Bekanntgabe der Prüfungstermine.

§ 15

Formen der Prüfung

(1) Jedes Modul wird mit einer Prüfungsleistung in kontrollierter Form abgeschlossen. Die Prüfungsleistungen werden durch folgende Prüfungsformen erbracht: Schriftliche Klausur, schriftliche Hausarbeit, protokollierte mündliche Prüfung, Referat oder eine Präsentation.

(2) Die Prüfungsformen für die Prüfungsleistungen der einzelnen Module sind in der jeweiligen Modulbeschreibung geregelt. Eine Modulprüfung ist bestanden, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ (4,0) ist. Besteht eine Modulprüfung aus mehr als einer Prüfungsleistung, müssen alle Prüfungsleistungen mit mindestens „ausreichend“ (4,0) bestanden sein.

(3) Sind für ein Modul alternative Prüfungsarten vorgesehen, wird die jeweilige Prüfungsart und der Umfang der Prüfungsleistung für dieses Modul vor Beginn der Lehrveranstaltung eines Trimesters von der jeweiligen Dozentin bzw. dem Dozenten den Studierenden verbindlich bekannt gegeben. Bei Wiederholungsprüfungen kommt grundsätzlich die gleiche Form der Prüfung zum Einsatz wie im Erstversuch.

(4) Die Bearbeitungszeit für schriftliche Hausarbeiten beträgt vier Wochen. Jeder schriftlichen Hausarbeit ist von der Kandidatin bzw. dem Kandidaten ein Verzeichnis aller benutzten Quellen und Hilfsmittel sowie eine unterschriebene Erklärung darüber beizufügen, dass sie bzw. er die Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel, insbesondere keine im Quellenverzeichnis nicht benannten Internet-Quellen, benutzt und die Arbeit vorher nicht an anderer Stelle eingereicht hat.

(5) Mündliche Prüfungen werden von einer Prüferin bzw. einem Prüfer in Gegenwart einer sachkundigen Beisitzerin oder einem sachkundigen Beisitzer abgehalten. Verlauf, Gegenstandsbereiche und Ergebnis der Prüfung sind durch die Beisitzerin bzw. den Beisitzer für jede Kandidatin bzw. jeden Kandidaten zu protokollieren. Das Prüfungsprotokoll ist von der Prüferin oder dem Prüfer und der Beisitzerin oder dem Beisitzer zu unterzeichnen. Das Ergebnis der mündlichen Prüfung ist der Kandidatin bzw. dem Kandidaten bekannt zu geben und zu begründen.

§ 16

Master-Thesis

(1) Mit der Master-Thesis soll die Kandidatin bzw. der Kandidat den Nachweis erbringen, dass sie bzw. er in der Lage ist, eine anwendungsbezogene Aufgabenstellung aus einem Fachgebiet des Master-Studiums selbstständig nach wissenschaftlichen Grundsätzen und Methoden zu bearbeiten.

(2) Die Zulassung zur Master-Thesis kann beantragen, wer für den Masterstudiengang Medienmanagement eingeschrieben ist und die erfolgreiche Absolvierung von 24 Modulen im Umfang von insgesamt 105 Leistungspunkten nachweist. Die oder der Vorsitzende des Prüfungsausschusses entscheidet über die Zulassung.

(3) Die Master-Thesis wird im Anschluss an das sechste Trimester geschrieben. Die Bearbeitungszeit beträgt 12 Wochen. Sie hat einen Umfang von maximal 80 DIN A4-Seiten (ohne Anhänge und Verzeichnisse).

(4) Die Bearbeitungszeit der Master-Thesis beginnt mit der Bekanntgabe des Themas durch die Vorsitzende bzw. den Vorsitzenden des Prüfungsausschusses. Spätestens am letzten Tag der Bearbeitungszeit ist die Master-Thesis in zweifacher schriftlicher Ausfertigung sowie jeweils beilie-

gend auch in elektronischer Form auf Diskette oder CD-ROM beim Prüfungsausschuss abzugeben oder diesem – versehen mit dem Poststempel dieses Tages – zuzusenden. Ausgabezeitpunkt des Themas und Abgabezeitpunkt der Master-Thesis sind aktenkundig zu machen.

(5) Das Thema der Master-Thesis kann von jeder Prüferin bzw. jedem Prüfer des Studiengangs gestellt werden. Das Thema der Master-Thesis muss so beschaffen sein, dass es innerhalb der vorgesehenen Frist bearbeitet werden kann.

(6) Die Master-Thesis kann auch in Form einer Gruppenarbeit zugelassen werden, wenn der als Prüfungsleistung zu bewertende Beitrag jeder einzelnen Kandidatin bzw. jedes einzelnen Kandidaten eindeutig identifizier- und abgrenzbar ist und die Anforderung gemäß Absatz 1 für jede Kandidatin bzw. jeden Kandidaten erfüllt ist.

(7) Eine Rückgabe des Themas der Master-Thesis an den Prüfungsausschuss ist nur einmal und nur innerhalb von einer Woche nach Ausgabe des Themas unter schriftlicher Darlegung der Gründe für die Rückgabe möglich.

(8) Bei der Abgabe der Master-Thesis ist der Arbeit von der Kandidatin bzw. dem Kandidaten ein Verzeichnis aller benutzten Quellen und Hilfsmittel sowie eine unterschriebene Erklärung darüber beizufügen, dass sie bzw. er die Arbeit ohne fremde Hilfe selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel, insbesondere keine im Quellenverzeichnis nicht benannten Internet-Quellen, benutzt und die Arbeit vorher nicht an anderer Stelle eingereicht hat.

(9) Die Master-Thesis wird von der Erstprüferin bzw. dem Erstprüfer und der Zweitprüferin bzw. dem Zweitprüfer bewertet. Über das Ergebnis der Bewertung wird ein Kurzgutachten angefertigt, das der Kandidatin bzw. dem Kandidaten im Anschluss an die Bewertung zur Kenntnis gebracht wird. Bei einer nicht übereinstimmenden Benotung durch die beiden Prüferinnen bzw. Prüfer, bei der die Differenz zwischen den Noten mehr als 2,0 beträgt, wird ein dritter Prüfer bestimmt. Die Note für die Master-Thesis ergibt sich aus dem arithmetischen Mittel der Einzelnoten. Für die bestandene Master-Thesis werden 15 Leistungspunkte vergeben.

§ 17

Bewertung der Prüfungsleistungen, Bildung der Noten, Gesamtnote

(1) Die Bewertung von Klausuren und schriftlichen Hausarbeiten soll innerhalb von vier Wochen nach Eingang der Arbeiten bei der Prüferin bzw. dem Prüfer erfolgen. Bewertung und Gutachten für die Master-Thesis sollen innerhalb von acht Wochen nach Eingang der Arbeit bei der Erstprüferin bzw. dem Erstprüfer und zwei Wochen nach Eingang bei der Zweitprüferin bzw. bei dem Zweitprüfer erstellt werden. Bei mündlichen Prüfungen ist das Ergebnis

der Kandidatin bzw. dem Kandidaten im Anschluss an die mündliche Prüfung bekannt zu geben.

(2) Die Noten für die einzelnen Prüfungsleistungen werden von der jeweiligen Prüferin bzw. dem jeweiligen Prüfer festgesetzt. In den Prüfungen wird die Leistung der einzelnen Kandidatin bzw. des einzelnen Kandidaten bewertet. Für die Bewertung der Prüfungsleistungen zu den Modulen und der Master-Thesis sind folgende Noten zu verwenden:

- | | |
|-----------------------|--|
| 1 = sehr gut | = eine hervorragende Leistung; |
| 2 = gut | = eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt; |
| 3 = befriedigend | = eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen genügt; |
| 4 = ausreichend | = eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen genügt; |
| 5 = nicht ausreichend | = eine Leistung, die wegen erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt. |

(3) Zur differenzierten Bewertung der Prüfungsleistungen können Werte zwischen den Noten 1,0 und 4,0 dadurch gebildet werden, dass die Notenziffer um 0,3 erhöht oder vermindert wird; dementsprechend sind die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 ausgeschlossen.

(4) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Teilprüfungsleistungen, errechnet sich die Modulnote als gewogenes arithmetisches Mittel aus den mit den jeweiligen Leistungspunkten gewichteten Noten in den einzelnen Teilprüfungsleistungen. Dabei wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt. Alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen.

Die Note lautet:

- | | |
|---|----------------------|
| Bei einem Durchschnitt bis einschließlich 1,5 | = sehr gut; |
| bei einem Durchschnitt von 1,6 bis einschließlich 2,5 | = gut; |
| bei einem Durchschnitt von 2,6 bis einschließlich 3,5 | = befriedigend; |
| bei einem Durchschnitt von 3,6 bis einschließlich 4,0 | = ausreichend; |
| bei einem Durchschnitt ab 4,1 | = nicht ausreichend. |

(5) Die Prüfung für den „Master of Business Administration in Media Management“ ist bestanden, wenn sämtliche Prüfungsleistungen mindestens „ausreichend“ (bis 4,0) sind und die Kandidatin bzw. der Kandidat gemäß § 14 Absatz 1 105 Leistungspunkte aus den Modulprüfungen sowie 15 Leistungspunkte aus der Master-Thesis erworben hat.

(6) Die Gesamtnote ergibt sich als gewogenes arithmetisches Mittel aus den mit den jeweiligen Leistungspunkten gewichteten Noten in den einzelnen Prüfungen. Es wird nur die erste Dezimalzahl hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen. Die Gesamtnote lautet entsprechend Absatz 4.

(7) Die Gesamtnote wird durch die Vorsitzende bzw. den Vorsitzenden des Prüfungsausschusses festgestellt.

§ 18

Wiederholung von Prüfungen

(1) Jede erstmals nicht bestandene Prüfungsleistung kann zweimal wiederholt werden. Die Wiederholung einer Prüfungsleistung, die mit „ausreichend“ (4,0) oder besser bewertet wurde, ist nicht zulässig. Setzt sich eine Modulprüfung aus mehreren Teilprüfungsleistungen zusammen und ist eine Teilprüfungsleistung für sich mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet, so ist nur diese zu wiederholen.

(2) Die Master-Thesis kann bei einer Beurteilung mit „nicht ausreichend“ (5,0) einmal wiederholt werden. In begründeten Ausnahmefällen ist durch Genehmigung des Prüfungsausschusses eine zweite Wiederholung möglich. Eine Rückgabe des Themas der Master-Thesis gemäß § 16 Absatz 7 ist bei einer Wiederholung nur zulässig, wenn die Kandidatin bzw. der Kandidat bei der Anfertigung der vorausgegangenen, mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewerteten Master-Thesis von dieser Möglichkeit keinen Gebrauch gemacht hat.

(3) Die Master-Prüfung ist endgültig nicht bestanden, wenn eine Prüfungsleistung (Modulprüfung bzw. Master-Thesis) auch in ihrer letztmaligen Wiederholung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet wurde.

§ 19

Master-Zeugnis

(1) Über die bestandene Master-Prüfung wird ein Zeugnis ausgestellt.

(2) Das Zeugnis enthält die Noten aller Prüfungsleistungen, die Gesamtnote der Master-Prüfung sowie das Thema der Master-Thesis mit Angabe von Prüfern und Note. Als Datum des Zeugnisses ist der Tag anzugeben, an dem die letzte Prüfungsleistung erbracht wurde.

(3) Ist die Master-Prüfung endgültig nicht bestanden, so erteilt die bzw. der Vorsitzende des Prüfungsausschusses den Kandidaten hierüber einen mit Rechtsmittelbelehrung versehenen schriftlichen Bescheid.

(4) Hat die Kandidatin bzw. der Kandidat die Master-Prüfung nicht bestanden, wird ihr bzw. ihm auf Antrag und gegen Vorlage der entsprechenden Nachweise sowie der Exmatrikulationsbescheinigung eine schriftliche Beschei-

nigung ausgestellt, die die erbrachten Prüfungsleistungen und deren Noten sowie die zur Master-Prüfung noch fehlenden Prüfungsleistungen enthält und erkennen lässt, dass die Prüfung nicht bestanden ist.

(5) Das Zeugnis ist für die Universität von einem universitären Mitglied des Gemeinsamen Ausschusses sowie von der akademischen Leiterin bzw. dem akademischen Leiter der Hamburg Media School zu unterzeichnen.

(6) Dem Zeugnis wird ein Diploma Supplement beige-fügt.

§ 20

Master-Urkunde

(1) Auf Grund der bestandenen Master-Prüfung wird von der Universität Hamburg der akademische Grad „Master of Business Administration in Media Management“ verliehen.

(2) Gleichzeitig mit dem Zeugnis wird der Kandidatin bzw. dem Kandidaten eine Urkunde mit dem Datum des Zeugnisses ausgehändigt. Darin wird die Verleihung des Hochschulgrades beurkundet.

(3) Die Urkunde wird für die Universität von einem universitären Mitglied des Gemeinsamen Ausschusses sowie von der akademischen Leiterin bzw. dem akademischen Leiter der Hamburg Media School unterzeichnet. Sie trägt das Siegel der Universität Hamburg.

Abschnitt III: Schlussbestimmungen

§ 21

Ungültigkeit der Prüfung

(1) Hat die Kandidatin bzw. der Kandidat bei einer Prüfungsleistung getäuscht und wird dies erst nach Aus-händigung des Zeugnisses bekannt, so kann der Prüfungsausschuss die Note der Prüfungsleistung entsprechend berichtigen. Gegebenenfalls kann die jeweilige Prüfung

ganz oder teilweise für „nicht ausreichend“ (5,0) und die Master-Prüfung für „nicht bestanden“ erklärt werden. Entsprechendes gilt für die Master-Thesis.

(2) Der Kandidatin bzw. dem Kandidaten ist vor einer Entscheidung die Gelegenheit zur Äußerung zu geben.

(3) Das unrichtige Master-Zeugnis und die Master-Urkunde sind einzuziehen. Eine Entscheidung nach Absatz 1 ist nach Ablauf einer Frist von fünf Jahren, beginnend mit dem Datum des Prüfungszeugnisses, ausgeschlossen.

§ 22

Einsicht in die Prüfungsakten

Innerhalb eines Jahres nach Abschluss einer Prüfung wird der Kandidatin bzw. dem Kandidaten auf Antrag Einsicht in ihre bzw. seine schriftlichen Prüfungsarbeiten und die dazugehörigen Bewertungen gewährt. Der Prüfungsausschuss bestimmt Zeit und Ort der Einsichtnahme.

§ 23

Entgelte

Das Master-Studium Medienmanagement ist entgelt-pflichtig. Die Höhe der Entgelte wird von der Hamburg Media School festgelegt und ist Gegenstand des Studienver-trages.

§ 24

In-Kraft-Treten

Diese Prüfungsordnung tritt am Tage nach der Veröf-fentlichung im Amtlichen Anzeiger in Kraft. Sie findet für alle Studierenden Anwendung, die ab 2003 ihr Studium auf-genommen haben. Die nach dem Lehrplan für das erste Tri-mester erbrachten Studienleistungen werden angerechnet.

Hamburg, den 26. Mai 2004

Universität Hamburg

Amtl. Anz. S. 1481

Änderung der Diplomprüfungsordnung für den Studiengang Biologie an der Universität Hamburg

Vom 31. August 2004

Das Präsidium der Universität Hamburg hat am 23. September 2004 die vom Fachbereichsrat des Fachbereichs Biologie am 31. August 2004 auf Grund des § 126 Absatz 1 des Hamburgischen Hochschulgesetzes in der Fassung vom 18. Juli 2001 (HmbGVBl. S. 171), zuletzt geändert am 27. Mai 2003 (HmbGVBl. S. 138), in Verbindung mit § 97 Absatz 2 des Hamburgischen Hochschulgesetzes in der Fassung vom 2. Juli 1991 (HmbGVBl. S. 249), zuletzt geändert am 25. Mai 1999 (HmbGVBl. S. 98), beschlossene Änderung der Diplomprüfungsordnung für den Studiengang Biologie vom 11. Mai 2004 (Amtl. Anz. S. 1786) nach § 108 Absatz 1 des Hamburgischen Hochschulgesetzes in der Fassung vom 18. Juli 2001 (HmbGVBl. S. 171), zuletzt geändert am

27. Mai 2003 (HmbGVBl. S. 138), in der nachstehenden Fassung genehmigt.

1. § 25 Absatz 2 Satz 2 erhält folgende Fassung:

„Studierende, die bereits vor In-Kraft-Treten der vorliegenden Prüfungsordnung an der Universität Hamburg immatrikuliert waren, können sich auf Antrag nach dieser Ordnung prüfen lassen oder bis zu längstens vier Jahre – mit Ausnahme des § 19 Absatz 3 – nach der Ordnung der Diplomprüfung in Biologie vom 27. April 1982 ihre Prüfung ablegen; in dem zuletzt genannten Fall findet § 19 Absatz 3 der Prüfungsordnung vom 11. Mai 2004 Anwendung.“

2. Die Änderung tritt zu Beginn des Wintersemesters 2004/2005 in Kraft.

Hamburg, den 23. September 2004

Universität Hamburg

Amtl. Anz. S. 1983

Anhang

1. Modulübersicht

	Nr.	Modulelemente	Tri- mester	Leistungs- punkte	TWS	
Business Administration	1	Grundlagen Business Administration I		7,0	8	
		– Grundlagen BWL	1.	(3,0)	4	
		– Grundlagen VWL	1.	(2,0)	2	
		– Grundlagen Recht	1.	(2,0)	2	
		Modul-Abschlussprüfung	1.	7,0		
		2	Grundlagen Business Administration II		3,0	4
		– Grundlagen Informations- und Kommunikationstechnik	1.	(1,5)	2	
		– Quantitative Methoden	1.	(1,5)	2	
		Modul-Abschlussprüfung	1.	3,0		
		3	Rechnungswesen und Controlling		4,5	6
		– Rechnungswesen	2.	(3,0)	4	
		Modul-Teilprüfung	2.	3,0		
		– Controlling	3.	(1,5)	2	
		Modul-Teilprüfung	3.	1,5		
		4	Projektmanagement		3,0	4
		– Projektmanagement I	2.	(1,5)	2	
		– Projektmanagement II	3.	(1,5)	2	
		Modul-Abschlussprüfung	3.	3,0		
		5	Management, Marketing und Mediaforschung		6,5	8
		– Management	3.	(2,0)	2	
		– Marketing	3.	(3,0)	4	
		– Mediaforschung	3.	(1,5)	2	
	Modul-Abschlussprüfung	3.	6,5			
	6	Investition und Finanzierung, Steuern		4,5	6	
	– Investition und Finanzierung	4.	(3,0)	4		
	– Steuern	4.	(1,5)	2		
	Modul-Abschlussprüfung	4.	4,5			
	7	Unternehmensführung		7,0	9	
	– Strategisches Management	5.	(3,0)	4		
	– Organisation	5.	(1,5)	2		
	– Personal	5.	(1,5)	2		
	Modul-Teilprüfung	5.	6,0			
	– Kooperationsmanagement	6.	(1,0)	1		
	Modul-Teilprüfung	6.	1,0			
	8	Gründungsmanagement		2,0	3	
	– Gründungsmanagement I	5.	(1,0)	1		
	– Gründungsmanagement II	6.	(1,0)	2		
	Modul-Abschlussprüfung	6.	2,0			
Management Skills	9	Arbeit in Teams und Zeitmanagement		2,0	3	
		– Arbeit in Teams	2.	(1,0)	2	
		– Zeitmanagement	2.	(1,0)	1	
		Modul-Abschlussprüfung	2.	2,0		
	10	Leadership, Verhandlungsführung, Kommunikationstraining		3,0	6	
		– Leadership	4.	(1,0)	2	
		– Verhandlungsführung	4.	(1,0)	2	
		– Kommunikationstraining	5.	(1,0)	2	
		Modul-Abschlussprüfung	5.	3,0		
	11	Medientraining, Networking und Akquise		2,0	3	
		– Medientraining	6.	(1,0)	1	
	– Networking und Akquise	6.	(1,0)	2		
	Modul-Abschlussprüfung	6.	2,0			

	Nr.	Modulelemente	Tri- mester	Leistungs- punkte	TWS	
Media Business	12	Medienmärkte, Medienunternehmen, Medienprodukte		7,0	8	
		– Medienmärkte	1.	(1,5)	2	
		– Medienprodukte und Medienunternehmen	1.	(1,5)	2	
		Modul-Teilprüfung	1.	3,0		
		– Wertschöpfungsketten I	2.	(2,0)	2	
		– Wertschöpfungsketten II	3.	(2,0)	2	
			Modul-Teilprüfung	3.	4,0	
		13	Distribution		3,0	4
	– Distribution I		2.	(1,5)	2	
	– Distribution II		3.	(1,5)	2	
		Modul-Abschlussprüfung	3.	3,0		
Media Production	14	Medientechnik und Produktionspraxis		10,0	14	
		– Medientechnik	1.	(3,0)	4	
		Modul-Teilprüfung	1.	3,0		
		– Produktionspraxis I	2.	(3,0)	4	
		Modul-Teilprüfung	2.	3,0		
		– Produktionspraxis II	3.	(4,0)	6	
			Modul-Teilprüfung	3.	3,0	4,0
		15	Inhalteentwicklung		3,0	4
	– Inhalteentwicklung I		1.	(1,5)	2	
	– Inhalteentwicklung II		2.	(1,5)	2	
			Modul-Abschlussprüfung	2.	3,0	
		16	Projekt I	4.	4,0	10
	Modul-Abschlussprüfung		4.	4,0		
		17	Projekt II	5.	4,5	10
	Modul-Abschlussprüfung		5.	4,5		
		18	Projekt III	6.	4,5	10
	Modul-Abschlussprüfung		6.	4,5		
		19	Markt- und Trendforschung, Medienentwicklung		4,5	6
	– Markt- und Trendforschung I		4.	(1,5)	2	
– Markt- und Trendforschung II	5.		(1,5)	2		
– Medienentwicklung	6.		(1,5)	2		
Modul-Abschlussprüfung	6.		4,5			
Context & Values	20	Medien- und Kommunikationswissenschaft		5,5	6	
		– Einführung Medien- und Kommunikationswissenschaft	1.	(1,5)	2	
		– Medien- und Kommunikationswissenschaft I	1.	(1,0)	1	
		– Medien- und Kommunikationswissenschaft II	2.	(1,0)	1	
		– Medien- und Kommunikationswissenschaft III	3.	(1,0)	1	
		– Medienpsychologie	3.	(1,0)	1	
		Modul-Abschlussprüfung	3.	5,5		
		21	Genre- und Formatkunde		3,0	4
	– Genre- und Formatkunde I		2.	(1,5)	2	
	– Genre- und Formatkunde II		4.	(1,5)	2	
			Modul-Abschlussprüfung	4.	3,0	
		22	Gesellschaftsrecht, Wettbewerbsrecht, Medien- und Rundfunkrecht		4,5	6
	– Gesellschaftsrecht		2.	(1,5)	2	
	– Wettbewerbsrecht		3.	(1,5)	2	
– Medien- und Rundfunkrecht	2.		(1,5)	2		
		Modul-Abschlussprüfung	3.	4,5		
	23	Presse-, Urheber-, Internet- und Telekommunikationsrecht		3,5	4	
– Presserecht		4.	(1,0)	1		
– Urheberrecht		5.	(1,0)	1		
– Internet- und Telekommunikationsrecht		6.	(1,5)	2		
Modul-Abschlussprüfung		6.	3,5			
	24	Ethik, Kritik, Theorie der Medien, Medienpublizistik		3,5	4	
– Medienethik und Medienkritik		5.	(1,0)	1		
– Medientheorie		6.	(1,5)	2		
– Medienpublizistik		6.	(1,0)	1		
		Modul-Abschlussprüfung	6.	3,5		

2. Beschreibungen der Module

Modul 1

Grundlagen Business Administration I

Inhalte und Qualifikationsziele	Vermittlung des fach-, d. h. Medienmanagement-bezogenen, betriebswirtschaftlichen, volkswirtschaftlichen und juristischen Grundlagenwissens. Das Modul setzt sich aus den drei Lehrveranstaltungen „Grundlagen BWL“, „Grundlagen VWL“ und „Grundlagen Recht“ zusammen. In der Veranstaltung „Grundlagen BWL“ wird ein Überblick gegeben zu den Zielen und Aufgaben von Unternehmen sowie den unternehmensinternen Strukturen und Prozessen. Gegenstandsbereiche bilden die konstitutiven Entscheidungen wie Standort- und Rechtsformwahl, das Spektrum der Führungsfunktionen in Unternehmen sowie der Realgüterprozess mit seinen Teilfunktionen. Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Grundlagen VWL“ stehen die so genannten Managerial Economics als Schnittmenge aus angewandter Mikroökonomie, Industrieökonomie und Wettbewerbstheorie. Vermittelt werden Grundkenntnisse zu Marktstrukturen, Marktprozessen und Unternehmenshandeln. Alternative Marktformen werden analysiert, aus Managementperspektive diskutiert und typische Handlungsmuster für Unternehmen abgeleitet. Die Veranstaltung „Grundlagen Recht“ liefert einen komprimierten und systematischen Überblick zu den rechtswissenschaftlichen Grundkenntnissen und der Methodenlehre und zeigt die Spezifika und Prinzipien von Zivilrecht, Öffentlichem Recht und Strafrecht auf. Die Fähigkeit zur selbstständigen Erarbeitung von rechtlichen Lösungen grundlegender Praxisfälle wird geschult.
Lehrformen	Grundlagen BWL: Vorlesung Grundlagen VWL: Vorlesung Grundlagen Recht: Vorlesung
Voraussetzungen für Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Die Teilnahme an Modul 1 ist Voraussetzung für alle nachfolgenden Module im Bereich Business Administration, für die Projekt-Module 16, 17 und 18 sowie für die Module 22 und 23. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 1 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Abschlussprüfung in Form einer Klausur nach dem 1. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der drei Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen.
Arbeitsaufwand Teilleistungen	Grundlagen BWL: 3,0 Leistungspunkte Grundlagen VWL: 2,0 Leistungspunkte Grundlagen Recht: 2,0 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	7,0 Leistungspunkte
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über ein Trimester. Grundlagen BWL: 4 TWS im HT (1.) Grundlagen VWL: 2 TWS im HT (1.) Grundlagen Recht: 2 TWS im HT (1.)

Modul 2

Grundlagen Business Administration II

Inhalte und Qualifikationsziele	Vermittlung des fach-, d. h. Medienmanagement-bezogenen informations- und kommunikationstechnischen sowie statistisch-methodischen Grundlagenwissens. Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Grundlagen Informations- und Kommunikationstechnik (IuK)“ und „Quantitative Methoden“ zusammen.
--	--

Gegenstandsbereich der Veranstaltung „Grundlagen Informations- und Kommunikationstechnik“ ist die Vermittlung von Basiskenntnissen zur Signalverarbeitung und zur technischen Funktionsweise von Kommunikationsnetzen und -systemen. Im Einzelnen in Struktur und Funktionsweise vorgestellt werden Rundfunkverteilstellen, Telekommunikationsfestnetze, Internet und Mobilfunknetze sowie aktuelle Entwicklungen beim Netzzugang. Die Veranstaltung „Quantitative Methoden“ beschäftigt sich mit den theoretischen Grundlagen verschiedener statistischer Methoden und Verfahren, wie Wahrscheinlichkeitsrechnung, Schätz- und Testtheorie, multivariate Analyseverfahren und Regressionsanalyse. Hinzu kommen die Grundlagen der deskriptiven Statistik sowie Grundfragen der graphischen Aufbereitung statistischer Ergebnisse. Zur Entwicklung eines Verständnisses für den problemadäquaten Einsatz des statistischen Instrumentariums werden zahlreiche Anwendungsbeispiele aus der Medienpraxis integriert.

Lehrformen	Grundlagen IuK: Vorlesung Grundlagen Quantitative Methoden: Vorlesung mit Übungen
Voraussetzungen für Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Die Teilnahme an Modul 2 ist Voraussetzung für alle nachfolgenden Module im Bereich Business Administration, für die Projekt-Module 16, 17 und 18 sowie für das Modul 19. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 2 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Abschlussprüfung in Form einer Klausur nach dem 1. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen.
Arbeitsaufwand Teilleistungen	Grundlagen IuK: 1,5 Leistungspunkte Quantitative Methoden: 1,5 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	3,0 Leistungspunkte
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über ein Trimester. Grundlagen IuK: 2 TWS im HT (1.) Quantitative Methoden: 2 TWS im HT (1.)

Modul 3

Rechnungswesen und Controlling

Inhalte und Qualifikationsziele

Vermittlung von Grundkenntnissen im Bereich des externen und internen Rechnungswesens sowie im Bereich Controlling. Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Rechnungswesen“ und „Controlling“ zusammen. Zu den Gegenstandsbereichen der Veranstaltung „Rechnungswesen“ gehören im Einzelnen der Jahresabschluss mit den Grundlagen der Bilanzierung, den Grundsätzen ordnungsgemäßer Buchführung und Bilanzierung, Inhalt und Gliederung der Bilanz, Bewertungsprinzipien und Bewertungsmaßstäbe sowie der Inhalt und Aufbau von Gewinn- und Verlustrechnung und Lagebericht. Die Grundzüge von Bilanzpolitik und Bilanzanalyse werden erläutert. Im Bereich der Kostenrechnung werden Systematik, Prinzipien und Verfahren der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung vorgestellt sowie Methoden der kurzfristigen Erfolgsrechnung, der Deckungsbeitragsrechnung und der Plankostenrechnung skizziert und diskutiert. Sowohl beim externen als auch beim internen Rechnungswesen werden neben der Vermittlung von allgemeinen betriebswirtschaftlichen Kenntnissen die jeweiligen rechnungswesensspezifischen Besonderheiten in Medienunternehmen, wie beispielsweise die Bilanzierung und Bewertung von Filmrechten oder die Kalkulation eines Zeitschriftenprojektes, umfassend thematisiert und anhand von Fallbeispielen illustriert. Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Controlling“ stehen – nach einer Einord-

nung der Controlling-Funktionen in den Kanon der Führungs- und Sachfunktionen im Unternehmen – Controlling-Konzeption und Controlling-Aufgaben. Vorgestellt werden unterschiedliche Kennzahlen und Kennzahlensysteme als zentrale Elemente des Controllings allgemein sowie die Grundstrukturen und Instrumente spezifischer Controllingvarianten, wie beispielsweise das Kosten- und Erfolgs-Controlling, das Produktions-Controlling oder auch das Absatz-Controlling. Die Besonderheiten des Controllings in Medienunternehmen werden eingehend erläutert. Übungsaufgaben mit Medienbezug festigen die erlernten Inhalte.

Lehrformen

Rechnungswesen: Vorlesung mit Übungen
Controlling: Vorlesung mit Übungen

Voraussetzungen für Teilnahme

Teilnahme an den Modulen 1 und 2.

Verwendbarkeit des Moduls

Die Teilnahme an Modul 3 ist Voraussetzung für alle nachfolgenden Module im Bereich Business Administration und für die Projekt-Module 16, 17 und 18. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 3 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.

Prüfungsform

Das Modul umfasst zwei Modul-Teilprüfungen, in der mindestens ausreichende Kenntnisse der Inhalte jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Teilprüfung „Rechnungswesen“ findet am Ende des 2. Trimesters, die Teilprüfung „Controlling“ am Ende des 3. Trimesters statt. Prüfungsart ist jeweils eine Klausur.

Arbeitsaufwand Teilleistungen

Rechnungswesen: 3,0 Leistungspunkte
Controlling: 1,5 Leistungspunkte

Gesamtarbeitsaufwand des Moduls

4,5 Leistungspunkte

Häufigkeit des Angebots

Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.

Dauer

Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester.
Rechnungswesen: 4 TWS im WT (2.)
Controlling: 2 TWS im FT (3.)

Modul 4

Projektmanagement

Inhalte und Qualifikationsziele

Vermittlung der grundlegenden Kenntnisse und Fähigkeiten zur systematischen Strukturierung und Durchführung von Projekten. Gegenstandsbereiche im Einzelnen bilden Inhalt und Instrumente der Projektplanung, der Projektsteuerung und der Projektkontrolle. Ferner werden die Varianten der Projektorganisation aufgezeigt und im Hinblick auf ihre Eignung für alternative Fallkonstellationen diskutiert. Einen weiteren Gegenstandsbereich bildet die Einbindung der Projektorganisation in die Linienorganisation des Unternehmens. Spezifische Führungsprobleme in Projekten werden aufgezeigt. Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Projektmanagement I“ und „Projektmanagement II“ zusammen.

Lehrformen

Projektmanagement I: Vorlesung mit Übungen
Projektmanagement II: Vorlesung mit Übungen
Voraussetzungen für Teilnahme: Teilnahme an den Modulen 1 und 2

Verwendbarkeit des Moduls

Die Teilnahme an Modul 4 ist Voraussetzung für alle nachfolgenden Module im Bereich Business Administration und für die Projekt-Module 16, 17 und 18. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 4 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.

Prüfungsform

Abschlussprüfung nach dem 3. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Abschlussprüfung kann in Form einer Klausur, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsart wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

Arbeitsaufwand Teileleistungen	Projektmanagement I: 1,5 Leistungspunkte Projektmanagement II: 1,5 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	3,0 Leistungspunkte
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Semester. Projektmanagement I: 2 TWS im WT (2.) Projektmanagement II: 2 TWS im FT (3.)

Modul 5 Management, Marketing und Mediaforschung

Inhalte und Qualifikationsziele	Vermittlung eines Überblickswissens im Bereich „Management“ sowie von grundlegenden Kenntnissen im Bereich der Sachfunktionen „Marketing“ und „Mediaforschung“. Das Modul setzt sich aus den drei Lehrveranstaltungen „Management“, „Marketing“ und „Mediaforschung“ zusammen. Die Veranstaltung „Management“ zeigt dabei zunächst die Unterschiede zwischen einem institutionen- und einem prozessorientierten Managementverständnis auf und stellt den Managementprozess mit seinen Teilfunktionen Planung, Organisation, Personaleinsatz, Führung und Kontrolle eingehend vor. Die Verknüpfungen und Interdependenzen zwischen den Managementteilfunktionen werden deutlich; das systematische Verhältnis zwischen Management- und Realgüterprozess und damit auch zwischen den einzelnen Management- und Sachfunktionen wird geklärt. Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Marketing“ steht die Vorstellung von Gegenstandsbereich und Instrumenten des Marketings als Konzept der marktorientierten Führung von Unternehmen. Vermittelt werden Grundkenntnisse im Bereich Marketingforschung, Marketingplanung, Marketingpolitik, Marketingorganisation und Marketing-Kontrolle bzw. -Controlling. Den Instrumenten des Marketing-Mix, also Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik und Kommunikationspolitik, wird besondere Beachtung geschenkt. Spezifische Formen des Marketing-Mix bei Medienunternehmen werden vorgestellt. Die Veranstaltung „Mediaforschung“ fokussiert die Frage der Eignung alternativer Medienprodukte als Kommunikationskanal mit einer ansivierten Zielgruppe. Hierfür werden, ausgehend von den klassischen Methoden der empirischen Sozialforschung, die einschlägigen Modelle der Mediaforschung präsentiert. Ausgewählte Verfahren wie Mediaanalyse oder GfK-Fernsehforschung finden ausführliche Berücksichtigung und werden hinsichtlich Methode, Anwendungsbereich und Aussagekraft umfassend dargestellt und diskutiert.
Lehrformen	Management: Vorlesung Marketing: Vorlesung Mediaforschung: Vorlesung
Voraussetzungen für Teilnahme	Teilnahme an den Modulen 1 und 2
Verwendbarkeit des Moduls	Die Teilnahme an Modul 5 ist Voraussetzung für alle nachfolgenden Module im Bereich Business Administration und für die Projekt-Module 16, 17 und 18. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 5 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Abschlussprüfung nach dem 3. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der drei Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Abschlussprüfung kann in Form einer Klausur, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsart wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
Arbeitsaufwand Teileleistungen	Management: 2,0 Leistungspunkte Marketing: 3,0 Leistungspunkte Mediaforschung: 1,5 Leistungspunkte

Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	6,5 Leistungspunkte
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über ein Trimester.
	Management: 2 TWS im FT (3.)
	Marketing: 4 TWS im FT (3.)
	Mediaforschung: 2 TWS im FT (3.)

Modul 6

Investition und Finanzierung, Steuern

Inhalte und Qualifikationsziele	Vermittlung von medienbezogenen Kenntnissen im Bereich der Sachfunktionen Investition und Finanzierung sowie auf dem Gebiet des betrieblichen Steuerwesens. Das Modul setzt sich aus den beiden Teilveranstaltungen „Investition und Finanzierung“ und „Steuern“ zusammen. In der Veranstaltung „Investition und Finanzierung“ werden die einschlägigen Modelle der statischen und dynamischen Investitionsrechnung sowie die Varianten der Eigen- und Fremdfinanzierung vorgestellt und allgemein sowie im Hinblick auf ihre Eignung für Medienunternehmen diskutiert. Die systematische Interdependenz von Investitions- und Finanzierungsplanung wird aufgezeigt, Verfahren der Interdependenzbewältigung werden präsentiert. Die erlernten Inhalte werden systematisch an medienspezifischen Aufgabenstellungen eingeübt. Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Steuern“ steht ein Überblick zu den Grundbegriffen der Besteuerung, den speziellen Merkmalen des Steuersystems, der Systematik der Steuerarten und den Grundzügen des Besteuerungsverfahrens. Eingehend, dabei aber immer mit Blick auf die jeweilige Relevanz für Medienunternehmen, behandelt werden Ertragssteuern, Substanzsteuern und Umsatzsteuer.
Lehrformen	Investition und Finanzierung: Vorlesung mit Übungen Steuern: Vorlesung mit Übungen
Voraussetzungen für Teilnahme	Teilnahme an den Modulen 1 bis 5
Verwendbarkeit des Moduls	Die Teilnahme an Modul 6 ist Voraussetzung für alle nachfolgenden Module im Bereich Business Administration und für die Projekt-Module 17 und 18. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 6 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Abschlussprüfung in Form einer Klausur nach dem 4. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen.
Arbeitsaufwand Teilleistungen	Investition und Finanzierung: 3,0 Leistungspunkte Steuern: 1,5 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	4,5 Leistungspunkte
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über ein Trimester.
	Investition und Finanzierung: 4 TWS im HT (4.)
	Steuern: 2 TWS im HT (4.)

Modul 7

Unternehmensführung

Inhalte und Qualifikationsziele	Vermittlung von medienbezogenen Kenntnissen zu ausgewählten Teilfunktionen des Managementprozesses. Das Modul setzt sich aus den vier Lehrveranstaltungen „Strategisches Management“, „Organisation“, „Personal“ und „Kooperationsmanagement“ zusammen. Gegenstand der Veranstaltung „Strategisches Management“ ist die
--	---

Vermittlung grundlegender Kenntnisse der Unternehmens- und Wettbewerbsstrategie. Einschlägige Techniken der Analyse von Branchen und Konkurrenten werden vorgestellt und an Beispielen eingeübt. Einen weiteren Schwerpunkt bildet die begründete Ableitung und Erklärung strategischer Handlungsoptionen aus markt-orientierter und aus ressourcenbasierter Perspektive. Besonderheiten bei der Entwicklung internationaler Unternehmensstrategien werden skizziert. Die Veranstaltung „Organisation“ thematisiert Grundfragen der Aufbau- und Ablauforganisation in Unternehmen. Formen der Spezialisierung und der Koordination werden erläutert. Weitere Gegenstandsbereiche bilden das Verhältnis von Struktur und Strategie, die Rolle von Unternehmenskulturen für den Unternehmenserfolg sowie das Management von Innovationen in Organisationen. Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Personal“ steht die gleichnamige Führungsfunktion. Gegenstandsbereiche bilden Instrumente und Prozess der Personalauswahl, Zweck und Ansätze der Personalbeurteilung sowie Elemente, Gestaltungsmöglichkeiten und Probleme der Entlohnung. In der Veranstaltung „Kooperationsmanagement“ werden die Spezifika von intra- und inter-organisationalen Kooperationen analysiert. Im Einzelnen geht es dabei um die Begründung der ökonomischen Zweckmäßigkeit von Kooperationen zwischen rechtlich und wirtschaftlich selbstständigen Einheiten mit jeweils eigenständigem, nicht notwendig auch kooperativem, Zielsystem und die Vorstellung geeigneter Instrumente für ein erfolgreiches Kooperationsmanagement. Der Umgang mit konfliktären Zielsystemen und divergierenden Unternehmenskulturen wird skizziert, die Rolle von Vertrauen in Unternehmenspartnerschaften thematisiert.

Lehrformen	Strategisches Management: Vorlesung mit Übungen Organisation: Vorlesung Personal: Vorlesung Kooperationsmanagement: Vorlesung
Voraussetzungen für Teilnahme	Teilnahme an den Modulen 1 bis 6, 12 und 13
Verwendbarkeit des Moduls	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 7 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Das Modul umfasst zwei Modul-Teilprüfungen, in der mindestens ausreichende Kenntnisse der Inhalte jeder der vier Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Teilprüfung für die Veranstaltungen „Strategisches Management“, „Organisation“ und „Personal“ findet in Form einer Klausur am Ende des 5. Trimesters statt. Die Teilprüfung „Kooperationsmanagement“ findet ebenfalls in Form einer Klausur am Ende des 6. Trimesters statt.
Arbeitsaufwand Teilleistungen	Strategisches Management: 3,0 Leistungspunkte Organisation: 1,5 Leistungspunkte Personal: 1,5 Leistungspunkte Kooperationsmanagement 1,0 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	7,0 Leistungspunkte
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester. Strategisches Management: 4 TWS im WT (5.) Organisation: 2 TWS im WT (5.) Personal: 2 TWS im WT (5.) Kooperationsmanagement 1 TWS im FT (6.)

Modul 8
Gründungsmanagement

Inhalte und Qualifikationsziele	Vermittlung grundlegender Kenntnisse zum Prozess der Unternehmensgründung. Im Mittelpunkt steht die Entwicklung eines Business- Plans. Erläutert werden Ziel, zentrale Inhalte und vorbereitende Aufgaben bei der Erstellung eines Business-Plans wie die Durchführung einer Marktanalyse, die Entscheidung über Rechtsform und Finanzierung, die Ableitung einer geeigneten Organisationsstruktur sowie die Entwicklung und Implementation einer zieladäquaten Personalplanung und Personalauswahl. An Beispielen aus der Medienbranche wird die Entwicklung und Aufstellung eines Geschäftsplans aufgezeigt und eingeübt. Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Gründungsmanagement I“ und „Gründungsmanagement II“ zusammen.
Lehrformen	Gründungsmanagement I: Vorlesung mit Übungen Gründungsmanagement II: Vorlesung mit Übungen
Voraussetzungen für Teilnahme	Teilnahme an den Modulen 1 bis 6, 12 und 13
Verwendbarkeit des Moduls	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 8 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Abschlussprüfung nach dem 6. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Abschlussprüfung kann in Form einer Klausur, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsart wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
Arbeitsaufwand Teilleistungen	Gründungsmanagement I: 1,0 Leistungspunkte Gründungsmanagement II: 1,0 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	2,0 Leistungspunkte
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester. Gründungsmanagement I: 1 TWS im WT (5.) Gründungsmanagement II: 2 TWS im FT (6.)

Modul 9
Arbeit in Teams und Zeitmanagement

Inhalte und Qualifikationsziele	Vermittlung von Kenntnissen der Teamarbeit und des Zeitmanagements mit Fokus auf die spezifischen Anforderungen an Führungskräfte im Medienbereich. Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Arbeit in Teams“ und „Zeitmanagement“ zusammen. Die Veranstaltung „Arbeit in Teams“ gibt einen Überblick über die organisationspsychologischen Grundlagen der Teamarbeit und übt den lösungsorientierten Umgang mit und innerhalb von Teams ein. Kenntnisse von Teamentwicklungsmodellen, Teamphasenmodellen, Erfolgsfaktoren der Teamarbeit sowie Techniken und Instrumenten der Entscheidungsfindung sind dabei die Voraussetzung für das Verständnis eigener und fremder Teamrollen. Hinzu kommen die Analyse teamdynamischer Prozesse, die Frage des Umgangs mit Spannungen und Krisen, die Anwendung teamfördernder sowie die Vermeidung dysfunktionaler Verhaltensweisen. Fallstudien, Rollenspiele und andere praktische Übungen dienen der Festigung des Gelernten. Gegenstand der Veranstaltung „Zeitmanagement“ ist das Erlernen und Einüben zentraler Techniken der persönlichen Zeitplanung sowie der Umgang mit gängigen Zeitplanungsinstrumenten. Ausgehend von einer Analyse der persönlichen Arbeitstechniken der Teilnehmer werden grundlegende Zeitmanagement-Prinzipien analysiert, Lösungen für die typischen Probleme der persönlichen Arbeitsorganisation diskutiert und Implementierungsstrategien präsentiert.
--	---

Lehrformen	Arbeit in Teams: Vorlesung mit Übungen Zeitmanagement: Vorlesung mit Übungen
Voraussetzungen für Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 9 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Abschlussprüfung nach dem 2. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Abschlussprüfung kann in Form einer Projektarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsart wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
Arbeitsaufwand Teilleistungen	Arbeit in Teams: 1,0 Leistungspunkte Zeitmanagement: 1,0 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	2,0 Leistungspunkte
Dauer	Häufigkeit des Angebots: Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr. Das gesamte Modul erstreckt sich über ein Trimester. Arbeit in Teams: 2 TWS im WT (2.) Zeitmanagement: 1 TWS im WT (2.)

Modul 10 Leadership, Verhandlungsführung, Kommunikationstraining

Inhalte und Qualifikationsziele	Vermittlung von theoretischen Grundlagen und von in der Praxis des Medienmanagements relevanten Fertigkeiten in den Bereichen Mitarbeiterführung, Verhandlungstechnik und Kommunikation. Das Modul setzt sich aus den drei Lehrveranstaltungen „Leadership“, „Verhandlungsführung“ und „Kommunikationstraining“ zusammen. Die Veranstaltung „Leadership“ vermittelt Grundkenntnisse zur Führung in Organisationen und ihren Erfolgsbedingungen. Ausgehend von einem Verständnis von Führung als sozialem Einflussprozess werden die Grundlagen sozialer Macht aufgezeigt und alternative Führungsstile charakterisiert und diskutiert. Situationstheorien der Führung ergänzen den Inhalt. Ein weiteres Element der Veranstaltung bilden praktische Übungen zum Zusammenhang von Führungsstil und Leistungsverhalten. Die Teilveranstaltung „Verhandlungsführung“ zielt auf die Fähigkeit, Verhandlungen und Konfliktgespräche kompetent und lösungsorientiert führen zu können. Behandelt werden verhandlungstheoretische Grundlagen, Instrumente der Gesprächs- und Verhandlungsvorbereitung, Strategien der Gesprächssteuerung, Lösungsfindung und Ergebnisabsicherung. Die Vorlesung wird ergänzt durch Übungen in Form von Fallstudien und Rollenspielen. Die Veranstaltung „Kommunikationstraining“ erweitert die erworbenen Kenntnisse um allgemeine Kommunikationstechniken. In Übungen trainiert werden der Einsatz von Körpersprache, Stimme und Sprechweise sowie der Umgang mit rhetorischen und präsentationstechnischen Stilmitteln.
Lehrformen	Leadership: Vorlesung mit Übungen Verhandlungsführung: Vorlesung mit Übungen Kommunikationstraining: Vorlesung mit Übungen
Voraussetzungen für Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 10 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.

Prüfungsform	Abschlussprüfung nach dem 5. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der drei Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Abschlussprüfung kann in Form einer Klausur, einer Projektarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsart wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.	
Arbeitsaufwand Teilleistungen	Leadership:	1,0 Leistungspunkte
	Verhandlungsführung:	1,0 Leistungspunkte
	Kommunikationstraining:	1,0 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	3,0 Leistungspunkte	
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im zweiten Studienjahr.	
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester.	
	Leadership:	2 TWS im HT (4.)
	Verhandlungsführung:	2 TWS im HT (4.)
	Kommunikationstraining:	2 TWS im WT (5.)

Modul 11

Medientraining, Networking und Akquise

Inhalte und Qualifikationsziele	Vermittlung von Wissen zum erfolgreichen Umgang mit Medienvertretern, Geschäftspartnern und potenziellen Kunden. Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Medientraining“ und „Networking und Akquise“ zusammen. Die Veranstaltung „Medientraining“ vermittelt durch intensive Übungen Routine im Verhalten vor Kamera, Mikrofon und unter Studioatmosphäre. Diskutiert werden die Grundregeln des Umgangs mit Medienvertretern, das Hintergrundwissen zu Erwartungen von Journalisten, Kamerateams, Redaktionen und Rezipienten sowie Techniken des Aufbaus von Argumentationen und Statements. In der Veranstaltung „Networking und Akquise“ werden Kenntnisse und Fertigkeiten der Kontaktpflege und Geschäftsanbahnung erworben, die in der stark von persönlichen Bekanntschaften bestimmten Medienbranche von hoher Relevanz sind. Gegenstand der Veranstaltung sind Strategien und Techniken der Kontaktaufnahme und -pflege, Methoden und Formen der Vor- und Nachbereitung von Gesprächen, von Präsentation und von Treffen sowie der Umgang mit schwierigen Kommunikationssituationen. Zusätzlich werden die wichtigsten Branchenereignisse nach ihrer Eignung für Kontaktpflege und Geschäftsanbahnung untersucht. Die erworbenen Fähigkeiten werden in begleitenden praktischen Übungen angewendet und vertieft.	
Lehrformen	Medientraining:	Vorlesung mit Übungen
	Networking und Akquise:	Vorlesung mit Übungen
Voraussetzungen für Teilnahme	Keine	
Verwendbarkeit des Moduls	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 11 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.	
Prüfungsform	Abschlussprüfung nach dem 6. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Abschlussprüfung kann in Form einer Projektarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsart wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.	
Arbeitsaufwand Teilleistungen	Medientraining:	1,0 Leistungspunkte
	Networking und Akquise:	1,0 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	2,0 Leistungspunkte	

Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über ein Trimester. Medientraining: 1 TWS im FT (6.) Networking und Akquise: 2 TWS im FT (6.)

Modul 12

Medienmärkte, Medienprodukte und Medienunternehmen, Wertschöpfungsketten

Inhalte und Qualifikationsziele

Vermittlung von Kenntnissen zu den Spezifika von Medienmärkten, Medienunternehmen und Medienprodukten. Strukturelle und prozessuale Verknüpfungen von Medienteilmärkten und ihren Akteuren werden deutlich. Das Modul setzt sich aus den vier Lehrveranstaltungen „Medienmärkte“, „Medienprodukte und Medienunternehmen“ sowie „Wertschöpfungsketten im Medienbereich I“ und „Wertschöpfungsketten im Medienbereich II“ zusammen. Die zu Anfang der Veranstaltung „Medienmärkte“ vermittelten Kenntnisse ökonomischer Methoden der Markt- und Wettbewerbsanalyse bilden die Grundlage für einen detaillierten empirischen Überblick über nationale und internationale Teilmärkte des Mediensektors. Am Beispiel der wichtigsten Medienmärkte werden jeweils grundsätzliche medienökonomische Fragen illustriert sowie typische mit ihnen verbundene medien- und wirtschaftspolitische Probleme diskutiert. In ausgewählten Fallstudien und Teamprojekten wird die Anwendung des ökonomischen Instrumentariums trainiert. Im Zentrum der Veranstaltung „Medienprodukte und Medienunternehmen“ stehen die Besonderheiten von Medienunternehmen und Medienprodukten aus ökonomischer Perspektive, d. h. die Charakterisierung von Medienunternehmen als spezifische Form des Betriebes und Abgrenzung von Unternehmen anderer Branche, die Einordnung von Medienprodukten hinsichtlich ihrer ökonomischen Merkmale und Abgrenzung von anderen Produkten sowie die Analyse des Produktionsprozesses von Medieninhalten (Content) und Medienprodukten (Content-Packages). Die Veranstaltungen „Wertschöpfungsketten im Medienbereich I“ und „Wertschöpfungsketten im Medienbereich II“ geben einen komprimierten, aber umfassenden Überblick zur Struktur der Wertschöpfungsketten in den Medienteilmärkten Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk, Fernsehen und Internet. Dabei werden für jeden Medienteilmarkt die drei analytisch trennbaren Wertschöpfungsstufen Content-Produktion, Content-Packaging und Distribution bestimmt und hinsichtlich von Angebotsstruktur und Angebotsinhalt skizziert. Ferner wird der systematische Zusammenhang zwischen den Wertschöpfungsstufen einer Medienteilbranche und zwischen den Wertschöpfungsstufen unterschiedlicher Medienteilbranchen aufgezeigt. Abhängigkeiten der Marktpartner werden deutlich; klassische strategische Handlungsoptionen im Umgang mit Wertschöpfungskonkurrenz wie Diversifikation und Dekonstruktion werden im Hinblick auf ihre Relevanz im Medienbereich analysiert und diskutiert.

Lehrformen

Medienmärkte:	Vorlesung
Medienprodukte und Medienunternehmen:	Vorlesung
Wertschöpfungsketten I:	Vorlesung
Wertschöpfungsketten II:	Vorlesung

Voraussetzungen für Teilnahme

Keine

Verwendbarkeit des Moduls

Die Teilnahme an Modul 12 ist notwendige Voraussetzung für die Module 7 und 8 sowie für die Projekt-Module 16, 17 und 18. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 12 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.

Prüfungsform

Das Modul umfasst zwei Modul-Teilprüfungen, in der mindestens ausreichende Kenntnisse der Inhalte jeder der vier Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Teilprüfung für die Veranstaltungen „Medienmärkte“ und „Medienprodukte und Medienunternehmen“ findet in Form einer Klausur am Ende des 1. Trimesters statt. Die Teilprüfung zu den Veranstaltungen „Wertschöpfungsketten I“ und „Wert-

schöpfungsketten II“ findet in Form einer Klausur oder einer Hausarbeit am Ende des 3. Trimesters statt. Eine Kombination der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsart wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

Arbeitsaufwand Teilleistungen	Medienmärkte:	1,5 Leistungspunkte
	Medienprodukte und Medienunternehmen:	1,5 Leistungspunkte
	Wertschöpfungsketten I:	2,0 Leistungspunkte
	Wertschöpfungsketten II:	2,0 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	7,0 Leistungspunkte	
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.	
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über drei Trimester:	
	Medienmärkte:	2 TWS im HT (1.)
	Medienprodukte und Medienunternehmen:	2 TWS im HT (1.)
	Wertschöpfungsketten I:	2 TWS im WT (2.)
	Wertschöpfungsketten II:	2 TWS im FT (3.)

Modul 13 Distribution

Inhalte und Qualifikationsziele	Vermittlung von Kenntnissen im Bereich der Distributionssysteme und -techniken in den Medienteilmärkten Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk, Fernsehen und Internet. Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Distribution I“ und „Distribution II“ zusammen. In der Veranstaltung „Distribution I“ liegt der Schwerpunkt auf den Distributionssystemen im Zeitschriften- und Zeitungsmarkt. Vorgestellt werden die Absatzwege wie Abonnementsvertrieb, Einzelhandel oder Lesezirkel, die Auslieferungssysteme Pressepost und eigene Zustellorganisation sowie Fragen der Abonnementverwaltung, der Versandorganisation und der Einzelverkaufs- und Abonnementberechnung; Besonderheiten wie das Grossosystem werden eingehend erläutert. Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Distribution II“ stehen die Vertriebssysteme von Hörfunk und Fernsehen sowie Internet. Alternative Übertragungswege wie Terrestrik, Kabelnetz und Satellit werden präsentiert und in ihren jeweils spezifischen Vor- und Nachteilen diskutiert. Einen weiteren Schwerpunkt bilden der technische Fortschritt bei den Übertragungsmöglichkeiten, beispielsweise in Form von Digitalisierung oder Rückkanalfähigkeit, und seine Konsequenzen für das mediale Angebot.	
Lehrformen	Distribution I:	Vorlesung
	Distribution II:	Vorlesung
Voraussetzungen für Teilnahme	Keine	
Verwendbarkeit des Moduls	Die Teilnahme an Modul 13 ist Voraussetzung für die Module 7 und 8 sowie für die Projekt-Module 16, 17 und 18. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 13 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.	
Prüfungsform	Abschlussprüfung in Form einer Klausur nach dem 3. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen.	
Arbeitsaufwand Teilleistungen	Distribution I:	1,5 Leistungspunkte
	Distribution II:	1,5 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	3,0 Leistungspunkte	
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.	

Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester:
	Distribution I: 2 TWS im WT (2.)
	Distribution II: 2 TWS im FT (3.)

Modul 14

Medientechnik und Produktionspraxis

Inhalte und Qualifikationsziele	Praxisnah werden technische Grundlagen und Kenntnisse der Prozesse der Medienproduktion vermittelt. Das Modul setzt sich aus den drei Lehrveranstaltungen „Medientechnik“, „Produktionspraxis I“ und „Produktionspraxis II“ zusammen. Ziel der Veranstaltung „Medientechnik“ ist es, Einsichten in die wichtigsten technischen und praktischen Abläufe der Produktion unterschiedlicher Mediengüter und deren ökonomische Implikationen zu geben. Im Zentrum der Veranstaltung stehen Gespräche mit Fachkräften vor Ort z.B. bei einem professionellen Geräteverleiher, im TV-Aufnahmestudio, im Filmlabor oder Postproduktionshaus, ferner in einer Zeitungsredaktion, in einem Ton- und Aufnahmestudio und in einer Online-Redaktion.
Lehrformen	Medientechnik: Vorlesung mit Übungen und Exkursionen Produktionspraxis I: Vorlesung mit Übungen und Exkursionen Produktionspraxis II: Vorlesung mit Übungen und Exkursionen
Voraussetzungen für Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Die Teilnahme an Modul 14 ist Voraussetzung für die Projekt-Module 16, 17 und 18. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 14 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Das Modul umfasst drei Modul-Teilprüfungen, in der mindestens ausreichende Kenntnisse der Inhalte jeder der drei Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Teilprüfung „Medientechnik“ findet am Ende des 1. Trimesters, die Teilprüfung „Produktionspraxis I“ am Ende des 2. Trimesters, die Teilprüfung „Produktionspraxis II“ am Ende des 3. Trimesters statt. Die Modul-Teilprüfungen können jeweils in Form einer Klausur, einer Projektarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsart wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
Arbeitsaufwand Teilleistungen	Medientechnik: 3,0 Leistungspunkte Produktionspraxis I: 3,0 Leistungspunkte Produktionspraxis II: 4,0 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	10,0 Leistungspunkte
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über drei Trimester: Medientechnik: 4 TWS im HT (1.) Produktionspraxis I: 4 TWS im WT (2.) Produktionspraxis II: 6 TWS im FT (3.)

Modul 15

Inhalteentwicklung

Inhalte und Qualifikationsziele	Das Modul vermittelt die journalistischen Grundfertigkeiten für die Entwicklung von redaktionellem Content. Ein Verständnis für die Abläufe und Grundregeln der medialen Produktion wird geschaffen. Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Inhalteentwicklung I“ und „Inhalteentwicklung II“ zusammen. Ziel der Veranstaltung „Inhalteentwicklung I“ ist es, Kenntnisse der medien-spezifischen Charakteristika von Texten einerseits und der dramaturgischen Besonderheiten verschiedener Medien andererseits zu erwerben. Zahlreiche Übungen illustrieren den
--	--

Weg von der Recherche zum Exposé und schulen die Fähigkeit, Inhalte medienspezifisch, dramaturgisch und ökonomisch beurteilen und einordnen zu können. Behandelt werden die textorientierten Medien Zeitung, Zeitschrift, Hörfunk und Internet sowie bilddominierte Medien wie Film, TV- und Computerspiele. Die Veranstaltung „Inhalteentwicklung II“ vermittelt einen Einblick in die Abläufe der Inhaltsproduktion und analysiert die Prozesse, Handwerke und Aufgabenteilungen vom Exposé bis zum Produktionsstart. Insbesondere behandelt werden Planung, Produktionsvorbereitung, Kalkulation und Finanzierung von Film- und Fernsehproduktionen, Internetangeboten, Radiosendungen, Werbespots, Videoclips und Computerspielen.

Lehrformen	Inhalteentwicklung I: Vorlesung mit Übungen Inhalteentwicklung II: Vorlesung mit Übungen
Voraussetzungen für Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Teilnahme an Modul 15 ist Voraussetzung für die Projekt-Module 16, 17 und 18. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 15 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Abschlussprüfung nach dem 2. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse der Inhalte jeder der beider Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Abschlussprüfung kann in Form einer Klausur, Projektarbeit oder Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsart wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
Arbeitsaufwand Teileistungen	Inhalteentwicklung I: 1,5 Leistungspunkte Inhalteentwicklung II: 1,5 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	3,0 Leistungspunkte
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester. Inhalteentwicklung I: 2 TWS im HT (1.) Inhalteentwicklung II: 2 TWS im WT (2.)

Modul 16

Projekt I

Inhalte und Qualifikationsziele	Anwendung des theoretischen und methodischen Grundlagenwissens auf Fragestellungen aus der Praxis des Medienmanagements unter Berücksichtigung der beruflichen Vorerfahrungen der Studierenden. Die Inhalte des Projekts werden jeweils in Abstimmung mit den Praxispartnern unter Anleitung des verantwortlichen Hochschullehrers/Lehrbeauftragten festgelegt. Die Themen können aus allen Teilbereichen des Medienmanagements stammen und werden in den folgenden Arbeitsschritten bearbeitet: Projektakquise und Aufgabendefinition, Projektplanung, Hypothesenbildung, Recherche und Analyse, Ergebnisdokumentation sowie Präsentation und Abschlussbericht.
Lehrformen	Wissenschaftlich angeleitete Projektarbeit
Voraussetzungen für Teilnahme	Teilnahme an den Modulen 1 bis 5, 12 bis 15, 20 und 22
Verwendbarkeit des Moduls	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 16 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Abschlussprüfung in Form einer Projektarbeit nach dem 4. Trimester.
Arbeitsaufwand Teileistungen	Keine Teileistungen vorgesehen.
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	4,0 Leistungspunkte

Häufigkeit des Angebots	Angebot der Veranstaltung jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
Dauer	Das Modul erstreckt sich über ein Trimester. 10 TWS im HT (4.)

Modul 17 Projekt II

Inhalte und Qualifikationsziele	Anwendung des theoretischen und methodischen Grundlagenwissens auf Fragestellungen aus der Praxis des Medienmanagements unter Berücksichtigung der beruflichen Vorerfahrungen der Studierenden. Die Inhalte des Projekts werden jeweils in Abstimmung mit den Praxispartnern unter Anleitung des verantwortlichen Hochschullehrers/Lehrbeauftragten festgelegt. Die Themen können aus allen Teilbereichen des Medienmanagements stammen und werden in den folgenden Arbeitsschritten bearbeitet: Projektakquise und Aufgabendefinition, Projektplanung, Hypothesenbildung, Recherche und Analyse, Ergebnisdokumentation sowie Präsentation und Abschlussbericht.
Lehrformen	Wissenschaftlich angeleitete Projektarbeit
Voraussetzungen für Teilnahme	Teilnahme an den Modulen 1 bis 6, 12 bis 15, 20 und 22
Verwendbarkeit des Moduls	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 17 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Abschlussprüfung in Form einer Projektarbeit nach dem 5. Trimester.
Arbeitsaufwand Teilleistungen	4,5 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	Keine Teilleistungen vorgesehen
Häufigkeit des Angebots	Angebot jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
Dauer	Das Modul erstreckt sich über ein Trimester. 10 TWS im WT (5.)

Modul 18 Projekt III

Inhalte und Qualifikationsziele	Anwendung des theoretischen und methodischen Grundlagenwissens auf Fragestellungen aus der Praxis des Medienmanagements unter Berücksichtigung der beruflichen Vorerfahrungen der Studierenden. Die Inhalte des Projekts werden jeweils in Abstimmung mit den Praxispartnern unter Anleitung des verantwortlichen Hochschullehrers/Lehrbeauftragten festgelegt. Die Themen können aus allen Teilbereichen des Medienmanagements stammen und werden in den folgenden Arbeitsschritten bearbeitet: Projektakquise und Aufgabendefinition, Projektplanung, Hypothesenbildung, Recherche und Analyse, Ergebnisdokumentation sowie Präsentation und Abschlussbericht.
Lehrformen	Wissenschaftlich angeleitete Projektarbeit
Voraussetzungen für Teilnahme	Teilnahme an den Modulen 1 bis 6, 12 bis 15, 20 und 22
Verwendbarkeit des Moduls	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 18 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Abschlussprüfung in Form einer Projektarbeit nach dem 6. Trimester.
Arbeitsaufwand Teilleistungen	Keine Teilleistungen vorgesehen.
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	4,5 Leistungspunkte
Häufigkeit des Angebots	Angebot jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
Dauer	Das Modul erstreckt sich über ein Trimester. 10 TWS im FT (6.)

Modul 19**Markt- und Trendforschung, Medienentwicklung**

Inhalte und Qualifikationsziele	Vermittlung grundlegender Kenntnisse zu soziologischen und psychologischen Analysemethoden der Markt- und Trendforschung und zu ihrer Anwendung in der Zielgruppenforschung. Gegenstandsbereich ist ferner die Prognose zukünftiger Muster der Medienentwicklung. Das Modul setzt sich aus den drei Lehrveranstaltungen „Markt- und Trendforschung I“, „Markt- und Trendforschung II“ sowie „Medienentwicklung“ zusammen. Die Veranstaltungen zur Markt- und Trendforschung vermitteln theoretische und praktische Methodenkompetenz der grundlegenden Analyseinstrumente der Markt- und Trendforschung (Befragung, Panel, Gruppendiskussion, Qualitative Verfahren, Online-Research, spezifische Methoden und Techniken der Trendforschung). Die erworbenen Kenntnisse werden im Rahmen kleinerer sozialwissenschaftlicher Forschungsprojekte angewendet und vertieft. Die Veranstaltung „Medienentwicklung“ systematisiert und analysiert neue Technologien und ihre Konsequenzen für Nutzung, Ästhetik und Ökonomie der Medien. Die für die Beschreibung, Analyse und Prognose der Medienentwicklung notwendigen Methoden werden vorgestellt und an kleineren Forschungsarbeiten eingeübt.
Lehrformen	Markt- und Trendforschung I: Vorlesung Markt- und Trendforschung II: Vorlesung Medienentwicklung: Vorlesung
Voraussetzungen für Teilnahme	Teilnahme an den Modulen 2 und 20
Verwendbarkeit des Moduls	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 19 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Abschlussprüfung nach dem 6. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse der Inhalte jeder der drei Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Abschlussprüfung kann in Form einer Klausur, einer Projektarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsart wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
Arbeitsaufwand Teileistungen	Markt- und Trendforschung I: 1,5 Leistungspunkte Markt- und Trendforschung II: 1,5 Leistungspunkte Medienentwicklung: 1,5 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	4,5 Leistungspunkte
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über drei Trimester. Markt- und Trendforschung I: 2 TWS im HT (4.) Markt- und Trendforschung II: 2 TWS im WT (5.) Medienentwicklung: 2 TWS im FT (6.)

Modul 20**Medien- und Kommunikationswissenschaft**

Inhalte und Qualifikationsziele	Vermittlung der Grundlagen der Medien- und Kommunikationswissenschaft, soweit diese für Führungskräfte im Medienbereich relevant sind. Das Modul setzt sich aus den fünf Lehrveranstaltungen „Einführung Medien- und Kommunikationswissenschaft“, „Medien- und Kommunikationswissenschaft I“, „Medien- und Kommunikationswissenschaft II“, „Medien- und Kommunikationswissenschaft III“ und „Medienpsychologie“ zusammen. Zentrale Gegenstandsbereiche des Moduls sind Vorgehensweise und Ergebnisse der Rezeptionsforschung, Wirkungsforschung, Medieninhaltsforschung, Kommunikatorforschung sowie Mediengeschichte. Diese Bereiche werden anhand ihrer Theorien und Modelle und den Theorien ihrer wich-
--	---

tigsten Grundlagenwissenschaften (Politologie, Psychologie, Ökonomie) aufbereitet sowie anhand von aktuellen empirischen Ergebnissen veranschaulicht. Berücksichtigung finden Printmedien, Hörfunk, Fernsehen und verschiedene Formen computervermittelter Kommunikation. Die Veranstaltung „Einführung in die Medien- und Kommunikationswissenschaft“ klärt zentrale Begriffe und erläutert Grundlagen zum Selbstverständnis des Faches. Die einflussreichsten Theorien und Modelle werden vorgestellt und in den historischen Zusammenhang der Entwicklung des Faches eingeordnet. Die Veranstaltungen Medien- und Kommunikationswissenschaft I, II und III vertiefen insbesondere mediengeschichtliche Aspekte, widmen sich der Medieninhalts- und Kommunikatorforschung und behandeln aktuelle und ausgewählte Bereiche der Medien- und Kommunikationsforschung wie z. B. Unterhaltung, Multimedia, Politische Kommunikation, Global Media oder Global Entertainment. Die Veranstaltung „Medienpsychologie“ konzentriert sich auf die Vertiefung der Rezeptionsforschung unter besonderer Berücksichtigung psychologischer Theorien und Modelle.

Lehrformen	Einführung Medien- und Kommunikationswissenschaft: Vorlesung Medien- und Kommunikationswissenschaft I: Vorlesung Medien- und Kommunikationswissenschaft II: Vorlesung Medien- und Kommunikationswissenschaft III: Vorlesung Medienpsychologie: Vorlesung
Voraussetzungen für Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Teilnahme an Modul 20 ist Voraussetzung für das Modul 19 sowie die Projekt-Module 16, 17 und 18. Der erfolgreiche Abschluss des Moduls 20 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Abschlussprüfung am Ende des 3. Trimesters, in der mindestens ausreichende Kenntnisse der Inhalte jeder der fünf Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Abschlussprüfung kann in Form einer Klausur oder einer Hausarbeit stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsart wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
Arbeitsaufwand Teilleistungen	Einführung Medien- und Kommunikationswissenschaft: 1,5 Leistungspunkte Medien- und Kommunikationswissenschaft I: 1,0 Leistungspunkte Medien- und Kommunikationswissenschaft II: 1,0 Leistungspunkte Medien- und Kommunikationswissenschaft III: 1,0 Leistungspunkte Medienpsychologie: 1,0 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	5,5 Leistungspunkte
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über drei Trimester. Einführung Medien- und Kommunikationswissenschaft I: 2 TWS im HT (1.) Medien- und Kommunikationswissenschaft I: 1 TWS im HT (1.) Medien- und Kommunikationswissenschaft II: 1 TWS im WT (2.) Medien- und Kommunikationswissenschaft III: 1 TWS im FT (3.) Medienpsychologie: 1 TWS im FT (3.)

Modul 21
Genre- und Formatkunde

Inhalte und Qualifikationsziele	Vermittelt werden Kompetenzen für die Beurteilung medialer Produktionen (Buch, Presse, Film, TV, Internet, Werbung), für die Analyse von Technik, Ästhetik und Wirkung verschiedener medialer Formensprachen und für die genretheoretische Einordnung historischer, gegenwärtiger und zukünftiger Formattrends. Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Genre- und Formatkunde I“ und „Genre- und Formatkunde II“ zusammen. Um die Rezeption medialer Produktion nicht nur von Geschmacksurteilen abhängig zu machen, werden in der Veranstaltung „Genre- und Formatkunde I“ zunächst grundlegende Kenntnisse von methodischen, begrifflichen und theoretischen Instrumentarien der Beurteilung vorgestellt. Behandelt werden dabei Genretheorien als Theorien einzelner Genres und als Theorien des Genres als Form, die übergreifend das mediale und kulturelle Ordnungsprinzip sowie das Verhältnis der einzelnen Genres zueinander erklären. Darüber hinaus werden anhand der einflussreichsten Dramaturgien, Narrations- und Montagetheorien die Grundlagen für die Analyse medialer Produktion erarbeitet. Die Veranstaltung Genre- und Formatkunde II vertieft die erworbenen Kenntnisse und widmet sich neuen Genretrends und zukünftigen, insbesondere auch crossmedialen Formatentwicklungen.
Lehrformen	Genre- und Formatkunde I: Vorlesung mit Übungen Genre- und Formatkunde II: Vorlesung mit Übungen
Voraussetzungen für Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Teilnahme an Modul 21 ist Voraussetzung für Modul 24. Der erfolgreiche Abschluss des Moduls 21 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Abschlussprüfung nach dem 4. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse der Inhalte jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Abschlussprüfung kann in Form einer Klausur oder einer Hausarbeit stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsart wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
Arbeitsaufwand Teileleistungen	Genre- und Formatkunde I: 1,5 Leistungspunkte Genre- und Formatkunde II: 1,5 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	3,0 Leistungspunkte
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal pro Studienjahr.
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über drei Trimester. Genre- und Formatkunde I: 2 TWS im WT (2.) Genre- und Formatkunde II: 2 TWS im HT (4.)

Modul 22
Gesellschafts-, Wettbewerbs-, Medien- und Rundfunkrecht

Inhalte und Qualifikationsziele	Vermittlung von Grundkenntnissen in den Bereichen Gesellschafts-, Wettbewerbs- sowie Medien- und Rundfunkrecht, soweit diese für Führungskräfte im Mediensektor relevant sind. Das Modul setzt sich aus den drei Lehrveranstaltungen „Gesellschaftsrecht“, „Wettbewerbsrecht“ und „Medien- und Rundfunkrecht“ zusammen. Die Veranstaltung „Gesellschaftsrecht“ stellt die Rechtsnormen mit Bezug auf Personenvereinigungen des Privatrechts vor, also vor allem die Regelungen über die BGB-Gesellschaft, die offene Handelsgesellschaft, die Kommanditgesellschaft, die stille Gesellschaft, die Aktiengesellschaft, die Kommanditgesellschaft auf Aktien und die Gesellschaft mit beschränkter Haftung. Die Relevanz und Eignung der verschiedenen Rechtsformen für Unternehmen im Medienbereich wird diskutiert. Gegenstand der Veranstaltung „Wettbewerbsrecht“ sind die beiden Rechtskreise Recht gegen den
--	--

unlauteren Wettbewerb und Recht gegen Wettbewerbsbeschränkungen. Vorgestellt werden entsprechend das Gesetz gegen den Unlauteren Wettbewerb (UWG), die Zugabeverordnung und das Rabattgesetz, wobei die für Medienunternehmen relevanten Regelungen von besonderem Interesse sind. Ausführlich dargestellt und diskutiert wird das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB), auch als Kartellgesetz bezeichnet, das gerade im Medienbereich und hier insbesondere für die Presse eine entscheidende Rahmenbedingung unternehmerischen Handelns darstellt. Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Medien- und Rundfunkrecht“ steht zum einen der Überblick zu Gegenstandsbereichen, Regelungszielen und Rechtsgrundsätzen des Medienrechts. Im Einzelnen geht es hier vor allem um die Darstellung der Mediengrundrechte, wie Informations- und Meinungsfreiheit, und der Abwehrrechte gegenüber Medien. Zum zweiten wird das Rechtsgebiet des Rundfunkrechts vorgestellt. Von zentraler Bedeutung ist hier die Vermittlung eines fundierten Überblicks zu den Rundfunkstaatsverträgen und den spezifischen Regelungen für den öffentlichen und privaten Rundfunk. Weitere Gegenstandsbereiche bilden die juristischen Rahmenbedingungen für den digitalen Rundfunk und das Medienrecht der Europäischen Gemeinschaft.

Lehrformen	Gesellschaftsrecht: Vorlesung Wettbewerbsrecht: Vorlesung Medien- und Rundfunkrecht: Vorlesung
Voraussetzungen für Teilnahme	Teilnahme an Modul 1
Verwendbarkeit des Moduls	Die Teilnahme an Modul 22 ist Voraussetzung für die Projektmodule 16, 17 und 18 sowie für das Modul 23. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 22 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Abschlussprüfung in Form einer Klausur nach dem 3. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der drei Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen.
Arbeitsaufwand Teilleistungen	Gesellschaftsrecht: 1,5 Leistungspunkte Wettbewerbsrecht: 1,5 Leistungspunkte Medien- und Rundfunkrecht: 1,5 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	4,5 Leistungspunkte
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester Gesellschaftsrecht: 2 TWS im WT (2.) Medien- und Rundfunkrecht: 2 TWS im FT (2.) Wettbewerbsrecht: 2 TWS im WT (3.)

Modul 23

Presse-, Urheber, Internet- und Telekommunikationsrecht

Inhalte und Qualifikationsziele

Vermittlung von Kenntnissen in ausgewählten medien-spezifischen Rechtsbereichen. Das Modul setzt sich aus den drei Lehrveranstaltungen „Presserecht“, „Urheberrecht“ und „Internet- und Telekommunikationsrecht“ zusammen. Die Veranstaltung „Presserecht“ führt dabei ein in das Recht der periodischen Presse. Gegenstandsbereiche bilden entsprechend die Pressefreiheit als Grundrecht und als Individualrechtsgarantie mit den zugehörigen Einzelrechten, die Grenzen des Presserechts und die presserechtlichen Pflichten. Die Veranstaltung „Urheberrecht“ gibt einen Überblick zu Bedeutung und Begründung des urheberrechtlichen Schutzes, liefert eine Systematisierung der Rechte des Urhebers und zeigt die Schranken des Urheberrechtsgesetzes auf. Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Internet- und Telekommunikationsrecht“ stehen die Regelungen der Multimediagesetzgebung, also das Informa-

tions- und Kommunikationsdienste-Gesetz mit beispielsweise dem TelediensteGesetz und dem Signaturgesetz, der Mediendienste-Staatsvertrag der Länder und das Telekommunikationsrecht. Rundfunkdienste, Mediendienste und Teledienste werden definiert, voneinander abgegrenzt, die jeweiligen zentralen Regelungen vorgestellt sowie das Verhältnis zum Telekommunikationsrecht bestimmt. Beim Telekommunikationsrecht werden die zentralen Regelungsinhalte erläutert und die Aufgaben der Regulierungsbehörde skizziert.

Lehrformen	Presserecht: Vorlesung Urheberrecht: Vorlesung Internet und TK-Recht: Vorlesung
Voraussetzungen für Teilnahme	Teilnahme an den Modulen 1 und 22
Verwendbarkeit des Moduls	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 23 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Abschlussprüfung in Form einer Klausur nach dem 6. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der drei Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen.
Arbeitsaufwand Teilleistungen	Presserecht: 1,0 Leistungspunkte Urheberrecht: 1,0 Leistungspunkte Internet- und TK-Recht: 1,5 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	3,5 Leistungspunkte
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über drei Trimester Presserecht: 1 TWS im HT (4.) Urheberrecht: 1 TWS im WT (5.) Internet- und TK-Recht: 2 TWS im FT (6.)

Modul 24

Ethik, Kritik, Theorie der Medien, Medienpublizistik

Inhalte und Qualifikationsziele	Vermittlung von Kenntnissen der grundlegenden Positionen der Medienethik und Medienkritik, Einordnung und kritische Diskussion unterschiedlicher Paradigmen der Medientheorie, sowie der Medienpublizistik. Das Modul setzt sich aus den drei Lehrveranstaltungen „Medienethik und Medienkritik“, „Medientheorie“ sowie „Medienpublizistik“ zusammen. Die Vorlesung „Medienethik und Medienkritik“ liefert einen Überblick über verschiedene ethische Ansätze und deren Übertragung auf medienspezifische Fragen und führt ein in die Medienkritik als gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation. Aufgaben, Grenzen und Probleme der Medienethik werden systematisch analysiert und anhand ausgewählter Fallstudien diskutiert. Die Veranstaltung „Medientheorie“ stellt die einflussreichsten Grundmodelle der Medientheorie vor, präsentiert die wichtigsten über die Einzelmedien hinausgehende Konzepte und führt ein in ausgewählte aktuelle Diskussionen und Forschungsfragen des Fachs. Die Veranstaltung „Medienpublizistik“ vermittelt theoretische und empirische Kenntnisse zur publizistischen Beschäftigung mit den Massenmedien. Eingegangen wird insbesondere auf Kenntnisse der Geschichte, Formen und Strukturen der fachlichen Berichterstattung über Medien.
Lehrformen	Medienethik und Medienkritik: Vorlesung Medientheorie: Vorlesung Medienpublizistik: Vorlesung

Voraussetzungen für Teilnahme	Teilnahme an Modul 20
Verwendbarkeit des Moduls	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 24 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
Prüfungsform	Abschlussprüfung nach dem 6. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der drei Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Abschlussprüfung kann in Form einer Klausur oder einer Hausarbeit stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsart wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.
Arbeitsaufwand Teilleistungen	Medienethik und Medienkritik: 1,0 Leistungspunkte Medientheorie: 1,5 Leistungspunkte Medienpublizistik: 1,0 Leistungspunkte
Gesamtarbeitsaufwand des Moduls	3,5 Leistungspunkte
Häufigkeit des Angebots	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
Dauer	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester Medienethik und Medienkritik: 1 TWS im WT (5.) Medientheorie: 2 TWS im FT (6.) Medienpublizistik: 1 TWS im FT (6.)