

TECHNISCHE UNIVERSITÄT ILMENAU

Prüfungs- und Studienordnung -Besondere Bestimmungen - für den Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Master of Science“

- in der Fassung der Berichtigung vom 10. September 2021 -

Aufgrund § 3 Absatz 1 in Verbindung mit § 38 Absatz 3 des Thüringer Hochschulgesetzes (ThürHG) vom 10. Mai 2018 (GVBl. S. 149), zuletzt geändert durch Artikel 7 des Gesetzes vom 23. März 2021 (GVBl. S. 115,118), erlässt die Technische Universität Ilmenau (nachstehend „Universität“ genannt) auf der Grundlage der Prüfungs- und Studienordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor“, „Master“ und „Diplom“ der Universität, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nummer 174 / 2019, zuletzt geändert durch die zweite Änderungssatzung, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nummer 184 / 2020, folgende Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Master of Science“, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nummern 204 und 220 / 2021.

Der Rat der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien hat diese Ordnung am 9. März 2021 beschlossen. Der Studienausschuss hat zu ihr mit Beschluss vom 29. März 2021 positiv Stellung genommen. Der Präsident hat sie am 5. Mai und 10. September 2021 genehmigt.

Inhaltsübersicht

A. Allgemeiner Teil

§ 1 Geltungsbereich 3

B. Studium

§ 2 Akademischer Grad 3

§ 3 Studienzugangsvoraussetzungen und Studienvorkenntnisse 3

§ 4 Ziel des Studiums, Berufsfeld, Profiltyp 4

§ 5 Regelstudienzeit 4

§ 6 Inhalt, Aufbau und Umfang des Studiums, Studienplan 4

§ 7 Zulassung zu Modulen 5

§ 8 Studienfachberatung 5

§ 9 Lehr- und Prüfungssprache 5

C. Prüfungen

§ 10 Zulassung zu Abschlussleistungen	6
§ 11 Art, Form und Dauer der Abschlussleistungen	6
§ 12 Zweite Wiederholung von Prüfungen	6
§ 13 Freiversuch und Notenverbesserungsversuch	6
§ 14 Masterarbeit	6
§ 15 Bildung der Gesamtnote	7

D. Schlussbestimmungen

§ 16 In-Kraft-Treten, Außer-Kraft-Treten	7
--	---

Anlage Besondere Zugangsvoraussetzungen	9
---	---

Anlage Studienplan	11
--------------------	----

Anlage Profilbeschreibung des Masterstudienganges Medienwirtschaft	12
--	----

Anlage Kompetenzziele und Regelungsbereich Wahlkataloge	17
---	----

A. Allgemeiner Teil

§ 1 Geltungsbereich

(1) Die Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Master of Science“ regelt auf der Grundlage der Prüfungs- und Studienordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor“, „Master“ und „Diplom“ der Universität (PStO-AB), veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nummer 174 / 2019 in der jeweils geltenden Fassung, Inhalte, Ziel, Aufbau und Gliederung des Studiums sowie Details zum Prüfungsverfahren im vorgenannten Studiengang. Die Anlagen sind Bestandteile dieser Ordnung.

(2) Alle Personen- und Funktionsbezeichnungen gelten genderunabhängig in gleicher Weise.

B. Studium

§ 2 Akademischer Grad

Die Universität verleiht den Studierenden bei erfolgreichem Abschluss dieses Masterstudienganges auf Vorschlag der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien den akademischen Grad

„Master of Science“

als weiteren berufsqualifizierenden Hochschulabschluss.

§ 3 Studienzugangsvoraussetzungen und Studienvorkenntnisse

(1) Neben den allgemeinen Zugangsvoraussetzungen für die Zulassung zu einem Masterstudiengang nach dem Thüringer Hochschulgesetz gelten die in der Anlage „Besondere Zugangsvoraussetzungen“ geregelten weiteren Zugangsvoraussetzungen für diesen Studiengang.

(2) Für Module in einer anderen Lehr- und Prüfungssprache als Deutsch (§ 9 Absatz 1) sowie im Rahmen von Doppelabschlussprogrammen (§ 9 Absatz 2) wird für den erfolgreichen Abschluss des Studiums empfohlen, über Sprachkenntnisse der Lehr- und Prüfungssprache auf Sprachniveau B2 gemäß Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER/CEFR) zu verfügen.

§ 4 Ziel des Studiums, Berufsfeld, Profiltyp

(1) Das Studium zielt auf eine forschungsorientierte Vertiefung der bereits in einem Hochschulstudium und gegebenenfalls in einer praktischen Berufsausübung erworbenen Fach- und Methodenkompetenz auf dem Gebiet der Medienwirtschaft ab.

(2) In der Anlage „Profilbeschreibung“ werden die Qualifikationsziele und die inhaltlichen Schwerpunkte des Studiengangs sowie der Bedarf der Absolventen in der Wirtschaft ausführlich benannt.

(3) Der Studiengang ist konsekutiv und hat gemäß § 4 Thüringer Studienakkreditierungsverordnung (ThürStAkkVVO) das Profil „forschungsorientiert“.

§ 5 Regelstudienzeit

Die Regelstudienzeit gemäß § 52 ThürHG beträgt vier Semester. Der Studienbeginn liegt jeweils im Winter- oder Sommersemester.

§ 6 Inhalt, Aufbau und Umfang des Studiums, Studienplan

(1) Der Studienplan (Anlage) stellt den Inhalt sowie den Aufbau des Studiums in der Weise dar, dass das Studium mit allen Abschlussleistungen und der Masterarbeit (§ 14) in der Regelstudienzeit nach § 5 abgeschlossen werden kann.

(2) Das Studium hat einen Gesamtumfang von 120 Leistungspunkten (LP).

(3) Den Studierenden wird empfohlen, neben den fachspezifischen Modulen auch über den im Studienplan vorgeschriebenen Umfang hinaus das fakultative Lehrangebot der Universität wahrzunehmen.

(4) Für den Erwerb des Fachwissens und für die Vertiefung sowie Erweiterung der in den Lehrveranstaltungen dargebotenen Lehrinhalte ist das Selbststudium unerlässlich.

(5) Studierende, die den akademischen Grad im Rahmen eines Doppelabschlussprogramms (Double Degree) auf der Grundlage einer Kooperationsvereinbarung mit einer Partnerhochschule anstreben, absolvieren abweichend von dem im Studienplan beschriebenen Curriculum Leistungen an der Partnerhochschule gemäß der Bestimmungen der jeweiligen Kooperationsvereinbarung und deren Ergänzungen.

(6) In der Anlage „Kompetenzziele und Regelungsbereiche für die Wahlkataloge“ sind die entsprechenden Regelungen gemäß § 3 Absatz 7 PStO-AB festgelegt.

(7) Sollte beabsichtigt sein, Leistungen für das Studium während eines Auslandsaufenthalts („Auslandssemester“) zu erbringen, ist hierfür eine individuelle Studienvereinbarung abzuschließen. Für die Anerkennung der im Ausland erbrachten Leistungen gilt § 26 PStO-AB.

(8) Die Studierenden sind aufgefordert, in den Selbstverwaltungsgremien der Universität einschließlich der Studierendenschaft mitzuarbeiten.

§ 7 Zulassung zu Modulen

Es bestehen keine besonderen fachlichen (quantitativen und qualitativen) Voraussetzungen für die Zulassung zu Modulen.

§ 8 Studienfachberatung

Die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien benennt einen Studienfachberater, der gleichzeitig als Mentor tätig ist. Die individuelle Studienberatung zu studienorganisatorischen und prüfungsrechtlichen Fragen wird durch den Studienfachberater sowie das Referat Bildung / Prüfungsamt der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien durchgeführt.

§ 9 Lehr- und Prüfungssprache

(1) Lehr- und Prüfungssprache im Studiengang Medienwirtschaft ist Deutsch. Einzelne Wahlmodule können auch in englischer Sprache angeboten werden. Die Prüfungssprache entspricht der Lehrveranstaltungssprache. Der oder die Modulverantwortliche legt nach Maßgabe der Sätze 1 und 2 sowie § 3 Absatz 9 Sätze 1 bis 3 PStO-AB in der Modulbeschreibung die konkrete Lehr- und Prüfungssprache für das jeweilige Modul fest.

(2) Für Studierende, die den akademischen Grad im Rahmen eines Doppelabschlussprogramms (Double Degree) auf der Grundlage einer Kooperationsvereinbarung mit einer Partnerhochschule anstreben (§ 9 PStO-AB), finden die Lehrveranstaltungen und Abschlussleistungen an der Partnerhochschule in der dort üblichen Lehr- und Prüfungssprache statt. Für die Masterarbeit gelten die Bestimmungen der Kooperationsvereinbarung und deren Ergänzungsvereinbarungen.

C. Prüfungen

§ 10 Zulassung zu Abschlussleistungen

Es bestehen keine studiengangspezifischen Voraussetzungen für die Zulassung zu Abschlussleistungen.

§ 11 Art, Form und Dauer der Abschlussleistungen

Die Art der zu erbringenden Abschlussleistung (§ 10 Absatz 1 PStO-AB) ist im Studienplan festgelegt. Form und Dauer der Abschlussleistungen bestimmt der oder die Modulverantwortliche in der Modulbeschreibung (§ 11 Absätze 1 bis 7 PStO-AB).

§ 12 Zweite Wiederholung von Prüfungen

Gemäß § 19 Absatz 1 PStO-AB können sechs Prüfungsleistungen ein zweites Mal wiederholt werden.

§ 13 Freiversuch und Notenverbesserungsversuch

(1) Eine erstmals nicht bestandene Prüfungsleistung gilt gemäß § 21 Absatz 1 PStO-AB auf Antrag als nicht unternommen, wenn sie erstmalig vor oder zu dem laut Studienplan empfohlenem Fachsemester abgelegt worden ist (Freiversuch). Für die Inanspruchnahme von Freiversuchen gilt § 21 Absatz 1 PStO-AB.

(2) Für die Notenverbesserung gilt § 21 Absatz 2 PStO-AB.

(3) Gemäß § 21 Absatz 3 PStO-AB können vier Frei- und Notenverbesserungsversuche (Gesamtkontingent) in Anspruch genommen werden.

§ 14 Masterarbeit

(1) Die Masterarbeit als Abschlussarbeit gemäß § 24 PStO-AB ist eine Prüfungsleistung im vierten Fachsemester.

(2) Die schriftliche wissenschaftliche Arbeit umfasst einen Arbeitsaufwand von 30 Leistungspunkten und ist innerhalb eines Zeitraums von sechs Monaten abzuleisten.

(3) Die Ausgabe des Themas der schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit erfolgt in der Regel am Ende des dritten Fachsemesters. Voraussetzung für die Zulassung ist, dass mindestens 50 Leistungspunkte der laut Studienplan geforderten Leistungspunkte erbracht worden sind.

(4) Die Themenstellung und die Betreuung für die Masterarbeit erfolgen grundsätzlich unter Verantwortung des betreuenden Hochschullehrers. Dieser muss ein Professor, Juniorprofessor oder habilitierter Mitarbeiter der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien oder eines Fachgebietes sein, dessen Module im Studienplan verankert sind.

(5) Im Rahmen der Bestellung der Prüfer oder Prüferin gemäß § 25 Absatz 2 und § 33 Absatz 1 PStO-AB hat der betreuende Hochschullehrer ein Vorschlagsrecht.

(6) Die Note für die schriftliche wissenschaftliche Arbeit wird als arithmetisches Mittel aus den Noten der vorliegenden Einzelbewertungen der prüfenden Personen gebildet. Ist es gemäß § 25 Absatz 3 PStO-AB notwendig, dass die schriftliche wissenschaftliche Arbeit von mehr als zwei Prüfern bewertet wird und ist dann das arithmetische Mittel größer als 4,0 und kleiner als 4,5, wird eine 4,0 als Endnote festgelegt.

(7) Im Rahmen von Doppelabschlussprogrammen können gemäß § 9 in Verbindung mit Anlage 1 PStO-AB in den Kooperationsvereinbarungen und deren Ergänzungsvereinbarungen hiervon abweichende Regelungen getroffen werden.

§ 15 Bildung der Gesamtnote

Gemäß § 17 Absatz 5 Satz 2 PStO-AB legt der Studienplan im Fall von einer Abweichung der regulären Gewichtung der Noten von Abschlussleistungen für die Gesamtnote die konkrete Gewichtung fest. Dasselbe gilt für die Masterarbeit.

D. Schlussbestimmungen

§ 16 In-Kraft-Treten, Außer-Kraft-Treten

(1) Diese Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Master of Science“ tritt am Tag nach Ihrer Veröffentlichung im Verkündungsblatt der Universität in Kraft. Sie gilt für alle ab dem Wintersemester 2021 / 2022 immatrikulierten Studierenden.

(2) Mit Wirkung zum Ablauf des Wintersemesters 2024 / 2025 treten alle weiteren im Zeitpunkt des In-Kraft-Tretens dieser Ordnung geltenden Prüfungsordnungen – Besondere Bestimmungen – sowie Studienordnungen für den Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Master of Science“ außer Kraft. Für Studierende, welche bis zum Außer-Kraft-Treten ihr Studium nicht beendet haben, gilt ab Wirksamkeit des Außer-Kraft-Tretens die Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Master of Science“ in der aktuellen Fassung.

Ilmenau, den 5. Mai 2021

gez.

Univ.-Prof. Dr.-Ing. habil. Kai-Uwe Sattler
Präsident

Anlage Besondere Zugangsvoraussetzungen

1. Der Zugang zum Studiengang Medienwirtschaft setzt – unbeschadet der allgemeinen und sonstigen Zugangsvoraussetzungen – das Vorliegen der nachstehend aufgeführten fachlichen Qualifikationen voraus, was im Rahmen der Eignungsüberprüfung gemäß § 4 der Ordnung über den Zugang zu Masterstudiengängen an der Universität (MAZugO) zu überprüfen ist. Die Eignungsüberprüfung dient damit der Feststellung, ob der Bewerber den für den Studiengang Medienwirtschaft besonderen fachspezifischen Anforderungen genügt.

2. Gegenstand der Eignungsüberprüfung ist der Nachweis der fachspezifischen Eignung durch eine Kombination der in nachfolgenden Ziffern 3 und 4 benannten und anhand von Punktzahlen gewichteten vorliegenden fachlichen Qualifikationen.

3. Der Abschluss gemäß § 67 Absatz 1 Satz 1 Nummer 4 ThürHG wird bewertet
a) im Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Science“ mit 70 Punkten,

b) im Studiengang Medienwirtschaft mit von (a) abweichenden Abschlüssen oder im Studiengang Betriebswirtschaftslehre oder im Studiengang Volkswirtschaftslehre oder in einem inhaltlich vergleichbaren Studiengang mit 60 Punkten,

c) in einem anderen Studiengang, in dem die Bewerberin oder der Bewerber fachliche Kenntnisse und Fähigkeiten aus folgenden Bereichen erworben hat:

- | | |
|---|----------------|
| – Wirtschaftswissenschaften mit mind. 30 LP | mit 20 Punkten |
| – Medien- und Kommunikationswissenschaft
oder medienbezogene Inhalte mit mind. 30 LP | mit 20 Punkten |
| – Mathematik und Statistik mit mind. 15 LP | mit 15 Punkten |

Maximal können in c) 55 Punkte vergeben werden.

d) Bewerber, die keinen Abschluss in den unter a) bis c) genannten Studiengängen vorweisen können, sind für den Masterstudiengang Medienwirtschaft nicht geeignet. Die Eignungsüberprüfung ist in diesem Fall mit „Besondere Zugangsvoraussetzungen nicht vorliegend“ zu bewerten.

4. Zusätzlich wird der Grad der Qualifikation nach der Abschlussnote bewertet:

- | | |
|-----------------|----------------|
| a) sehr gut | mit 20 Punkten |
| b) gut | mit 15 Punkten |
| c) befriedigend | mit 10 Punkten |

5. Erreicht der Bewerber entsprechend der Bewertungen nach (3) und (4)
 - a) eine Gesamtpunktzahl von 70 und mehr Punkten, ist die Eignungsüberprüfung mit „Besondere Zugangsvoraussetzungen vorliegend“ zu bewerten,
 - b) nicht die Gesamtpunktzahl von 70, aber mindestens 50 Punkte, gilt für die Eignungsüberprüfung die positive Prognose als getroffen, dass die zum Zeitpunkt der Entscheidung fehlende fachliche Qualifikationen im Verlauf des angestrebten Masterstudiums erzielt werden können (§ 4 Absatz 4 Satz 1 Buchstabe b) MAZugO). Die Eignungsüberprüfung ist mit „Besondere Zugangsvoraussetzungen vorliegend“ zu bewerten. Der Prüfungsausschuss hat in diesem Fall die für einen erfolgreichen Masterabschluss erforderlichen und als Auflagen während des Studiums zusätzlich zu erbringenden Leistungen festzulegen (§ 4 Absatz 4 Satz 2 MAZugO). Die zu erbringenden Leistungen dürfen bei einer Gesamtpunktzahl von 60 und mehr Punkten einen Arbeitsaufwand von insgesamt nicht mehr als 15 Leistungspunkte und bei einer Gesamtpunktzahl von weniger als 60 Punkten insgesamt nicht mehr als 30 Leistungspunkte umfassen,
 - c) eine Gesamtpunktzahl von weniger als 50 Punkten ist die Eignungsüberprüfung mit „Besondere Zugangsvoraussetzungen nicht vorliegend“ zu bewerten (§ 4 Absatz 4 Satz 4, Absatz 6 Satz 1 MAZugO).
6. Die nach Ziffer 5 Buchstabe b) festzulegenden Leistungen sind durch den Abschluss von Modulen des Lehrangebotes der Universität (beispielsweise aus dem Bachelorstudiengang Medienwirtschaft) zu erbringen.
7. Die Bewertungen nach Ziffern 3 und 4 erfolgen auf Basis der Aktenlage. Unberührt hiervon bleibt § 4 Absatz 2 Satz 2 MAZugO.

Anlage Studienplan

Module	Modulart (Pflicht/ Wahl)	Modulabschlussleistung (Form, Dauer und Details sind in den Modultafeln definiert)	Fachsemester				Sum me LP	Ge- wicht
			1.	2.	3.	4.		
			WS	SS	WS	SS		
			LP	LP	LP	LP		
Medienwirtschaft und Medienrecht						35	35	
Medienökonomik: Theorie, Wettbewerb und Regulierung	P	MPL	5			5	5	
Medienökonomik: Projektkurs	P	MPL		5		5	5	
Medienmarketing	P	MPL	5			5	5	
Media Management and Communication Theories	P	MPL	5			5	5	
Medienrecht 1	P	MPL	5			5	5	
Medienrecht 2	P	MPL		5		5	5	
Hauptseminar Medienwirtschaft/ Medienrecht	P	MPL		5		5	5	
Wahlbereich Unternehmen, Strategie und Management (20 LP aus dem Wahlkatalog Unternehmen, Strategie und Management)	P	MPL	5	5	10	20	20	
Wahlbereich Internationale Wirtschaft und Kommunikation (20 LP aus dem Wahlkatalog Internationale Wirtschaft und Kommunikation)	P	MPL	5	5	10	20	20	
Wahlbereich Ergänzende Aspekte der Medienwirtschaft (10 LP aus dem Wahlkatalog Ergänzende Aspekte der Medienwirtschaft)	P	MPL		5	5	10	10	
Wahlbereich Hauptseminar (5 LP aus dem Wahlkatalog Hauptseminar)	P	MPL			5	5	5	
Masterarbeit	P	MPL				30	30	
Summe LP			30	30	30	30	120	
Legende								
	MPL	Modulprüfungsleistung	LP	Leistungspunkte				
	MSL	Modulstudienleistung	P	Pflichtmodul				
	PL	Prüfungsleistung	W	Wahlmodul				
	SL	Studienleistung						
	SWS	Semesterwochenstunden						
	V	Vorlesung						
	Ü	Übung						
	P	Praktikum						
	s	schriftlich						
	m	mündlich						
	a	alternativ semesterbegleitend						
	p	praktisch						
	e	elektronisch						
	k	Kolloquium						

Anlage Profilbeschreibung des Masterstudienganges Medienwirtschaft

1. Qualifikationsziele des Masterstudienganges Medienwirtschaft

Der konsekutive Masterstudiengang Medienwirtschaft ist als forschungsorientierter wirtschaftswissenschaftlicher Studiengang ausgestaltet. Er führt den wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorstudiengang „Medienwirtschaft“ fachlich fort sowie vertieft und verbreitert ihn.

Der Masterstudiengang Medienwirtschaft dient der fachlichen und wissenschaftlichen Spezialisierung von theoretischem, methodischem und anwendungsorientiertem Wissen im Bereich der Medienwirtschaft, wobei es insbesondere um digitale Medien in nationalen sowie internationalen Märkten und Industrien geht, und ist forschungsorientiert gestaltet. Darüber hinaus stellt der Abschluss des Masterstudienganges Medienwirtschaft einen weiteren berufsqualifizierenden Hochschulabschluss dar, der den Absolventen Kompetenzen sowohl zu einem wissenschaftlich noch weiter vertiefenden Promotionsstudium als auch zur Ausübung unterschiedlicher Expertentätigkeiten in Wissenschaft, Wirtschaft, Verwaltung und Politik vermittelt.

Die Absolventen des Bachelorstudienganges Medienwirtschaft verfügen über die folgenden fachlichen und sozialen Kompetenzen:

Wissen und Verstehen

Die Absolventen haben aufbauend auf der Bachelorebene Wissen und Verstehen nachgewiesen und wesentlich vertieft und erweitert. Sie sind in der Lage, wirtschaftswissenschaftliche Sachverhalte in ihren Bezügen zu medienwirtschaftlichen und medienrechtlichen Sachverhalten zu verstehen und zu interpretieren.

Die Absolventen verfügen über ein breites, detailliertes und kritisches Verständnis auf dem neuesten Stand des Wissens in der medienbezogenen Wirtschaftswissenschaft. Ihr Wissen und Verstehen bildet die Grundlage für die forschungsorientierte Entwicklung und / oder Anwendung eigenständiger Ideen.

Die Absolventen beherrschen ein breites Spektrum an Theorien und Methoden der wirtschaftswissenschaftlichen Forschung. Sie sind in der Lage, komplexe Sachverhalte auf wesentliche Wirkungszusammenhänge zu reduzieren, mit Hilfe empirischer Methoden zu überprüfen, die Effektivität möglicher Handlungsalternativen abzuschätzen und deren Konsequenzen zu evaluieren. Die Absolventen wägen unter Einbezug wissenschaftlicher und methodischer Überlegungen die fachliche erkenntnistheoretisch begründete Richtigkeit fachlicher und praxisrelevanter Aussagen gegeneinander ab. Sie lösen unter Zuhilfenahme

dieser Abwägungen praxisrelevante und wissenschaftliche Probleme der medienbezogenen Wirtschaftswissenschaft.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen

Absolventen können ihr Wissen und Verstehen sowie ihre Fähigkeiten zur wirtschaftswissenschaftlichen und medienbezogenen Problemlösung auch in neuen und unvertrauten Situationen anwenden, die in einem breiteren oder multidisziplinären Zusammenhang mit ihrem Studienfach stehen.

Die Absolventen

- leiten unter Auswertung wissenschaftliche Erkenntnisse in den relevanten Forschungsgebieten fundierte wissenschaftliche Urteile im Sinne von Experten ab,
- erkennen vorhandene (betriebliche, gesellschaftliche und wissenschaftliche) Probleme und realisieren dem Stand der Wissenschaft entsprechende Lösungen,
- integrieren vorhandenes und neues Wissen in komplexen Zusammenhängen auch auf der Grundlage begrenzter Informationen,
- treffen wissenschaftlich fundierte Entscheidungen und reflektieren kritisch mögliche Folgen,
- eignen sich selbständig neues Wissen und Können an,
- führen wissenschaftsbasierte Projekte durch und tragen in leitenden Funktionen im Team zur Lösung komplexer Aufgaben bei.

Die Absolventen

- entwerfen theoriegeleitet Forschungsfragen,
- bewerten und wählen geeignete Theorien und Methoden zur Bearbeitung der Forschungsfragen,
- beherrschen die wissenschaftlichen Theorien und Forschungsmethoden der für den Studiengang relevanten Wissenschaftsbereiche,
- erläutern Forschungsergebnisse und interpretieren diese kritisch.

Kommunikation und Kooperation

Die Absolventen

- formulieren innerhalb ihres Handelns fachliche und sachbezogene Problemlösungen und können diese im Diskurs mit Fachvertretern sowie Fachfremden mit theoretischen und methodisch fundierten Argumenten begründen,

- kommunizieren und kooperieren mit Fachvertretern sowie Fachfremden, um eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen,
- sind in der Lage, vorgeschlagene Problemlösungen auf der Basis wissenschaftlicher Theorien und Methoden einzuschätzen und zu bewerten,
- reflektieren und berücksichtigen unterschiedliche Sichtweisen und Interessen anderer Beteiligter.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Der Studiengang Medienwirtschaft hat das Ziel, auf der Grundlage eines wirtschaftswissenschaftlichen Studieninhalts mit medienpezifischer Zusatzkompetenz Experten für Aufgaben der Forschung und wissenschaftsnahen Tätigkeiten in Unternehmen, Politik und Verwaltung auszubilden, insbesondere auch für solche Aufgabenfelder, die einer Schnittstellenkompetenz von Wirtschaft und (insbesondere auch digitalen) Medien bedürfen.

Die Absolventen

- entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich an Zielen und Standards wissenschaftlichen Handelns vorwiegend in der Forschung sowie in wissenschaftsnahen Berufsfeldern aller ökonomischer Bereiche von privaten und öffentlichen Medienunternehmen, sowie Unternehmen, in welchen Medienkompetenz erforderlich ist, orientiert,
- begründen das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen,
- können die eigenen Fähigkeiten einschätzen, reflektieren autonom sachbezogene Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten und bringen in deren Nutzung selbstständig ihre Expertise ein,
- erkennen situationsadäquat Rahmenbedingungen beruflichen Handelns und begründen ihre Entscheidungen verantwortungsethisch,
- reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen.

2. Inhaltliche Schwerpunkte / Studienablauf des Masterstudienganges Medienwirtschaft

Die Regelstudienzeit im Studiengang Medienwirtschaft beträgt für die Ausbildung zum Master of Science (M. Sc.) vier Semester. Das Studium wird durch die folgenden Lehrgebiete bestimmt:

Medienwirtschaft und Medienrecht

- Medienökonomik
- Medienmarketing

- Medienmanagement
- Medienrecht
- Hauptseminar Medienwirtschaft und Medienrecht

Wahlkatalog Unternehmen, Strategie und Management

Angebote unter anderem aus den Bereichen

- Controlling und Rechnungswesen
- Finanzwirtschaft
- Management und Strategie
- Marketing
- Produktion und Logistik

Wahlkatalog Internationale Wirtschaft und Kommunikation

Angebote unter anderem aus den Bereichen

- Wirtschafts- und Wettbewerbstheorie
- Wirtschaftspolitik und empirische Wirtschaftsforschung
- Law and Economics
- Medien- und Kommunikationswissenschaften

Wahlkatalog Ergänzende Aspekte der Medienwirtschaft

Angebote unter anderem aus den Bereichen

- Wirtschafts- und Medieninformatik
- Medientechnologie

Das Studium wird mit der Masterarbeit mit einer sechsmonatigen Bearbeitungszeit im vierten Fachsemester abgeschlossen. Auf diese Abschlussarbeit werden die Absolventen durch das Anfertigen von zwei Hauptseminararbeiten (Hauptseminar Medienwirtschaft und Medienrecht und ein weiteres Hauptseminar) vorbereitet.

3. Bedarf an Absolventen in der Wirtschaft

Absolventen des Masterstudienganges Medienwirtschaft eröffnen sich durch die forschungsorientierte und wissenschaftliche Ausbildung Tätigkeitsfelder in allen ökonomisch relevanten Bereichen des Mediensektors sowie in Unternehmen, in denen Medienkompetenz erforderlich ist. Die fundierte Ausbildung und der gleichzeitige Erwerb von Schnittstellenkompetenzen eröffnen zudem auch Einsatzgebiete in öffentlichen und privaten Unternehmen aller Branchen, in Lehr- und Forschungseinrichtungen sowie in Beratungsgesellschaften.

Der moderne Studiengang befähigt die zukünftigen Absolventinnen und Absolventen, Expertenaufgaben – insbesondere im Schwerpunktbereich öffentliche und private Medien – wahrzunehmen. Der Einfluss und Einsatz innovativer Medientechnologien in allen ökonomisch relevanten Bereichen schafft neue Herausforderungen, die durch neue Berufsfelder abgedeckt werden müssen. Der

Masterabschluss Medienwirtschaft befähigt die Absolventen dazu, diese sich neu bildenden und in Entwicklung befindlichen Aufgaben in jeder Branche zu gestalten und auszufüllen.

Eine weitere zukunftssträchtige Perspektive eröffnet sich durch die Entwicklung und Vermarktung eigener Produkte, Ideen und Verfahren in unternehmerischer Selbständigkeit.

Insbesondere befähigt der erfolgreiche Abschluss des Masterstudienganges Medienwirtschaft mit exzellenten Leistungen zu einer wissenschaftlichen oder wissenschaftsnahen Tätigkeit im Bereich Medienwirtschaft, beispielsweise im Rahmen einer Promotion.

Anlage Kompetenzziele und Regelungsbereich Wahlkataloge

Im Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Master of Science“ gibt es vier Wahlkataloge.

1. Wahlkatalog Unternehmen, Strategie und Management

(1) Der Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Master of Science“ beinhaltet einen Wahlkatalog „Unternehmen, Strategie und Management“ (siehe Anlage Studienplan).

(2) Der Wahlkatalog „Unternehmen, Strategie und Management“ dient der Vertiefung und Erweiterung der wirtschaftswissenschaftlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen der Studierenden. Dabei wird den Studierenden durch die Wahlmöglichkeit die Gelegenheit gegeben, eigene Schwerpunkte zu setzen, die ihren Neigungen, Interessen und / oder Berufsorientierungen entsprechen. Dies kann auch zur Vorbereitung einer wissenschaftlichen und/oder beruflichen Spezialisierung sowie zur Vorbereitung einer Masterarbeit dienen.

(3) Innerhalb des Wahlkataloges „Unternehmen, Strategie und Management“ müssen die Studierenden laut Studienplan 20 Leistungspunkte erwerben.

(4) Die Studierenden sind frei in der Wahl der Module aus dem jeweils gültigen Wahlkatalog. Alle enthaltenen Module werden in der studiengangspezifischen Modultafel ausgewiesen.

2. Wahlkatalog Internationale Wirtschaft und Kommunikation

(1) Der Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Master of Science“ beinhaltet einen Wahlkatalog „Internationale Wirtschaft und Kommunikation“ (siehe Anlage Studienplan).

(2) Der Wahlkatalog „Internationale Wirtschaft und Kommunikation“ dient der Vertiefung und Erweiterung der Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen der Studierenden in Bezug auf internationale Wirtschaftsbeziehungen und damit verbundene interdisziplinäre Aspekte der Schnittstelle von Wirtschaft und Kommunikation. Dabei wird den Studierenden durch die Wahlmöglichkeit die Gelegenheit gegeben, eigene Schwerpunkte zu setzen, die ihren Neigungen, Interessen und / oder Berufsorientierungen entsprechen. Dies kann auch zur Vorbereitung einer wissenschaftlichen und / oder beruflichen Spezialisierung sowie zur Vorbereitung einer Masterarbeit dienen.

(3) Innerhalb des Wahlkataloges „Internationale Wirtschaft und Kommunikation“ müssen die Studierenden laut Studienplan 20 Leistungspunkte erwerben.

(4) Die Studierenden sind frei in der Wahl der Module aus dem jeweils gültigen Wahlkatalog. Alle enthaltenen Module werden in der studiengangspezifischen Modultafel ausgewiesen.

3. Wahlkatalog Ergänzende Aspekte der Medienwirtschaft

(1) Der Studiengang Medienwirtschaft mit dem Abschluss „Master of Science“ beinhaltet einen Wahlkatalog „Ergänzende Aspekte der Medienwirtschaft“ (siehe Anlage Studienplan).

(2) Der Wahlkatalog „Ergänzende Aspekte der Medienwirtschaft“ dient dem Erwerb von zusätzlichen Kenntnissen, Fähigkeiten und Kompetenzen im Kontext der Medienwirtschaft. Dabei wird den Studierenden durch die Wahlmöglichkeit die Gelegenheit gegeben, eigene Schwerpunkte zu setzen, die ihren Neigungen, Interessen und / oder Berufsorientierungen entsprechen.

(3) Innerhalb des Wahlkataloges „Ergänzende Aspekte der Medienwirtschaft“ müssen die Studierenden laut Studienplan zehn Leistungspunkte erwerben.

(4) Die Studierenden sind frei in der Wahl der Module aus dem jeweils gültigen Wahlkatalog. Alle enthaltenen Module werden in der studiengangspezifischen Modultafel ausgewiesen.

4. Wahlkatalog Hauptseminar

(1) Der Wahlkatalog Hauptseminar dient sowohl dem Erwerb vertiefter Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen im wissenschaftlichen Arbeiten als auch zur Vorbereitung der Masterarbeit. Die Themen der Hauptseminare aus dem Wahlkatalog Hauptseminar spiegeln das fachliche Spektrum der Fachgebiete der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien wider.

(2) Im Wahlkatalog Hauptseminar müssen die Studierenden fünf Leistungspunkte erwerben.

(3) Die Studierenden sind frei in der Wahl der Module aus dem jeweils geltenden Wahlkatalog.

5. Zusammenstellung und Aktualisierung der Wahlkataloge

Die Zusammenstellung und Aktualisierung der Wahlkataloge erfolgen gemäß § 3 Absatz 7 PStO-AB.