Hochschule
für Musik und Theater
Hannover

**Verkündungsblatt der
Hochschule für Musik
und Theater Hannover**

Hannover, 25.04.2006 **Nr. 03 / 2006**

Studienordnung für das Zweite Fach (Minor) Medienmanagement im Fächerübergreifenden Bachelorstudiengang an der Universität Hannover und der Hochschule für Musik und Theater Hannover

Der Senat der Hochschule für Musik und Theater hat am 24.04.2006 die Studienordnung genehmigt.

Sie tritt rückwirkend zum 01.10 2005 in Kraft.

Herausgeber:
Der Präsident
der Hochschule für Musik
und Theater Hannover
Emmichplatz 1
30175 Hannover

Inhaltsübersicht

§ 1 Geltungsbereich

§ 2 Regelstudienzeit

§ 3 Studienbeginn

§ 4 Ziele und Inhalte des Studiums

§ 5 Aufbau des Studiums, Studienabschnitte (a. Pflichtmodule b. Wahlpflichtmodule)

§ 6 Studienleistungen

§ 7 Studienfachberatung

§ 8 Inkrafttreten

§ 1 Geltungsbereich

Diese Studienordnung regelt auf der Grundlage der Prüfungsordnung für den Fächerübergreifenden Bachelorstudiengang (PO FüBA) die Ziele, die Inhalte und den Aufbau des Studiums (einschließlich der Lehrangebote, Studienleistungen und der in den Studiengang eingeordneten berufspraktischen Tätigkeiten) für das Zweites Fach (Minor) Medienmanagement an der Hochschule für Musik und Theater Hannover.

§ 2 Regelstudienzeit

Die Regelstudienzeit beträgt einschließlich der Abschlussprüfung sechs Semester (§ 3 PO FüBA).

§ 3 Studienbeginn

Das Studium kann nur zum Wintersemester aufgenommen werden.

§ 4 Ziele und Inhalte des Studiums

Das Studium im Fächerübergreifenden Bachelorstudiengang, Zweites Fach (Minor) Medienmanagement vermittelt Wissen über den **Kommunikationsprozess** in seinen Strukturen, Funktionen und Konsequenzen. Hierzu gehören insbesondere:

- organisatorische, rechtliche und wirtschaftliche Grundlagen von Massenmedien,
- Zusammensetzung, Verhalten und Erwartungen des Publikums,
- Strukturen von Informations-, Unterhaltungs- und Werbeangeboten der Medien,
- Auswirkungen von Medieninhalten und -strukturen auf Individuen und Gesellschaft,
- Arbeitsweise, Organisation und Selbstverständnis von Medienberufen (u. a. Journalisten, Medienproduzenten, PR-Spezialisten),
- Arbeitsweisen und Praktiken der Unternehmenskommunikation,
- betriebswirtschaftliche Abläufe in Medienunternehmen.

§ 5 Aufbau des Studiums, Studienabschnitte

Das Studium ist modular aufgebaut und gliedert sich in Pflicht- und Wahlpflichtveranstaltungen. Insgesamt sind im Zweiten Fach (Minor) Medienmanagement 52 Leistungspunkte nachzuweisen.

Zum Inhaltsverzeichnis

A) Pflichtmodule

Modul	Zugehörige Lehrveranstaltungen	Studienleistungen	Prüfungsleistungen	Leistungspunkte	Workload Std.
Medienstrukturen und Medieninhalte	Mediensystem I: Presse		Klausur	3	90
	Mediensystem II: Rundfunk und Onlinemedien		Klausur	3	90
	Einführung in die Medieninhaltsforschung		Klausur	3	90
	Einführung in die Kommunikatorforschung		Referat und Klausur (60 min)	3	90
Publikums- und Wirkungsforschung	Einführung in die Rezeptionsforschung		Klausur	3	90
	Einführung in die Medienwirkungsforschung		Klausur	3	90
	Theorien und Modelle der Kommunikationsforschung		Klausur	3	90
	Mediaforschung		Klausur	4	120

B) Wahlpflichtmodule

Modul	Zugehörige Lehrveranstaltungen	Studienleistungen	Prüfungsleistungen	Leistungspunkte	Workload
Ausgewählte Gebiete der Medienforschung[1]	Ausgewählte Bereiche des Mediensystems		Referat	3	90
	Ausgewählte Bereiche der Rezeptions- und Medienwirkungsforschung		Referat	3	90
	Ausgewählte Bereiche der Medieninhalts- und Kommunikatorforschung		Referat	3	90
Praxismodul	Projektseminar		Projektarbeit	6	180
	Projektseminar		Projektarbeit	6	180

Zum Inhaltsverzeichnis

[1] Im Modul „Ausgewählte Gebiete der Medienforschung“ müssen insgesamt 5 Leistungsnachweise in den dazugehörigen Lehrveranstaltungen (15 Leistungspunkte) erbracht werden.

Die verschiedenen Module haben im Einzelnen die folgenden Lernziele:

- **Medienstrukturen und Medieninhalte:** Die Studierenden erwerben Kenntnisse über die historischen, ökonomischen und rechtlichen Grundlagen der Massenmedien. Dies soll sie in die Lage versetzen, die spezifische Struktur verschiedener Mediensysteme zu verstehen und zukünftige Entwicklungen einzuschätzen. Es werden Kenntnisse über die typischen Inhalte der Massenmedien und die Prozesse der Informationsbereitstellung durch die Massenmedien vermittelt. Die Studierenden sollen die typischen Produktions- und Darstellungsweisen verstehen lernen.
- **Publikums- und Wirkungsforschung:** Erworben werden Kenntnisse über die Nutzung der Massenmedien und die damit verbundenen Wirkungen. Überdies werden die wichtigsten Theorien und Modelle der Kommunikationsforschung gelehrt. Die Studierenden sollen einen Einblick in die aktuellen Fragestellungen und Methoden der Publikums- und Wirkungsforschung erhalten.
- **Ausgewählte Gebiete der Medienforschung:** Die Studierenden erwerben weiterführende Kenntnisse in Teilbereichen der Mediensysteme, der Medieninhalte sowie der Publikums- und Wirkungsforschung.
- **Projektmodul:** In den Projektseminaren sollen die Studierenden das selbstständige und teambezogene wissenschaftliche Arbeiten unter praxisnahen Bedingungen üben. Die Studierenden sollen die berufsfeldspezifischen Arbeitsanforderungen kennen lernen.

§ 6 Studienleistungen

(1) Im Zweiten Fach (Minor) Medienmanagement beträgt die Zahl der Leistungspunkte 52. Ein Leistungspunkt repräsentiert dabei etwa 30 Arbeitsstunden.

(2) Die Studienleistungen werden jeweils mit einem individuellen Leistungsnachweis bewertet. Noten mit mindestens „ausreichend“ (4.0) bescheinigen eine erfolgreiche Teilnahme. Die zu benotenden Leistungen können in Form von mündlichen Referaten, schriftlichen Hausarbeiten, Klausuren, Übungsaufgaben, Anfertigung von Analysen, Produktion von Forschungsberichten, Mitarbeit an Forschungsprojekten und Kombinationen daraus erbracht werden. Leistungsanforderungen werden spätestens zu Beginn der Lehrveranstaltungen von den veranstaltenden Lehrkräften bekannt gegeben.

§ 7 Studienfachberatung

Für die Studienfachberatung sind alle hauptamtlich Lehrenden am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung verantwortlich.

§ 8 Inkrafttreten

Diese Studienordnung tritt rückwirkend zum 01.10.2005 in Kraft.

Zum Inhaltsverzeichnis