Hochschule
für Musik und Theater
Hannover

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

Hannover, 27.10.2006 **Nr. 08 / 2006**

Neufassung der

Studienordnung für den Bachelor-Studiengang

„Medienmanagement“

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

§ 1
Geltungsbereich

Diese Studienordnung regelt auf der Grundlage der Bachelor-Prüfungsordnung die Ziele, die Inhalte und den Aufbau des Studiums (einschließlich der Lehrangebote, Studienleistungen und der in den Studiengang eingeordneten berufspraktischen Tätigkeiten) für den Bachelor-Studiengang Medienmanagement der Hochschule für Musik und Theater Hannover.

§ 2
Regelstudienzeit

(1) Die Regelstudienzeit beträgt einschließlich der Abschlussprüfung sechs Semester (§ 3 der Bachelor-Prüfungsordnung).

(2) Die Zeit von der Ausgabe des Themas der Bachelor-Arbeit bis zur Abgabe der Bachelor-Arbeit beträgt drei Monate.

§ 3
Studienbeginn

Das Studium kann nur zum Wintersemester aufgenommen werden.

§ 4
Ziele und Inhalte des Studiums

Das Studium des Bachelor-Studiengangs 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.

Ziel der Ausbildung ist eine möglichst große **Praxisnähe** und **Anwendungsorientierung**.

Eine große Bedeutung hat die Methodenausbildung. Die sozialwissenschaftlichen Methoden und Verfahren, mit denen sich Erkenntnisse über Kommunikation und Massenmedien gewinnen lassen, werden reflektiert und theoretisch fundiert eingeübt. Außerdem vermittelt das Studium die Fähigkeit, Forschungsergebnisse zu interpretieren, verständlich und überzeugend zu präsentieren und Handlungsempfehlungen daraus abzuleiten. Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, selbstständig wissenschaftlich zu arbeiten und wissenschaftliche Ergebnisse kompetent in der Berufspraxis anzuwenden.

Die Ausbildung ist dabei primär auf drei Arbeitsfelder ausgerichtet:

- **Markt- und Meinungsforschung** zu Nutzung, Funktionen und Wirkungen von (Medien-)Kommunikation;
- die **Planung** und **Durchführung** von Öffentlichkeitsarbeits-, Werbe- und anderen Kommunikationsaktivitäten der Medienunternehmen (Hörfunk, Fernsehen, Zeitungen und Zeitschriften, Verlage, Werbeagenturen usw.);
- **Leitung** bzw. **Beratung** von Kommunikationsbetrieben und von Abteilungen innerhalb **anderer** Organisationen und Institutionen, die sich mit Kommunikation und Medien befassen;
- betriebliche **Planungs-** und **Organisationsaufgaben** in Medienunternehmen.

Dazu vermittelt der Bachelor-Studiengang Fachkenntnisse und Fertigkeiten, die die Absolventinnen und Absolventen befähigen, in den Berufsfeldern des Medienmanagements selbstständig und wissenschaftlich fundiert zu arbeiten.

§ 5

Struktur des Studiums, Studienabschnitte

(1) Der Bachelor-Studiengang umfasst 9 Studienmodule und ein Examensmodul. In jedem Modul muss eine festgelegte Zahl von Semesterwochenstunden (SWS) absolviert und eine bestimmte Zahl von Credit Points (CP) erworben werden. Das Studium besteht aus den folgenden Modulen:

Modul	**Bezeichnung**	**SWS**	**CP**
1.	Einführung	6	3
2.	Mediensystem	8	12
3.	Medienrezeption und Medienwirkung	8	12
4.	Medienangebote und Medienanbieter	8	12
5.	Erhebungsmethoden	10	19
6.	Analyse empirischer Daten	10	24
7.	Management und Kommunikation in Organisationen	10	26
8.	Praxis des Medienmanagements	10	26
9.	Tutorium und Projekte	2	12
10.	Examensmodul: BA-Arbeit + Kolloquium Abschlussprüfung Methoden Abschlussprüfung Medienwissenschaft	 2 0 0	 18 8 8
Summe		**74**	**180**

(2) Die verschiedenen Module haben im Einzelnen die folgenden Lernziele:

- **1. Einführung:** Die Studierenden erhalten einen Überblick über die Medien- und Kommunikationswissenschaft, und sie werden in die Grundlagen der empirischen Sozialforschung sowie des wissenschaftlichen Arbeitens eingeführt. Ziel des Moduls ist die Vorbereitung auf die besonderen Anforderungen eines sozialwissenschaftlich orientierten medienwissenschaftlichen Studiums.
- **2. Mediensystem:** 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.
- **3. Medienrezeption und Medienwirkung:** Erworben werden Kenntnisse über die Nutzung der Massenmedien und die damit verbundenen Wirkungen. Überdies werden die wichtigsten Theo-

rien und Modelle der Kommunikationsforschung gelehrt. Die Studierenden sollen einen Einblick in die aktuellen Fragestellungen und Methoden der Rezeptions- und Wirkungsforschung erhalten.

- **4. Medienangebote und Medienanbieter:** 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.
- **5. Erhebungsmethoden:** Die wichtigsten Verfahren der Datenerhebung werden eingeübt. Neben Befragung und Inhaltsanalyse wird auf die Mediaforschung als besonders relevantes Praxisfeld eingegangen. Die Studierenden sollen lernen, selbstständig Erhebungsinstrumente zu entwickeln und einzusetzen.
- **6. Analyse empirischer Daten:** Die wichtigsten Verfahren zur Analyse empirischer Daten werden eingeübt. Neben den Grundlagen der Statistik werden die grundlegenden Strategien der Dateninterpretation vermittelt. Die Studierenden sollen lernen, selbstständig Analyseverfahren anzuwenden und statistische Daten sinnvoll zu präsentieren.
- **7. Management und Kommunikation in Organisationen:** Es wird in die Anwendung medienwissenschaftlicher Kenntnisse in den Berufsfeldern Marketing, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit eingeführt. Die Studierenden sollen die berufsfeldspezifischen Arbeitsanforderungen kennen lernen. In diesem Modul wird ein hohes Maß an Praxisorientierung angestrebt. Im Rahmen des Moduls ist ein externes berufsbezogenes Praktikum von zwei Monaten Dauer abzuleisten. Das Praktikum muss in Zusammenhang mit den Inhalten des Lehrmoduls stehen. In einem Projektseminar sollen die Studierenden das selbstständige und teambezogene wissenschaftliche Arbeiten unter praxisnahen Bedingungen üben.
- **8. Praxis des Medienmanagements:** In diesem Modul wird in die Anwendung medienwissenschaftlicher Kenntnisse in der betriebswirtschaftlichen Praxis der Medien und in die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre eingeführt. Die Studierenden sollen die berufsfeldspezifischen Arbeitsanforderungen kennen lernen. In diesem Modul wird ein hohes Maß an Praxisorientierung angestrebt. Im Rahmen des Moduls ist ein externes berufsbezogenes Praktikum von zwei Monaten Dauer abzuleisten. Das Praktikum muss in Zusammenhang mit den Inhalten des Lehrmoduls stehen. In einem Projektseminar sollen die Studierenden das selbstständige und teambezogene wissenschaftliche Arbeiten unter praxisnahen Bedingungen üben.
- **9. Tutorium und Projekte:** Im Tutorium assistiert der/die Studierende einer Lehrkraft bei der Vorbereitung und Durchführung einer Lehrveranstaltung. In der Projekttätigkeit sollen die Stu-

dierenden unter Anleitung einer Lehrkraft mit einem hohen Maß an Selbstständigkeit an Veranstaltungen und organisatorischen Aufgaben des IJK mitwirken.

- **10. Examensmodul:** Mit der Bachelor-Arbeit weist der/die Studierende nach, dass er/sie ein praxisrelevantes medienwissenschaftliches Thema selbstständig bearbeiten kann. In den beiden Abschlussprüfungen Methoden bzw. Medienwissenschaft werden die methodischen und medienwissenschaftlichen Kenntnisse geprüft.

Den genauen Inhalt der Studienmodule sowie die zu leistenden Pflicht- und Wahlveranstaltungen in den Studienmodulen regelt Anlage 1 zu dieser Studienordnung.

(3) Eines der beiden Praktika (siehe „Management und Kommunikation in Organisationen“ und „Praxis des Medienmanagements“) soll nach Möglichkeit im Ausland stattfinden. Praktika sind in der vorlesungsfreien Zeit zu absolvieren und müssen spätestens bis zur Meldung zur Abschlussprüfung nachgewiesen werden.

(4) Als Erstes muss das Modul „Einführung“ absolviert werden. Alle weiteren Module können erst im Anschluss studiert werden. Voraussetzung für das Studium der Module „Management und Kommunikation in Organisationen“ und „Praxis des Medienmanagements“ ist der Abschluss der Module „Erhebungsmethoden“ und „Analyse empirischer Daten“. Ausgeschlossen sind von dieser Regelung nur die externen Praktika.

§ 6
Studienleistungen

(1) Im Bachelor-Studiengang **Medienmanagement** beträgt die Zahl der **Semesterwochenstunden (SWS) 74.**

(2) Im Bachelor-Studiengang **Medienmanagement** beträgt die Zahl der **Credit Points 180.** Ein Credit Point repräsentiert dabei etwa 30 Arbeitsstunden.

(3) **Alle** Studienleistungen mit Ausnahme von Modul 1 „Einführung“, Modul 9 „Tutorium und Projekte“ sowie der beiden Praktika werden jeweils mit einem individuellen, benoteten Leistungsnachweis bewertet. Noten mit mindestens „ausreichend“ (4.0) bescheinigen eine erfolgreiche Teil-

nahme. 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.

(4) Für die Leistungsnachweise über die externen Praktika sind Berichte des/der Studierenden (Praktikumsberichte) und Bescheinigungen der Ausbildungsstellen über Art und Umfang des jeweiligen Praktikums vorzulegen. Die Praktika sind vorher hinsichtlich der Eignung der Ausbildungsstelle mit dem Praktikumsbeauftragten des Instituts für Journalistik und Kommunikationsforschung abzusprechen, der über die Anerkennung entscheidet.

§ 7
Studienfachberatung

Für die Studienfachberatung sind alle hauptamtlich Lehrenden am Bachelor-Studiengang Medienmanagement verantwortlich.

§ 8
Inkrafttreten

Diese Studienordnung tritt zum 01.10.2006 in Kraft. Sie gilt für Studierende mit Studienbeginn ab Wintersemester 2006/2007.

Anlage 1 zur Studienordnung Bachelor-Studiengang Medienmanagement

Modulverzeichnis mit zugehörigen Lehrveranstaltungen

1. Einführung	*Pflicht/ Wahl*	*SWS*	*Credit-Points*	*Bemer-kung*
Einführung in die Medien- und Kommunikations-wissenschaft	P	2	1	
Einführung in die empirische Sozialforschung	P	2	1	
Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten	P	2	1	
Summe		**6**	**3**	

2. Mediensystem	*Pflicht/ Wahl*	*SWS*	*Credit-Points*	*Bemer-kung*
Presse (Geschichte, Ökonomie, Recht)	P	2	3	
Rundfunk und Onlinemedien (Geschichte, Ökono-mie, Recht)	P	2	3	
Internationales Medienwesen	P	2	3	
Ausgewählte Felder des Mediensystems (z. B. Kino, Zeitschriften, Buch, Internet, Videospiele, aber auch Institutionen etc.)	W	2	3	
Summe		**8**	**12**	

3. Medienrezeption und Medienwirkung	*Pflicht/ Wahl*	*SWS*	*Credit-Points*	*Bemer-kung*
Einführung in die Rezeptionsforschung	P	2	3	
Einführung in die Medienwirkungsforschung	P	2	3	
Theorien und Modelle der Kommunikationsfor-schung	P	2	3	
Ausgewählte Bereiche der Rezeptions- und Me-dienwirkungsforschung (z. B. Unterhaltung, Politi-sche Kommunikation etc.)	W	2	3	
Summe		**8**	**12**	

4. Medienangebote und Medienanbieter	*Pflicht/ Wahl*	*SWS*	*Credit-Points*	*Bemer-kung*
Einführung in die Medieninhaltsforschung	P	2	3	
Einführung in die Kommunikatorforschung	P	2	3	
Theorien und Modelle der Medienrealität	P	2	3	
Ausgewählte Bereiche der Medieninhalts- und Kommunikatorforschung (z. B. PR-Forschung, Nachrichten, Unterhaltung, Multimedia-Journalismus)	W	2	3	
Summe		**8**	**12**	

5. Erhebungsmethoden	*Pflicht/ Wahl*	*SWS*	*Credit-Points*	*Bemer-kung*
Mediaforschung	P	2	3	
Befragung	P	2	4	
Inhaltsanalyse	P	2	4	
Ausgewählte Methoden (Exploration, Experiment, Beobachtung, zeitbezogene Erhebungsverfahren, Messen und Testen)	W	2	4	2 mal
Summe		**10**	**19**	

6. Analyse empirischer Daten	*Pflicht/ Wahl*	*SWS*	*Credit-Points*	*Bemer-kung*
Statistik und Datenanalyse I	P	2	4	
Statistik und Datenanalyse II	P	2	4	
Statistik und Datenanalyse III	P	2	4	
Werkstattseminar	P	4	12	
Summe		**10**	**24**	

7. Management und Kommunikation in Organisationen	*Pflicht/ Wahl*	*SWS*	*Credit-Points*	*Bemer-kung*
Personalwesen	P	2	3	FH Hann.
PR/Öffentlichkeitsarbeit	P	2	3	FH Hann.
Nebenfachmodul BWL C (Rechnungswesen II)	P	2	3	Uni Hann.
Praktikum mit Kolloquium I	P	2	14	
Ausgewählte Bereiche der Organisationskommunikation (z. B. Event-Management, Werbung, Mediaplanung, Journalismus, innerbetriebliche Kommunikation)	W	2	3	
Summe		**10**	**26**	

8. Praxis des Medienmanagements	*Pflicht/ Wahl*	*SWS*	*Credit-Points*	*Bemer-kung*
Nebenfachmodul BWL A (BWL I oder II)	P	2	3	Uni Hann.
Nebenfachmodul BWL B (BWL III oder IV)	P	2	3	Uni Hann.
Rechtliche Grundlagen der Medienpraxis	P	2	3	
Praktikum mit Kolloquium II	P	2	14	
Ausgewählte Bereiche des Medienmanagements (z. B. Medieninnovationen, E-Commerce)	W	2	3	
Summe		**10**	**26**	

9. Tutorium und Projekte	*Pflicht/ Wahl*	*SWS*	*Credit-Points*	*Bemer-kung*
Tutorium	P	2	3	
Projekttätigkeit	W		9	
Summe		**2**	**12**	

10. Examensmodul	*Pflicht/ Wahl*	*SWS*	*Credit-Points*	*Bemer-kung*
Examenskolloquium	P	2	2	
Bachelor-Arbeit	P		16	
Abschlussprüfung Methoden	P		8	
Abschlussprüfung Medienwissenschaft	P		8	
Summe		**2**	**34**	

Gesamt	*Pflicht/ Wahl*	*SWS*	*Credit-Points*	*Bemer-kung*
Summe		**74**	**180**	

Anlage 2 zur Studienordnung Bachelor-Studiengang Medienmanagement

Lehrveranstaltungen

Modul 1	*Einführung*

Name der LV	**Einführung in die Medien- und Kommunikationswissenschaft**
Modul	1: Einführung
Inhalt der LV	Einführung in Anwendungs- und Forschungsbereiche der Medien- und Kommunikationswissenschaft (Massenkommunikation, Mediensystem, Kommunikatorforschung, Medieninhalte, Medienwirkung/-rezeption)
Lernziele	Grundlagenkenntnisse der verschiedenen Bereiche und ausgewählter aktueller Entwicklungen, Vernetzungsfähigkeit für spätere Studieninhalte
Semester	1.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Übungsaufgaben
Credit Points	1

Name der LV	**Einführung in die empirische Sozialforschung**
Modul	1: Einführung
Inhalt der LV	Grundlagen der Methodologie (Hypothesen/Gesetze/Theorien, quantitative und qualitative Ansätze), Überblick über wichtige Erhebungsmethoden/Forschungsdesigns (Befragung, Inhaltsanalyse, Experiment, Querschnitt/Längsschnitt), Forschungsablauf (Schema), Operationalisierung/Messen
Lernziele	Grundlagenkenntnisse der Methodologie und Methoden empirischer Kommunikationsforschung, vernetzungsfähiges Wissen für folgende Seminare
Semester	1.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Übungsaufgaben, Exposé für ein Forschungsdesign (Gruppenarbeit)
Credit Points	1

Name der LV	**Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten**
Modul	1: Einführung
Inhalt der LV	wissenschaftliche Arbeitsformen, Phasen des Arbeitsprozesses, Recherchieren, Materialbeschaffung und -auswahl, wichtige Fachzeitschriften im Überblick, Kriterien wissenschaftlichen Arbeitens und wissenschaftlicher Arbeiten (insbesondere Hausarbeiten, Referate), Bibliographieren nach APA (Literaturliste, Zitate & Belege im Text)
Lernziele	Kenntnisse der Formen, der Kriterien und des prinzipiellen Ablaufs wissenschaftlichen Arbeitens sowie des Bibliographierens
Semester	1.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Übungsaufgaben, Kurzreferate
Credit Points	1

Modul 2	*Mediensystem*

Name der LV	**Presse**
Modul	2: Mediensystem
Inhalt der LV	Funktionen und Strukturen der Presse in Deutschland, historische Grundlagen, politische und rechtliche Rahmenbedingungen, Strukturwandel der ostdeutschen Printmedien, wesentliche Kategorien der Pressestatistik, Ursachen und Folgen von Pressekonzentration, wirtschaftliche Grundlagen im Pressewesen, Pressenutzung, aktuelle Trends bei Printmedien, Presse und Multimedia
Lernziele	Kenntnisse der wesentlichen Funktionen sowie der historischen, politischen, rechtlichen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen der Presse in Deutschland, Kenntnisse der wichtigsten Begrifflichkeiten und statistischen Kategorien zur Beschreibung und Analyse von Pressemärkten sowie zur Typisierung von Printmedien, Kenntnis grundlegender Parameter der Pressenutzung, Kenntnis wesentlicher wirtschaftlicher Zusammenhänge im Pressewesen
Semester	1.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Klausur 90 Minuten
Credit Points	3

Name der LV	**Rundfunk und Onlinemedien**
Modul	2: Mediensystem
Inhalt der LV	Klärung und Abgrenzung des Rundfunkbegriffs, Rundfunkgeschichte, Grundprinzipen und Funktionen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Struktur und Arbeitsweise der ARD, privater Rundfunk in Deutschland, Rundfunkneuordnung nach der Wiedervereinigung, Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts, wesentliche Rechtsgrundlagen der dualen Rundfunkordnung, Programmanbieter und Konkurrenzverhältnisse, wesentliche Kennziffern zur Fernseh- und Hörfunknutzung, Finanzierung und wirtschaftliche Rahmenbedingungen, Rundfunk im Zeitalter der Konvergenz
Lernziele	Kenntnis der wesentlichen Begrifflichkeiten, Kenntnisse der historischen, politischen, rechtlichen, wirtschaftlichen/finanziellen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen des Rundfunks in Deutschland, Kenntnisse der Grundlagen der Rundfunkaufsicht und -regulierung, Kenntnisse der wesentlichen Angebotsstrukturen und Konkurrenzverhältnisse im dualen System, Kenntnis der Kernpunkte der medienpolitischen Debatte zur Zukunft und zum Reformbedarf der Rundfunkordnung im Zeichen der Konvergenz
Semester	2.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Klausur 90 Minuten
Credit Points	3

Name der LV	**Internationales Medienwesen**
Modul	Modul 2: Mediensystem
Inhalt der LV	Darstellung und Vergleich unterschiedlicher Mediensysteme; Kompetenzen und Ziele der EU in der Medienpolitik
Lernziele	Kenntnis der Mediensysteme, der internationalen Medienpolitik und ihrer Regulierungssysteme; Beurteilung medienpolitischer Tendenzen und Technologiefolgenabschätzung
Semester	3. oder 4.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Referat und Hausarbeit; Teilnahme an Exkursion
Credit Points	3

Name der LV	Ausgewählte Felder des Mediensystems
Modul	2: Mediensystem
Inhalt der LV	Vertiefung eines spezifischen Bereichs des Mediensystems, z. B. Kino, Zeitschriften, Buch, Internet, Videospiele, aber auch Institutionen etc.
Studienziele	Vertiefte Kenntnisse eines ausgewählten Bereichs des Mediensystems: Kenntnisse über wichtigste Begriffe, Organisation, Kennzahlen etc.
Semester	5.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Je nach Art der Veranstaltung, i. d. R. Referat und Hausarbeit
Credit Points	3

Modul 3 Medienrezeption und Medienwirkung

Name der LV	**Einführung in die Rezeptionsforschung**
Modul	3: Medienrezeption und Medienwirkung
Inhalt der LV	Rezeptionsbegriff; kognitions- und sozialpsychologische Grundlagen der Informationsverarbeitung wie Wahrnehmung, Aufmerksamkeit, Selektion, Involvement; Theorien der Informationsverarbeitung und Urteilsbildung, wie z. B. Elaboration-Likelihood-Model; Rezeptionsansätze wie Uses and Gratifications, Mood-Management, Rezeptionsmodalitäten
Lernziele	Kenntnisse der wichtigsten Ansätze und Befunde zu psychologischen und sozialen Einflussgrößen, die bei der Selektion, Verarbeitung und Nutzung medialer Inhalte eine Rolle spielen
Semester	3.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Klausur 90 Minuten
Credit Points	3

Name der LV	**Einführung in die Medienwirkungsforschung**
Modul	3: Medienrezeption und Medienwirkung
Inhalt der LV	Der kommunikationswissenschaftliche Wirkungsbegriff, die Vorstellung starker Medienwirkung in der frühen Medienwirkungsforschung (Stimulus-Response-Ansatz, Payne Fund Studies, Invasion from Mars, Persuasionsforschung), die Entwicklung des Limited-Effects-Modells (Erie County Studie, Limited-Effects-Studien, Klapper), der aktive Rezipient (Selektive Wahrnehmung, Uses and Gratifications, kognitionspsychologische Ansätze), moderne Ansätze der Medienwirkungsforschung (Knowlege Gap, Kultivation, Schweigespirale, Agenda-Setting), Wirkung von Gewaltdarstellungen
Lernziele	Die Studierenden sollen die wichtigsten Ansätze der Medienwirkungsforschung begreifen und ihre methodische Umsetzung verstehen und kritisch hinterfragen können. Sie sollen in die Lage versetzt werden, aktuelle Diskussionen zur Medienwirkung auf Basis kommunikationswissenschaftlicher Erkenntnisse zu bewerten.
Semester	2.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Klausur 90 Minuten
Credit Points	3

Name der LV	**Theorien und Modelle der Kommunikationsforschung**
Modul	3: Medienrezeption und Medienwirkung
Inhalt der LV	Wissenschaftstheorie: Theoriebegriff, Modellbegriff; Begriff der Kommunikation, Begriff der Massenkommunikation; zentrale Ansätze, Theorien und Modelle der Kommunikationswissenschaft, insbesondere der Medienwahl- und Medienwirkungsforschung (selective exposure theory, Uses and Gratifications Approach, Kultivation, Agenda-Setting, Knowledge Gap, Schweigespirale, General Aggression Model)
Lernziele	Erwerb von breitem Grundlagenwissen über die Kommunikationswissenschaft, ihre Arbeitsweisen und Produkte; Auseinandersetzung mit der Fachidentität und Kennenlernen der wichtigsten Forschungsbereiche zur Vororientierung im Studium und Anknüpfung vertiefender Inhalte in Folgeveranstaltungen
Semester	1.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Klausur 75-90 Minuten
Credit Points	3

Name der LV	**Ausgewählte Bereiche der Rezeptions- und Wirkungsforschung**
Modul	3: Medienrezeption und Medienwirkung
Inhalt der LV	Vertiefung eines spezifischen Bereichs der Rezeptions- und Wirkungsforschung, z. B. Unterhaltung, politische Kommunikation, Framing etc.
Studienziele	vertiefte Kenntnisse eines ausgewählten Bereichs der Rezeptions- und Wirkungsforschung: Kenntnisse über wichtigste Begriffe, Studien, Positionen etc.
Semester	4.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	je nach Art der Veranstaltung, i. d. R. Referat und Hausarbeit
Credit Points	3

Modul 4	*Medienangebote und Medienanbieter*

Name der LV	**Einführung in die Medieninhaltsforschung**
Modul	4: Medienangebote und Medienanbieter
Inhalt der LV	Vermittlung der theoretischen Ansätze und der medienspezifischen Besonderheiten; kulturelle Spezifika im internationalen Vergleich
Lernziele	Kenntnisse in Theorie und Methodik der Medieninhaltsforschung anhand exemplarischer Studien; Erfassung medienspezifischer Besonderheiten und Positionierung über Inhalte; Urteilsfähigkeit hinsichtlich medialer Vermittlungsformen und Qualitätskriterien
Semester	2.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Klausur 90 Minuten
Credit Points	3

Name der LV	**Einführung in die Kommunikatorforschung**
Modul	4: Medienangebote und Medienanbieter
Inhalt der LV	Arbeitsweisen und Organisation in Medienberufen, Ausbildung, Berufsfelder, Funktionen; angewandte Studien und Methoden in der Kommunikatorforschung
Lernziele	Kenntnis der spezifischen Leistungen und Funktionen in den unterschiedlichen Kommunikationsberufen; Kenntnis der wichtigsten Methoden der Kommunikatorforschung
Semester	3.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Referat und mündliche Prüfung oder Klausur
Credit Points	3

Name der LV	**Theorien und Modelle der Medienrealität**
Modul	4: Medienangebote und Medienanbieter
Inhalt der LV	Zusammenhang Realitätsbegriff und Medienrealität, Problematik des Ereignisbegriffs, relevante Konstrukte wie Objektivität, Ausgewogenheit usw., mediale Selektionsansätze wie Nachrichtenwerttheorie, Gatekeeperforschung, News-Bias, intrinsische und extrinsische Faktoren
Lernziele	Kenntnisse der wichtigsten Ansätze zur Erklärung medialer Selektion, Kenntnis der erkenntnistheoretischen Debatte um die Nachrichtenwerttheorie; Kenntnis der wichtigsten methodischen Zugänge zu den Vergleichen von Realität und Medienrealität
Semester	3.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Klausur 90 Minuten
Credit Points	3

Name der LV	**Ausgewählte Bereiche der Medieninhalts- und Kommunikatorforschung**
Modul	4: Medienangebote und Medienanbieter
Inhalt der LV	Vertiefung eines spezifischen Bereichs der Medieninhalts- und Kommunikatorforschung, z. B. PR-Forschung, Nachrichten, Unterhaltung, Multimedia-Journalismus etc.
Studienziele	vertiefte Kenntnisse eines ausgewählten Bereichs der Medieninhalts- und Kommunikatorforschung: Kenntnisse über wichtigste Begriffe, Struktur, Organisation, Studien, Positionen etc.
Semester	3. oder 4.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	je nach Art der Veranstaltung, i. d. R. Referat und Hausarbeit
Credit Points	3

Modul 5 Erhebungsmethoden

Name der LV	**Mediaforschung**
Modul	5: Erhebungsmethoden
Inhalt der LV	Zielsetzungen der Mediaforschung; Methoden der Mediaforschung in den Bereichen: Printmedien, Fernsehen, Hörfunk und Online
Lernziele	Kenntnisse der wichtigsten Methoden und ihrer Probleme; Kenntnis der wichtigsten Begrifflichkeiten im Bereich Mediaforschung
Semester	1.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Klausur 90 Minuten
Credit Points	3

Name der LV	**Befragung**
Modul	5: Erhebungsmethoden
Inhalt der LV	Aufbau und Ablauf standardisierter Befragung, Fragetechniken, Modi, Stichprobe, theoretische Einbettung des Befragungsprozesses
Studienziele	Kenntnisse des Befragungsprozesses, der wichtigsten Befragungstechniken und ihrer Probleme; praktische Umsetzung in einen Fragebogen und Anwendung in einem Projekt
Semester	1.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Übungsaufgaben und gemeinsames Projekt
Credit Points	4

Name der LV	**Inhaltsanalyse**
Modul	5: Erhebungsmethoden
Inhalt der LV	Vermittlung theoretischer und forschungspraktischer Kenntnisse der quantitativen Inhaltsanalyse. Die Veranstaltung stellt eine Einführung in die Methode dar. Von der Forschungsfrage und deren Operationalisierung über die Entwicklung eines Kategorienschemas bis zur Datenerhebung werden die einzelnen Phasen des Forschungsprozesses behandelt. Dabei werden auch methodologische Aspekte, wie z. B. die Gütekriterien der Inhaltsanalyse, erörtert. Die theoretischen Kenntnisse werden in einem forschungspraktischen Teil anhand einer konkreten Fragestellung angewendet.
Lernziele	Methodisches Grundlagenwissen zur Inhaltsanalyse und Anwendung der Kenntnisse im Rahmen eines kleineren Projektes; Konzeption und Anwendung einfacher und komplexer Kategoriensysteme zur systematischen Erfassung von Medieninhalten
Semester	2.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Beschreiben und Kritisieren einer Inhaltsanalyse aus der Literatur; Entwicklung und Durchführung eines Inhaltsanalyseprojektes (unter Anleitung) mit Forschungsbericht
Credit Points	4

Name der LV	**Ausgewählte Methoden I & II**
Modul	5: Erhebungsmethoden
Inhalt der LV	Vertiefung einer spezifischen Methode oder einer Methodenkombination, z. B. Leitfadeninterview, Experiment, Beobachtung, zeitbezogene Erhebungsverfahren, Messen und Testen
Studienziele	vertiefte Kenntnisse einer ausgewählten Methode: Kenntnisse über wichtigste Begriffe, Anwendungsgebiete, Vorgehen etc.
Semester	3. und 4.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	je nach Art der Veranstaltung, i. d. R. Übungsaufgaben
Credit Points	4

Modul 6 *Analyse empirischer Daten*

Name der LV	**Statistik und Datenanalyse I**
Modul	6: Analyse empirischer Daten
Inhalt der LV	Einführung in Methoden und Maßzahlen der beschreibenden Statistik (Deskriptivstatistik), univariate und bivariate Verteilungen, Maße der zentralen Tendenz, Streuungsmaße, Assoziations-/Korrelationsmaße für nominales, ordinales und metrisches Datenniveau, einfache lineare Regression; Anwendung dieses statistischen Wissens in SPSS
Lernziele	Kenntnisse über den Aufbau und die Auswertung von sozialwissenschaftlichen Daten, Kenntnisse der grundlegenden deskriptiven Auswertungsverfahren und deren Anwendung in SPSS; grundlegendes Verständnis der Prinzips der (Partial-)Korrelation und der linearen Regressionsanalyse
Semester	1.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	SPSS-Übungsaufgabe, Klausur 90 Minuten
Credit Points	4

Name der LV	**Statistik und Datenanalyse II**
Modul	6: Analyse empirischer Daten
Inhalt der LV	Einführung in die schließende Statistik (Inferenzstatistik); Vermittlung der Grundbegriffe der Wahrscheinlichkeitsrechnung, verschiedene Verteilungsfunktionen, Kriterien und Methoden der Parameterschätzung, Testlogik und -hypothesen, Grundprinzip des Signifikanztests, Mittelwertvergleiche, t-Test bei einer Stichprobe, t-Test bei unabhängigen Stichproben, einfaktorielle Varianzanalyse, Anwendung der Verfahren in SPSS
Lernziele	Kenntnisse über Grundbegriffe der Inferenzstatistik (Grundgesamtheit, Stichprobe, Normalverteilung, Hypothesen), Vermittlung der Signifikanztestlogik und Parameterschätzung, Grundprinzip der Varianzanalyse
Semester	2.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	SPSS-Übungsaufgabe, Klausur 90 Minuten
Credit Points	4

Name der LV	**Statistik und Datenanalyse III**
Modul	6: Analyse empirischer Daten
Inhalt der LV	Einführung in die multivariate Statistik, Grundlagen wichtiger multivariater Analyseverfahren: 1. Faktoranalyse: Hauptkomponentenanalyse, Kommunalitäten, Eigenwerte, Faktorladungen/Faktorladungsmatrix, Rotation, Faktorwerte; Skalenbildung/Reliabilitätsanalyse 2. Multiple Regressionsanalyse: Gesamtmodell, Regressionsgleichung, beta-Werte, Prämissenüberprüfung 3. Varianzanalyse: Post-hoc-Tests, mehrfaktorielle Varianzanalyse (Varianzzerlegung, Haupt- und Interaktionseffekte, Interaktionsdiagramme)
Lernziele	Kenntnisse der o. g. multivariaten Analyseverfahren; jeweils Grundprinzip, Durchführung in SPSS, Darstellung und Interpretation der Ergebnisse
Semester	3.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Übungsaufgaben, Klausur 90 Minuten
Credit Points	4

Name der LV	**Werkstattseminar**
Modul	6: Analyse empirischer Daten
Inhalt der LV	Vollständige Durchführung eines Forschungsprojekts zur Beantwortung einer wissenschaftlichen Fragestellung. Im Seminar wird eine Forschungsfrage diskutiert, der Forschungsstand (Theorie und Ergebnisse) wird aufbereitet, die Fragestellung wird konkretisiert, und es werden geeignete Forschungsmethoden entwickelt und angewendet, es wird ein Forschungsbericht nach wissenschaftlichem Standard erstellt.
Lernziele	Die Studierenden sollen einen möglichst vollständigen Einblick in den Forschungsprozess erhalten. Sie sollen sich in die entsprechenden Abläufe einüben und diese reflektieren. Die Studierenden sollen lernen, dass alle Phasen des Forschungsprozesses aufeinander bezogen sein müssen. Sie sollen Urteilsvermögen und analytische Fähigkeiten entwickeln, mit der sie die Angemessenheit bestimmter Erhebungs- und Analysemethoden als zentrales Kriterium für die Qualität empirischer Forschung bewerten können.
Semester	4. und 5.
Semesterwochenstunden	2 x 2
Leistungsanforderungen	Aktive Mitarbeit, Forschungsbericht, Zwischenberichte und Präsentationen
Credit Points	12

Modul 7	*Management und Kommunikation in Organisationen*

Name der LV	**Personalwesen**
Modul	7: Management und Kommunikation in Organisationen
Inhalt der LV	Personalwesen umfasst alle Tätigkeiten, die der Sicherung des erforderlichen Personalbestands sowie der Aufrechterhaltung der Leistungsfähigkeit und -bereitschaft der Menschen in einem Unternehmen oder einer Organisation dienen.
Lernziele	Es kann zwischen Personalpolitik (personelle Entscheidungen), Personalführung (Verhältnis zwischen Vorgesetzen und Mitarbeitern) und der Personalverwaltung (administrative Aufgaben) unterschieden werden.
Semester	4.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Detaillierte Beschreibung in der Veranstaltung
Credit Points	3

Name der LV	**PR/Öffentlichkeitsarbeit**
Modul	7: Management und Kommunikation in Organisationen
Inhalt der LV	Funktionen, Arbeitsweisen und Instrumente der PR/Öffentlichkeitsarbeit, Theorie und Praxis, rechtliche und wirtschaftliche Grundlagen
Lernziele	Grundlagenkenntnisse der Lerninhalte, Erwerb von Fähigkeiten und Fertigkeiten hinsichtlich der Organisation und Planung von Maßnahmen der PR/Öffentlichkeitsarbeit
Semester	5.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Übungsaufgaben, Referat
Credit Points	3

Name der LV	**Nebenfachmodul BWL C (Rechnungswesen II)**
Modul	7: Management und Kommunikation in Organisationen
Inhalt der LV	Kosten- und Leistungsrechnung (Es wird empfohlen, zusätzlich die Veranstaltung „Rechnungswesen I“ ohne qualifizieren Leistungsnachweis zu belegen)
Lernziele	Verständnis und Kenntnisse über die o. a. Inhalte
Semester	3.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Klausur 60 Minuten
Credit Points	3

Name der LV	**Praktikum mit Kolloquium I**
Modul	7: Management und Kommunikation in Organisationen (alternativ Modul 8: Praxis des Medienmanagements)
Inhalt der LV	Wichtige Informationen zu Praktika am IJK (mögliche Bereiche, Voraussetzungen für Anerkennung, Auslandspraktika, Praktikumszeugnisse), studentische Präsentationen bereits absolvierter Praktika, Gastvorträge von Praktikern
Lernziele	Kenntnisse der Informationsmöglichkeiten, Arbeitsfelder und Anerkennungsvoraussetzungen für Praktika; kritische Reflexion des eigenen Praktikums
Semester	1.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Regelmäßige Teilnahme, zweimonatiges Praktikum und Praktikumsbericht gemäß Leitfaden
Credit Points	14

Name der LV	**Ausgewählte Bereiche der Organisationskommunikation**
Modul	7: Management und Kommunikation in Organisationen
Inhalt der LV	Vertiefung eines spezifischen Bereichs der Organisationskommunikation, z. B. Event-Management, Werbung, Mediaplanung, Journalismus, innerbetriebliche Kommunikation etc.
Studienziele	vertiefte Kenntnisse eines ausgewählten Bereichs der Organisationskommunikation: Kenntnisse über wichtigste Begriffe, Struktur, Organisation etc.
Semester	4.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	je nach Art der Veranstaltung, i. d. R. Referat und Hausarbeit
Credit Points	3

Modul 8 *Praxis des Medienmanagements*

Name der LV	**Nebenfachmodul BWL A (BWL I)**
Modul	8: Praxis des Medienmanagements
Inhalt der LV	Wissenschaftsverständnis; Strategie, Strategisches Management und Unternehmenserfolg; Unternehmensverfassung
Lernziele	Verständnis und Kenntnisse über die o. a. Inhalte
Semester	1. oder 3.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Klausur 60 Minuten
Credit Points	3

Name der LV	**Nebenfachmodul BWL A (BWL II)**
Modul	8: Praxis des Medienmanagements
Inhalt der LV	Strategisches Marketing; Marktforschung; Produktpolitik; Absatzpolitische Instrumente des Marketing
Lernziele	Verständnis und Kenntnisse über die o. a. Inhalte
Semester	1. oder 3.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Klausur 60 Minuten
Credit Points	3

Name der LV	**Nebenfachmodul BWL B (BWL III)**
Modul	8: Praxis des Medienmanagements
Inhalt der LV	Einsatz von Ressourcen; Produktionsmanagement; Personalmanagement; Finanzmanagement
Lernziele	Verständnis und Kenntnisse über die o. a. Inhalte
Semester	2. oder 4.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Klausur 60 Minuten
Credit Points	3

Name der LV	**Nebenfachmodul BWL B (BWL IV)**
Modul	8: Praxis des Medienmanagements
Inhalt der LV	Aufbau der Unternehmensorganisation; Planungs-, Budgetierungs- und Controllingsysteme; Organisationsstruktur und organisatorischer Wandel
Lernziele	Verständnis und Kenntnisse über die o. a. Inhalte
Semester	2. oder 4.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Klausur 60 Minuten
Credit Points	3

Name der LV	**Rechtliche Grundlagen der Medienpraxis**
Modul	8: Praxis des Medienmanagements
Inhalt der LV	Verfassungsrechtliche Grundlagen für das Recht der Medien, zivilrechtliche, arbeitsrechtliche und strafrechtliche Dimensionen, Internet- und Multimediarecht
Lernziele	Grundlagenkenntnisse der verschiedenen Rechtsbereiche sowie ausgewählter aktueller Rechtsentwicklungen
Semester	4.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	Klausur
Credit Points	3

Name der LV	**Praktikum mit Kolloquium II**
Modul	8: Praxis des Medienmanagements (alternativ Modul 7: Management und Kommunikation in Organisationen)
Inhalt der LV	Wichtige Informationen zu Praktika am IJK (mögliche Bereiche, Voraussetzungen für Anerkennung, Auslandspraktika, Praktikumszeugnisse), studentische Präsentationen bereits absolvierter Praktika, Gastvorträge von Praktikern
Lernziele	Kenntnisse der Informationsmöglichkeiten, Arbeitsfelder und Anerkennungsvoraussetzungen für Praktika; kritische Reflexion des eigenen Praktikums
Semester	3. oder 5.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	regelmäßige Teilnahme, zweimonatiges Praktikum und Praktikumsbericht gemäß Leitfaden, Vorstellung eines eigenen Praktikums im Seminar (Referat)
Credit Points	14

Name der LV	**Ausgewählte Bereiche des Medienmanagements**
Modul	8: Praxis des Medienmanagements
Inhalt der LV	Vertiefung eines spezifischen Bereichs des Medienmanagements, z. B. Medieninnovationen, E-Commerce etc.
Studienziele	vertiefte Kenntnisse eines ausgewählten Bereichs des Medienmanagements: Kenntnisse über wichtigste Begriffe, Struktur, Organisation, Abläufe etc.
Semester	5.
Semesterwochenstunden	2
Leistungsanforderungen	je nach Art der Veranstaltung, i. d. R. Referat und Hausarbeit
Credit Points	3

Modul 9	***Tutorium und Projekte***

Siehe Anlage 4

Anlage 3 zur Studienordnung Bachelor-Studiengang Medienmanagement

Musterstudienplan

SWS	*Veranstaltung*	*Credits-Points*	*Bemerkung*
	1. Semester (Winter)		
Pflichtveranstaltungen (im 1-jährigen Turnus)			
2	Einführung in die Medien- und Kommunikationswissenschaft	1	Pflichtmäßige Blockveranstaltung zu Beginn des Semesters
2	Einführung in die empirische Sozialforschung	1	Pflichtmäßige Blockveranstaltung zu Beginn des Semesters
2	Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten	1	Pflichtmäßige Blockveranstaltung zu Beginn des Semesters
2	Presse	3	
2	Theorien und Modelle der Kommunikationsforschung	3	
2	Mediaforschung	3	
2	Befragung	4	
2	Statistik und Datenanalyse I	4	
2	Praktikum mit Kolloquium I	14	
2	Nebenfachmodul BWL A (BWL I oder II)	3	auch im 3. Semester möglich
	2. Semester (Sommer)		
Pflichtveranstaltungen (im 1-jährigen Turnus)			
2	Rundfunk und Onlinemedien	3	
2	Einführung in die Medienwirkungsforschung	3	
2	Einführung in die Medieninhaltsforschung	3	
2	Inhaltsanalyse	4	
2	Statistik und Datenanalyse II	4	
2	Nebenfachmodul BWL B (BWL III oder IV)	3	auch im 4. Semester möglich
	3. Semester (Winter)		
Pflichtveranstaltungen (im 1-jährigen Turnus)			
2	Einführung in die Rezeptionsforschung	3	
2	Einführung in die Kommunikatorforschung	3	
2	Theorien und Modelle der Medienrealität	3	
2	Statistik und Datenanalyse III	4	
2	Nebenfachmodul BWL C (Rechnungswesen II)	3	
2	Praktikum mit Kolloquium II (eigener Vortrag)	14	auch nach dem 5. Semester möglich
2	Ausgewählte Bereiche der Medieninhalts- und Kommunikatorforschung oder Internationales Medienwesen	3	
2	Ausgewählte Methoden I	4	

	4. Semester (Sommer)		
2	Ausgewählte Bereiche der Organisationskommunikation	3	
2	Ausgewählte Bereiche der Rezeptions- und Medienwirkungsforschung	3	
2	Ausgewählte Bereiche der Medieninhalts- und Kommunikatorforschung oder Internationales Medienwesen	3	
2	Werkstattseminar Teil I		
2	Personalwesen	3	
2	Rechtliche Grundlagen der Medienpraxis	3	
2	Ausgewählte Methoden II	4	
	5. Semester (Winter)		
2	Ausgewählte Felder des Mediensystems	3	
2	Ausgewählte Bereiche des Medienmanagements	3	
2	Werkstattseminar Teil II	12	
2	PR/Öffentlichkeitsarbeit	3	
2	Examenskolloquium	2	
	6. Semester (Sommer)		
	Bachelor-Arbeit	16	
	Abschlussprüfung Methode	8	
	Abschlussprüfung Medienwissenschaft	8	

- Das Tutorium (2 SWS/3 CP) kann in einem beliebigen Semester absolviert werden
- Die Projekttätigkeit (9 CP) ist geregelt durch das Zusatzblatt (s. Anhang 4 zu dieser Studienordnung)
- Alle Lehrveranstaltungen sollen bis zum Ende des 5. Semesters absolviert werden
- Die Bachelor-Arbeit soll im 6. Semester (spätestens ab 15.04.) verfasst werden
- Die mündlichen Prüfungen sollen im Zeitraum vom 15. bis 30.09. stattfinden

Anlage 4 zur Studienordnung Bachelor-Studiengang Medienmanagement

Tutorium und Projekte

Insgesamt 9 von 180 nachzuweisenden Credit Points (CP) müssen durch Projekttätigkeiten erworben werden. Projektbezogene CP können in zwei Kategorien erworben werden:

1. Unterstützung und Mitwirkung an wissenschaftlicher Forschung des IJK
2. Projektorganisation und Veranstaltungsarbeit

CP für Projekttätigkeiten müssen aus diesen beiden Kategorien erworben werden, wobei mindestens drei CP aus jeder Kategorie stammen müssen. Es können also maximal 6 CP aus einer der Kategorien (1) oder (2) erworben werden.

1.1. Kategorie „Unterstützung und Mitwirkung an wissenschaftlicher Forschung des IJK“

In dieser Kategorie sollen CP für die Mitwirkung an Forschungsprojekten des IJK erworben werden. Diese Mitwirkung als Unterstützung der jeweiligen Projektleitung (in der Regel ein/e Professor/in oder ein/e wissenschafliche/r Mitarbeiter/in des Hauses oder ein Team von IJK-Wissenschaftler/inne/n) kann etwa bestehen in

- Literaturrecherche, -katalogisierung, -sichtung und/oder -aufbereitung
- Zuarbeit bei der Konzeption und/oder Realisation von Erhebungsinstrumenten wie Fragebögen oder Kategoriensystemen
- Durchführung von Datenerhebungen (z. B. Durchführung von Interviews, Codierung im Rahmen von Inhaltsanalysen, Versuchsleitung bei Experimenten, Rekrutierung von Studienteilnehmer/inne/n, Terminmanagement, Fragebogenversand)
- Dateneingabe oder Verschriftlichung qualitativer Rohdaten (Transkription)
- Unterstützung bei der Datenanalyse in Absprache mit der Projektleitung
- Mitwirkung an empirischen Untersuchungen des IJK als Teilnehmer/in (z. B. von Befragungen, Beobachtungen oder Experimenten)
- Sonstige unterstützende Tätigkeiten (z. B. Illustration von Laboranordnungen durch Fotos) gemäß den Weisungen der Projektleitung

Das Procedere zum Erwerb von CP in dieser Kategorie kann wie folgt strukturiert sein:

- IJK-Wissenschaftler/innen veröffentlichen Projektvorhaben mit der Möglichkeit zum Erwerb von CP für BA-Studierende (einschließlich möglicher Mitwirkungsvoraussetzungen wie etwa vollständig und erfolgreich abgeschlossene (Methoden-)Seminare und Kurzbeschreibung der vom Studierenden erwarteten Projekttätigkeit). Diese Vorhaben können aus laufenden Forschungsprojekten, Werkstatt- und Forschungsseminaren oder Abschlussarbeiten stammen. Studierende, die im Rahmen ihrer Abschlussarbeit Probanden suchen, können diese nur in Absprache mit einem/einer Institutsmitarbeiter/in am IJK rekrutieren. Beim Studentensekretariat soll eine Liste der zum Teilnahmenachweis verfügbaren Studienvorhaben geführt und laufend aktualisiert werden.
- Interessierte Studierende bewerben sich bei der Projektleitung um Aufnahme in das Projekt und verpflichten sich, die erforderlichen Tätigkeiten und Leistungen in Absprache und unter Weisung der Projektleitung fristgerecht zu erbringen.

Alternativ können sich auch studentische Forschungsgruppen zu einer bestimmten Fragestellung etablieren, die IJK-Wissenschaftler/innen ansprechen, um sie als Projektleitung zu gewinnen.

- Der konkrete Umfang und die Modalitäten der Projekttätigkeit werden von der Projektleitung bestimmt. Der zu leistende Aufwand orientiert sich an der üblichen Maßgabe von 30 Stunden Arbeit pro CP. Je nach Umfang der Tätigkeit können in einem Projekt auch mehrere CP erworben werden.
- Nach Vollendung der vereinbarten Projekttätigkeit stellt die Projektleitung dem Studierenden eine unbenotete Bescheinigung mit dem Nachweis der erworbenen CP aus. Dieser muss dann dem Studentensekretariat zur elektronischen Erfassung vorgelegt werden.

1.2. Kategorie „Projektorganisation und Veranstaltungsarbeit"

In dieser Kategorie sollen CP für die Mitwirkung an Veranstaltungen und nichtforschungsbezogenen Aktivitäten des IJK erworben werden. Hierbei handelt es sich in der Regel um das „IJK-Forum", das in Absprache mit dem Direktor des Instituts studentisch organisiert wird, oder aber um andere Veranstaltungen wie Fachtagungen, Workshops und Pressekonferenzen. Um CP in diesem Bereich zu erwerben, ist eine zumindest beaufsichtigende Begleitung der Projektaktivität durch eine/n IJK-Mitarbeiter/in zwingend erforderlich. Die für diese Kategorie typische Projekttätigkeit kann beispielsweise bestehen in

- Leitende Organisation des IJK-Forums (für die in der Regel 4 CP erworben werden): Den Organisatoren obliegt auch die Abstimmung mit der Institutsleitung einschließlich eines Vorschlags zum Einsatz derjenigen Studierenden, die ebenfalls CP durch Mitwirkung am Forum erwerben möchten. Dieser Arbeits- und Zeitplan muss von der Direktion genehmigt werden, um den Erwerb von CP zu ermöglichen.
- Unterstützungsfunktion für das IJK-Forum oder andere Veranstaltungen des IJK, beispielsweise durch Location Management, Sponsorensuche und -betreuung, Catering, Programmgestaltung und Ablaufmanagement, Einladungsmanagement, Medienarbeit/PR, Referentenakquise. Diese Tätigkeiten werden in Absprache mit der jeweiligen Veranstaltungsleitung (im Falle des IJK-Forums mit den Studierenden der Forums-Organisation, in allen anderen Fällen mit den verantwortlichen Institutsmitarbeiter/inne/n) ausgeführt.
- Der konkrete Umfang und die Modalitäten der Projekttätigkeit werden von der Veranstaltungsleitung bestimmt. Der zu leistende Aufwand orientiert sich an der üblichen Maßgabe von 30 Stunden Arbeit pro CP. Je nach Umfang der Tätigkeit können durch Mitwirkung an einer Veranstaltung auch mehrere CP erworben werden.
- Nach Vollendung der vereinbarten Projekttätigkeit stellt die Veranstaltungsleitung dem Studierenden eine unbenotete Bescheinigung mit dem Nachweis der erworbenen CP aus. Dieser muss dann dem Studentensekretariat zur elektronischen Erfassung vorgelegt werden.

In diese Kategorie fallen auch das Engagement für die *PR-AG,* die *Theater-AG* und andere *studentische Arbeitsgemeinschaften/Teams des IJK*.