

§ 33 Studiengang Medien und Kommunikation

- (1) **Studienumfang**
 Der Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen beträgt 120 Credits in 4 Semestern.

- (2) **Noten und Notenberechnung**
 Die Note eines Moduls errechnet sich aus den Noten der im Modul enthaltenen Prüfungsleistungen entsprechend den jeweiligen Gewichtungen. Besteht ein Modul aus mehreren Prüfungsleistungen, so errechnet sich die Note des Moduls im gleichgewichtigen Verhältnis, es sei denn im Rahmen der Tabelle ist eine andere Aufteilung vermerkt. Für den erfolgreichen Abschluss eines Moduls müssen alle Prüfungsleistungen bestanden sein. Für das Bestehen einer Prüfungsleistung müssen alle Klausurarbeiten und sonstigen Arbeiten bestanden sein.

- (3) **Studienplan**
 Es werden ein Pflichtbereich, ein Vertiefungsbereich und ein interdisziplinärer Bereich angeboten. Die Bereiche unterteilen sich in Module
 1. **Pflichtbereich**
 Im Pflichtbereich müssen neben den zwei Veranstaltungen aus dem Kernmodul weitere 3 Veranstaltungen aus dem Wahlmodul ausgewählt werden. Der Umfang des Pflichtbereichs beträgt insgesamt 20 Credits.
 Zur Pflicht gehört auch die Masterarbeit. Die Masterarbeit inklusive der Präsentation und der Verteidigung in einem Kolloquium hat einen Umfang von 30 Credits und eine Dauer von 6 Monaten.
 2. **Vertiefungsbereich**
 Es werden drei Studienrichtungen zur Vertiefung angeboten: „Mediengestaltung“, „Innovation, Marketing und Management“ und „IT: Interaktion in vernetzten Welten“.
 Die/Der Studierende entscheidet sich idealerweise zu Beginn oder spätestens im Laufe des ersten Fachsemesters für eine Studienrichtung, in der sie/er dann mindestens 30 Credits belegt. Dabei kann die durch den Auswahlausschuss aufgrund der eingereichten Unterlagen ausgesprochene Empfehlung bei der Wahl der Studienrichtung eine Orientierungshilfe sein.
 3. **Interdisziplinärer Bereich**
 Ergänzend können im interdisziplinären Bereich Module mit bis zu 20 Credits belegt werden.
 4. Die Creditsumme aus 2. und 3. beträgt 70 Credits.

- (4) **Lehrveranstaltungen**
 Die für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Lehrveranstaltungen sowie die zugehörigen Prüfungsleistungen ergeben sich aus den folgenden Tabellen. Auf Beschluss des Fakultätsrats können Lehrveranstaltungen auch in englischer Sprache abgehalten und geprüft werden. Inhalte, Anzahl und Wiederholungsrhythmus der Veranstaltungen können auf Beschluss des Fakultätsrats je nach verfügbarer Lehrkapazität und geänderten Studienanforderungen angepasst werden. Die Lehrveranstaltungen werden i.d.R. einmal pro Jahr angeboten, so dass in etwa die Hälfte einer Studienrichtung zum Sommer- bzw. Wintersemester studierbar ist.

Vertiefungsbereich in der Studienrichtung Mediengestaltung

Nr.	Modul	C	Nr.	Lehrveranstaltung	Art	WS: SWS / C	SS: SWS / C	Prüf.- leistg.	Ge- wicht
MuK-01	Sound A/R/T Konzeption und Studio	10	M+I710	Sound A/R/T Konzeption	S	2 / 5		KWA	1/2
			M+I711	Sound A/R/T Studio Realisation	S		2 / 5	KWA	1/2
MuK-02	Visual Music (Projection Mapping, Audiovisuelle Performance)	10	M+I712	Konzeption Visuelle Musik	S	2 / 5		HA	1/2
			M+I713	Produktion Visuelle Musik	S		2 / 5	PA	1/2
MuK-03	Cross Media Publishing	10	M+I714	Konzeption Crossmedia/Print	S	2 / 5		KWA	1/2
			M+I715	Produktion Crossmedia/Print	S		2 / 5	KWA	1/2

Nr.	Modul	C	Nr.	Lehrveranstaltung	Art	WS: SWS / C	SS: SWS / C	Prüf- leistg.	Ge- wicht
MuK-04	Dokumentarfilm/ Videojournalismus	10	M+I716	Konzeption Dokumentarfilm/Video- journalismus	V/Ü		2 / 5	KWA	1/2
			M+I717	Produktion Dokumentarfilm/Video- journalismus	S	2 / 5	KWA	1/2	
MuK-05	Kurzspielfilm	10	M+I718	Konzeption Kurzspielfilm	V/Ü	2 / 5		HA	1/2
			M+I719	Produktion Kurzspielfilm	S		2 / 5	PA	1/2
MuK-06	Intermediale Gestaltung	10	M+I720	Konzeption Intermediale Gestaltung	S		2 / 5	HA	1/2
			M+I721	Produktion Intermediale Gestaltung	L	2 / 5	PA	1/2	
MuK-07	Digitale Bildwelten	10	M+I722	Konzeption Digitale Bildwelten	V/Ü		2 / 5	HA	1/2
			M+I723	Produktion Digitale Bildwelten	S	2 / 5	PA	1/2	

Vertiefungsbereich in der Studienrichtung Innovation, Marketing und Management

Nr.	Modul	C	Nr.	Lehrveranstaltung	Art	WS: SWS / C	SS: SWS / C	Prüf- leistg.	Ge- wicht
MuK-08	Innovation	10	M+I707	Think New	S		2 / 4	PA	1/3
			M+I724	Labor Think New	L		2 / 3	LA	1/3
			M+I725	Innovationsprozess- management	S	2 / 3	K60	1/3	
MuK-09	Marketing	10	M+I726	Operatives Online-Marketing	S	2 / 2		RE	1/3
			M+I727	Operatives Social Media Marketing	S	2 / 2		RE+M	1/3
			M+I728	Marketing-Controlling	S		2 / 3	RE	1/3
			M+I514	Unternehmenskommunikation	V		2 / 3	RE	1/3
MuK-10	Unternehmensgründung in der digitalen Wirtschaft	10	M+I729	Make-or-Buy-Entscheidungen	S	2 / 3		HA	1/3
			M+I730	Unternehmensgründungs-Lab	S	2 / 4		HA+RE	1/3
			M+I751	Marktorientiertes Management von Medienunternehmen	S		2 / 3	HA	1/3
MuK-11	Internationale Corporate Governance	10	M+I731	Aktuelle Themen der Corporate Governance	S		2 / 5	RE+M	1/2
			M+I732	Globales Risiko- und Sicherheitsmanagement	S	2 / 5	RE+M	1/2	

Vertiefungsbereich in der Studienrichtung IT: Interaktion in vernetzten Welten

Nr.	Modul	C	Nr.	Lehrveranstaltung	Art	WS: SWS / C	SS: SWS / C	Prüf- leistg.	Ge- wicht
MuK-12	Multimedia im Web	10	M+I501	Next Generation Internet	V	2 / 3		K120	1
			M+I504	Multimedia Databases	V	2 / 4			
			M+I807	Anonymity and Surveillance	V	2 / 3			
MuK-13	Ambient Intelligence	10	M+I412	Ubiquitous Applications	V/Ü		2 / 5	K60+PA	1/2
			M+I733	Kontextbewusste Systeme	S		2 / 5	HA+M	1/2
MuK-14	Human Computer Interaction	10	M+I734	Perspektiven der HCI	S	2 / 3		HA	1/3
			M+I735	HCI Studien Seminar	S	2 / 3		PA	1/3
			M+I736	HCI in Computerspielen	S		2 / 4	HA	1/3

Nr.	Modul	C	Nr.	Lehrveranstaltung	Art	WS: SWS / C	SS: SWS / C	Prüf.- leistg.	Ge- wicht
MuK-15	Data Analytics	10	M+I652	Data Modeling, Mining and Analytics	V/Ü	4 / 7		K60	2/3
			M+I654	Seminar Trends im Datenmanagement	S	2 / 3		RE	1/3
MuK-16	IT-Projekt	10	M+I737	IT-Projekt	S		2 / 10	PA	1

Interdisziplinärer Bereich E-Learning und Medien in Bildung und Personalentwicklung

Nr.	Modul	C	Nr.	Lehrveranstaltung	Art	WS: SWS / C	SS: SWS / C	Prüf.- leistg.	Ge- wicht	
MuK-17	E-Learning	10	M+I518	E-Learning Systeme	V		2 / 4	K60	1/3	
			M+I524	Innovative E-Learning Technologien	V		2 / 3	K60	1/3	
			M+I515	Mediendidaktik	V+L	2 / 3		LA	1/3	
MuK-18	Medien in der Bildung und Personalentwicklung	10	M+I738	Wissensmanagement und Personalentwicklung mit Medien	V	2 / 3		PA	1/2	
			M+I739	Medien in der Bildungsarbeit/ Medienpädagogik	L/Ü	2 / 2				
			M+I740	Konzeption und Umsetzung von Bildungsmedien	S		2 / 3		PA	1/2
			M+I741	Konzeption und Umsetzung von Corporate Media	S		2 / 2			

Pflichtbereich Kernmodul

Nr.	Modul	C	Nr.	Lehrveranstaltung	Art	WS: SWS / C	SS: SWS / C	Prüf.- leistg.	Ge- wicht
MuK-19	Kernmodul	8	M+I742	ComputerMedienGesellschaft (Ringvorlesung)	V	2 / 4 ¹	2 / 4 ¹	K60	1/2
			M+I743	Ethik	V	2 / 4 ¹	2 / 4 ¹	HA	1/2

Pflichtbereich Wahlpflichtmodul (Wahl 3 aus 8)

Nr.	Modul	C	Nr.	Lehrveranstaltung	Art	WS: SWS / C	SS: SWS / C	Prüf.- leistg.	Ge- wicht
MuK-20	Wahlpflichtmodul (Wahl von mindestens drei Veranstaltungen)	12	M+I744	Transmedialität und Kognition	S		2 / 4	K45+RE	1/3
			M+I745	Medientheorie – Basistexte und Positionen	V		2 / 4	RE+HA	1/3
			M+I746	Intuition und Kreativität	S		2 / 4	HA	1/3
			M+I747	Rationales Entscheiden	V		2 / 4	K60	1/3
			M+I748	Empirische Forschungsmethoden	V	2 / 4		HA	1/3
			M+I749	Philosophische Ästhetik	V	2 / 4		RE	1/3
			M+I750	Mediaplanung Workshop	S	2 / 4	2 / 4	PA+RE	1/3
			M+I506	Mobile Communications	S	2 / 4		RE	1/3

Pflichtbereich Masterarbeit

Nr.	Modul	C	Nr.	Lehrveranstaltung	Art	SWS / C	Prüf.-leistg.	Ge-wicht
MuK-21	Masterarbeit	30	M+I602	Master-Thesis	WA	0 / 30	AA	1

Studienplan

Modulart	Credits	Modul-Gruppen		Semester			
		Pflicht	Wahl	1	2	3	4
Pflichtbereich Kernmodul	8	X		X	X		
Pflichtbereich Wahlpflichtmodul	12		X	X	X	X	X
Vertiefungsbereich (Summe aus den drei Studienrichtungen)	50-70		X	X	X	X	
Interdisziplinärer Bereich	0-20		X	X	X	X	X
Pflichtbereich Masterarbeit	30	X					X

Nr.	Lehrveranstaltung	SS	WS
M+I710	Sound A/R/T Konzeption		X
M+I711	Sound A/R/T Studio Realisation	X	
M+I712	Konzeption Visuelle Musik		X
M+I713	Produktion Visuelle Musik	X	
M+I714	Konzeption Crossmedia/Print		X
M+I715	Produktion Crossmedia/Print	X	
M+I716	Konzeption Dokumentarfilm/ Videojournalismus	X	
M+I717	Produktion Dokumentarfilm/ Videojournalismus		X
M+I718	Konzeption Kurzspielfilm		X
M+I719	Produktion Kurzspielfilm	X	
M+I720	Konzeption Intermediale Gestaltung	X	
M+I721	Produktion Intermediale Gestaltung		X
M+I722	Konzeption Digitale Bildwelten	X	
M+I723	Produktion Digitale Bildwelten		X
M+I707	Think New	X	
M+I724	Labor Think New	X	
M+I725	Innovationsprozessmanagement		X
M+I726	Operatives Online-Marketing		X
M+I727	Operatives Social Media-Marketing		X
M+I728	Marketing-Controlling	X	
M+I514	Unternehmenskommunikation	X	
M+I729	Make-or-Buy-Entscheidungen		X
M+I730	Unternehmensgründungs-Lab		X
M+I751	Marktorientiertes Management von Medienunternehmen	X	
M+I731	Aktuelle Themen der Corporate Governance	X	
M+I732	Globales Risiko- und Sicherheitsmanagement		X
M+I501	Next Generation Internet		X
M+I504	Multimedia Databases		X
M+I807	Anonymity on the Internet		X
M+I412	Ubiquitous Applications	X	
M+I733	Kontextbewusste Systeme	X	
M+I735	Perspektiven der HCI		X

M+I736	HCI Studien Seminar		X
M+I737	HCI in Computerspielen	X	
M+I652	Data Modeling, Mining and Analytics		X
M+I654	Seminar Trends im Datenmanagement		X
M+I737	IT-Projektarbeit	X	
M+I518	E-Learning Systeme	X	
M+I524	Innovative E-Learning Technologien	X	
M+I515	Mediendidaktik		X
M+I738	Wissensmanagement und Personalentwicklung mit Medien		X
M+I739	Medien in der Bildungsarbeit/Medienpädagogik		X
M+I740	Konzeption und Umsetzung von Bildungsmedien	X	
M+I741	Konzeption und Umsetzung von Corporate Media	X	
M+I742	ComputerMedienGesellschaft (Ringvorlesung)	X	X
M+I743	Ethik	X	X
M+I744	Transmedialität und Kognition	X	
M+I745	Medientheorie – Basistexte und Positionen	X	
M+I746	Intuition und Kreativität	X	
M+I747	Rationales Entscheiden	X	
M+I748	Empirische Forschungsmethoden		X
M+I749	Philosophische Ästhetik		X
M+I750	Mediaplanung Workshop		X
M+I506	Mobile Communications Systems		X
M+I602	Master-Thesis	X	X

Credits in den Modulgruppen:

Modulgruppe	Credits
Pflicht	38
Wahl	82
Summe	120

- (5) **Masterzeugnis**
 Das Masterzeugnis enthält alle in der Tabelle aufgeführten Noten der Studienrichtungen des Studiums. Die Gesamtnote des Studiums berechnet sich aus den Noten der gewählten Vertiefungsmodule und interdisziplinären Module und des Pflichtmoduls, die entsprechend der nachfolgenden Tabelle gewichtet werden. Es wird als Abschluss entweder ein Master of Science (M.Sc.) oder ein Master of Arts (M.A.) vergeben, je nach der zentralen gewählten Studienrichtung. Hat eine Studierende bzw. ein Studierender mindestens 40 Credits aus einer Studienrichtung erbracht, so wird der Schwerpunkt im Zeugnis aufgeführt.

Modulgewichtung bei der Notenberechnung:

Module aus...	Gewichtung
Vertiefungsbereich	50-70
Interdisziplinärer Bereich	0-20
Pflichtbereich	20
Masterarbeit	30

¹ Die Lehrveranstaltungen M+I742 bzw. M+I743 können entweder im SS oder im WS belegt werden.