

Amtliche Mitteilungen

Datum 24. Januar 2014

Nr. 5/2014

Inhalt:

Studienordnung

für den Interdisziplinären Masterstudiengang
Medien und Gesellschaft

der
Universität Siegen

Vom 22. Januar 2014

**Studienordnung
für den Interdisziplinären Masterstudiengang
Medien und Gesellschaft**

**der
Universität Siegen**

Vom 22. Januar 2014

Aufgrund des § 2 Abs. 4 und des § 60 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (HG) vom 31. Oktober 2006 (GV. NRW. S. 474), zuletzt geändert durch Gesetz vom 28. Mai 2013 (GV.NRW. S. 272), hat die Universität Siegen folgende Studienordnung erlassen:

§ 1 Geltungsbereich

§ 2 Ständige Kommission des Interdisziplinären Masterstudiengangs Medien und Gesellschaft

§ 3 Studienakten

§ 4 Praktikumsbüro

§ 5 Studieninhalte

§ 6 Ziele und Berufsperspektiven

§ 7 Umfang, Regelstudienzeit, Aufnahme des Studiums

§ 8 Modularisierung

§ 9 Pflicht- und Wahlpflichtmodule

§ 10 Teilnahmevoraussetzungen für Module und Modulelemente

§ 11 Praxismodul Praktikum

§ 12 Integrierter Bereich

§ 13 Studienverlaufspläne

§ 14 Lehr- und Lernformen

§ 15 Kreditpunkte

§ 16 Studienleistungen

§ 17 Master-Prüfung

§ 18 Bildung der Gesamtnote für den Master-Abschluss

§ 19 Anwendung

§ 20 In-Kraft-Treten und Veröffentlichung

Anlagen I-IV

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Diese Studienordnung regelt auf der Grundlage der Prüfungsordnung für den Interdisziplinären Masterstudiengang Medien und Gesellschaft an den Fachbereichen 1, 3 und 5 der Universität Siegen das Studium der Fächer Sozialwissenschaften (Politikwissenschaft und Soziologie), Medienwissenschaft, Wirtschaftswissenschaften (Unternehmensführung und Medienmanagement) und Wirtschafts- und Medieninformatik im Rahmen des genannten Masterstudiengangs.
- (2) Die Zulassung zum Studium ist in der Prüfungsordnung für den Interdisziplinären Masterstudiengang Medien und Gesellschaft an der Universität Siegen geregelt.

§ 2 Ständige Kommission des Interdisziplinären M.A. Studiengangs Medien und Gesellschaft

Die curricularen und administrativen Fragen des Studiengangs werden durch die Ständige Kommission „Interdisziplinärer MA Studiengang Medien und Gesellschaft“ entschieden. Die Ständige Kommission besteht aus 7 Mitgliedern. Es müssen alle am Interdisziplinären Masterprogramm beteiligten Fächer vertreten sein. Die Mitglieder werden von den Fachbereichsräten der am Masterprogramm beteiligten Fachbereiche gewählt. In den Fächern wird jeweils ein Mitglied aus der Gruppe der Professorinnen und Professoren gewählt. Zwei Mitglieder werden aus der Gruppe der wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gewählt, wobei die beteiligten Fächer abwechseln. Ein Mitglied wird aus der Gruppe der Studierenden gewählt. Die Vorsitzende und ihre Stellvertreterin/ihr Stellvertreter bzw. der Vorsitzende und seine Stellvertreterin/sein Stellvertreter werden aus der Gruppe der Professorinnen und Professoren der am Interdisziplinären Masterprogramm beteiligten Fächer gewählt. Die Amtszeit der Mitglieder aus der Gruppe der Professorinnen und Professoren und der Gruppe der wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beträgt drei Jahre, die Amtszeit der studentischen Mitglieder ein Jahr. Wiederwahl ist zulässig.

§ 3 Studienakten

Für die Führung der Studienakten, die Information der Studierenden in Prüfungsfragen und das Procedere der Master-Prüfung sowie für alle in diesem Zusammenhang anfallenden administrativen Aufgaben und Fragen ist im interdisziplinären Masterstudiengang Medien und Gesellschaft das Prüfungsamt Medienwissenschaft (FB 3) zuständig.

§ 4 Praktikumsbüro

Das Praktikumsbüro Medienwissenschaft (FB 3) unterstützt die Studierenden bei der Suche nach Praktikumsplätzen, vermittelt Informationen über Praktikumsplätze und Praktika vergebende Unternehmen an Studierende und es sorgt für die ordnungsgemäße Abwicklung der Praktika gemäß der Praktikumsordnung. Insbesondere sorgt es für die Durchführung von Anerkennungsverfahren.

§ 5 Studieninhalte

- (1) Der Interdisziplinäre Masterstudiengang Medien und Gesellschaft ist ein Graduiertenstudiengang, der ein kombiniertes Studium zweier unterschiedlicher Fächer sowie eines interdisziplinären Bereiches ermöglicht. Er umfasst die Fächer Sozialwissenschaften (Politikwissenschaft und Soziologie), Medienwissenschaft, Wirtschaftswissenschaften (Unternehmensführung und Management) und Wirtschafts- und Medieninformatik.
- (2) Das Studium ist in einen Fachstudienbereich und einen interdisziplinären Bereich gegliedert. Hinzu kommen ein Praxismodul und die Abschlussprüfung.
- (3) Im Fach **Sozialwissenschaften** erhalten die Studentinnen und Studenten eine interdisziplinäre sozialwissenschaftliche Graduiertenausbildung, welche die Fächer Politikwissenschaft und Soziologie umfasst. Das Fachstudium vermittelt in den Themenmodulen wissenschaftliches Fachwissen in den Bereichen:
 - Theorie und Analyse sozialer und politischer Strukturen,
 - Europa in der Weltgesellschaft,
 - Politische und soziale Systeme, Identitäten und Kulturen.

Ferner werden in einem methodisch-wissenschaftstheoretischen Bereich quantitative und qualitative Methoden der Sozialforschung vermittelt.

- (4) Im Fach **Medienwissenschaft** erhalten die Studentinnen und Studenten eine interdisziplinäre und praxisbezogene medienwissenschaftliche Graduiertenausbildung. Das Ziel besteht in der Ausbildung von Personen, die über ein hervorragendes medienspezifisches Fachwissen verfügen und dieses sowohl in Praxis- als auch in Forschungskontexten gezielt anwenden können. Der Schwerpunkt liegt auf einer anwendungsorientierten Ausbildung, die eine solide Basis für den flexiblen und innovativen Umgang mit Medienwissen in der freien Wirtschaft bilden soll. Das Profil des Faches Medienwissenschaft ist somit einerseits durch eine kulturwissenschaftliche Schwerpunktbildung, andererseits durch eine komplexe Vernetzung mit geistes-, wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Lehrinhalten gekennzeichnet. Die Studieninhalte sollen vertiefte Kenntnisse über Medienprodukte, Einzelmedien und Mediensysteme vermitteln. Dabei stehen kulturell-gesellschaftliche, medienanalytische, theoretisch-konzeptionelle und historische Fragestellungen im Vordergrund. Insofern werden möglichst vielschichtig zentrale Strukturen medialer Inhalte und Formen thematisiert, die eine reflektierte Grundlage für Planungsentscheidungen im Bereich der Produktion von medialen Inhalten bilden sollen.

- (5) Im Fach **Wirtschaftswissenschaften (Unternehmensführung und Medienmanagement)** besteht das Ziel der Ausbildung darin, den Studierenden eine abgerundete wirtschaftswissenschaftliche Ausbildung zu vermitteln, die die Grundlagen der Ausbildung im B.A. Medienwissenschaft der Universität Siegen oder vergleichbarer Bachelorabschlüsse weiter vertieft und die Studierenden in die Lage versetzt, betriebswirtschaftliche Problemstellungen zu erkennen, zu strukturieren, zu analysieren und an Hand der vermittelten Methoden und Theoriekenntnisse Lösungen zuzuführen, die der aktuellen Diskussion entsprechen. Sie sollen sich in betriebswirtschaftlichen und managementbezogenen Denkgebäuden sicher bewegen können.

Durch die Kombination mit den Fächern Sozialwissenschaften oder Medienwissenschaft ergeben sich exemplarisch folgende Tätigkeitsfelder:

- Tätigkeiten in kleineren und größeren Medienunternehmen mit betriebswirtschaftlichem Schwerpunkt,
- Tätigkeiten im Management kleiner und mittlerer Medienagenturen sowie in Unternehmen oder Abteilungen mit Aufgaben des Medienmanagements, des Medienmarketings und der Mediaplanung.

- (6) Im Fach **Wirtschafts- und Medieninformatik** bekommen die Studierenden eine interdisziplinäre und auf die betriebliche Praxis bezogene Graduiertenausbildung. Absolventinnen und Absolventen des Masterstudiengangs in dieser Kombination qualifizieren sich für Tätigkeiten im Bereich der Beratung von Unternehmen im Medien- und IT-Einsatz sowie deren Mitarbeiterschulung. Zugleich bieten sich Tätigkeitsfelder in kleinen und mittleren Unternehmen an, die vielfach auf die Kombination von medienwissenschaftlichen und Informatik-Kompetenzen angewiesen sind. Daher werden im Studium sowohl Konzepte und Anwendungen der Informationstechnologie im Industrie- und Dienstleistungsbereich gelehrt als auch Kenntnisse zu Organisationstheorien, Lerntheorien, zur Interface-Gestaltung und zum E-Commerce vermittelt. Ein Seminar behandelt zusätzlich ausgewählte Themenbereiche der Angewandten Informatik und Wirtschaftsinformatik.

- (7) Im **Integrierten Bereich** erhalten die Studierenden eine wissenschaftlich fundierte Ausbildung in der interdisziplinären Zusammenarbeit und Problemlösung. Sie sollen in die Lage versetzt werden, konzeptionelle, planerische und analytische Problemstellungen aus der Praxis mit den Methoden der beteiligten Fachwissenschaften integrativ zu bearbeiten. Zugleich sollen den Studierenden die wissenschaftstheoretischen Bedingungen interdisziplinärer Interaktion und Forschung deutlich werden.

§ 6 Ziele und Berufsperspektiven

- (1) Der Studiengang ist stärker anwendungsorientiert ausgerichtet und verfolgt die folgenden Ziele:
- die systematische Verwirklichung von Interdisziplinarität;
 - die enge Verbindung zwischen Forschung und Lehre, um die Studierenden mit den neuesten wissenschaftlichen Forschungsergebnissen und -methoden vertraut zu machen sowie ihre wissenschaftliche Kreativität zu fördern und ihre Innovationspotenziale zu stärken;
 - die Vermittlung kommunikativer und sozialer Schlüsselqualifikationen und Kompetenzen, zu denen auch ein reflektiertes Verantwortungsbewusstsein für Gesellschaft und Öffentlichkeit gehört;
 - eine berufsqualifizierende Bildung und Ausbildung für einen akademischen Arbeitsmarkt.

§ 7 Umfang, Regelstudienzeit, Aufnahme des Studiums

- (1) Im Verlauf des Studiums müssen insgesamt 120 Kreditpunkte (im Folgenden abgekürzt KP) erzielt werden. Davon entfallen auf die Fächer jeweils 30 KP, mit der Master-Prüfung werden 20 KP erzielt. Durch das Praxismodul (mind. sechswöchiges Praktikum) werden 8 KP erworben; von den Studierenden ist ein Praktikumsbericht zu erstellen. Auf den interdisziplinären Projektbereich entfallen 32 KP.
- (2) In jedem der Fächer müssen jeweils 18 SWS (in den Sozialwissenschaften 20 SWS) belegt und 30 KP erzielt werden.
- a. Im Fach **Sozialwissenschaften** umfasst das Studium drei Module: zwei Themenmodule und ein Methodenmodul.
 - b. Im Fach **Medienwissenschaft** umfasst das Studium drei Themen-Module.
 - c. Im Fach **Wirtschaftswissenschaften (Unternehmensführung und Medienmanagement)** umfasst das Studium vier Themenmodule.
 - d. Im Fach **Wirtschafts- und Medieninformatik** umfasst das Studium 4 Themenmodule und ein Seminar-Modul.
- (3) Die Regelstudienzeit beträgt vier Semester für Vollzeitstudierende und acht Semester für Teilzeitstudierende.
- (4) Das Studium wird in der Regel zum Wintersemester aufgenommen.

Schematische Übersicht interdisziplinärer Masterstudiengang Medien und Gesellschaft

Master of Arts (120 KP)			
Fachstudienbereich (es müssen zwei Fächer gewählt werden)	Praxismodul	Integrierter Bereich	Prüfungsmodul
Sozialwissenschaften (20 SWS, 30 KP)	Praktikum (6 Wochen, 8 KP)	Wissenschaftstheorie (2 SWS, 6 KP)	MA-Arbeit (20 KP)
Medienwissenschaft (18 SWS, 30 KP)		Interdisziplinäres Projekt (10 SWS, 20 KP)	
Unternehmensführung und Medienmanagement (18 SWS, 30 KP)		Interdisziplinäres Kolloquium (2 SWS, 6 KP)	
Wirtschafts- und Medieninformatik (18 SWS, 30 KP)			
60 KP	8 KP	32 KP	20 KP

§ 8 Modularisierung

- (1) Das Studium ist modularisiert. Die Studienmodule bestehen aus systematisch, thematisch oder methodisch zusammenhängenden Lehrveranstaltungen.
- (2) Die Module bestehen jeweils aus inhaltlich aufeinander abgestimmten Lehrveranstaltungen (sogenannten Modulelementen). Details sind im Modulhandbuch des interdisziplinären Masterstudiengangs Medien und Gesellschaft festgehalten.
- (3) Das Regelprogramm des Faches **Sozialwissenschaften** umfasst:
 - 3 Themenmodule (abgekürzt: TM),
 - 1 Methodenmodul (abgekürzt: MM).Zwischen TM 2 und TM 3 ist zu wählen. Eine Übersicht gibt die nachfolgende schematische Darstellung:

Themenmodule (TM) (I-MUG-SW-TM)

I-MUG-SW-TM 1	Theorie und Analyse sozialer und politischer Strukturen (Pf-M) (9 KP, 6 SWS)
----------------------	---

I-MUG-SW-TM 1.1 Theorien der Sozialwissenschaften

I-MUG-SW-TM 1.2 Politikfeldanalyse

I-MUG-SW-TM 1.3 Spezielle Soziologien

I-MUG-SW-TM 2	Europa in der Weltgesellschaft (WPf-M) (12 KP, 6 SWS)
----------------------	--

I-MUG-SW-TM 2.1 Geschichte, Strukturen und Probleme Europas

I-MUG-SW-TM 2.2 Vergleichende Sozialforschung

I-MUG-SW-TM 2.3 Europa im Zeichen der Globalisierung

I-MUG-SW-TM 3	Politische und soziale Systeme, Identitäten und Kulturen (WPf-M) (12 KP, 6 SWS)
----------------------	--

I-MUG-SW-TM 3.1 Soziale Systeme und Strukturen

I-MUG-SW-TM 3.2 Politische Systeme und politisches Handeln

I-MUG-SW-TM 3.3 Politische Kulturen und Identitäten im Vergleich

Sozialwissenschaftliche Methoden

I-MUG-SW-MM	Methodenmodul (Pf-M) (9 KP, 8 SWS)
--------------------	---

I-MUG-SW-MM 1 Statistik – Schließende Statistik (2 SWS)

I-MUG-SW-MM 2 Statistik – Multivariate Analyse (4 SWS)

I-MUG-SW-MM 3 Empirische Methoden – Quantitative und qualitative Methoden (2 SWS)

(4) Das Regelprogramm des Faches **Medienwissenschaft** umfasst drei Themenmodule:

I-MUG-MW-TM 1 Kulturelle Grundlagen der Medienwissenschaft (Pf-M) (9/12 KP, 6 SWS)

I-MUG-MW-TM 1.1 Kulturtheorie und Kulturanalyse

I-MUG-MW-TM 1.2 Medienrezeption

I-MUG-MW-TM 1.3 Interkulturalität

I-MUG-MW-TM 2 Medienanalyse (Pf-M) (9/12 KP, 6 SWS)

I-MUG-MW-TM 2.1 Text / Bild

I-MUG-MW-TM 2.2 Ton / Audiovision

I-MUG-MW-TM 2.3 Digitale Medien / Systemanalyse

I-MUG-MW-TM 3 Medien und Gesellschaft (Pf-M) (9/12 KP, 6 SWS)

I-MUG-MW-TM 3.1 Gesellschaftstheorien der Medien

I-MUG-MW-TM 3.2 Kommunikationsforschung

I-MUG-MW-TM 3.3 Medienethik

(5) Das Regelprogramm des Faches **Wirtschaftswissenschaften (Unternehmensführung und Medienmanagement)** umfasst 4 Themenmodule:

I-MUG-UM-TM 1 Marketing (Pf-M, 9 KP, 6 SWS)

I-MUG-UM-TM 1.1 Kommunikationspolitik oder/und*

I-MUG-UM-TM 1.2 Dienstleistungsmarketing oder/und*

I-MUG-UM-TM 1.3 Markenpolitik oder/und*

I-MUG-UM-TM 1.4 Distributionspolitik oder/und*

I-MUG-UM-TM 1.5 Leistungspolitik*

I-MUG-UM-TM 2 Unternehmensführung (Pf-M, 6 KP, 4 SWS)***

I-MUG-UM-TM 2.1 Internationales Personalmanagement oder/und**

I-MUG-UM-TM 2.2 Unternehmenspolitik oder/und**

I-MUG-UM-TM 2.3 Organisationsgestaltung oder/und**

I-MUG-UM-TM 2.4 Computerunterstützte Gruppenarbeit**

I-MUG-UM-TM 3 Besondere Themenfelder des Medienmanagements (Pf-M, 9 KP, 6 SWS)

I-MUG-UM-TM 3.1 Electronic Commerce

I-MUG-UM-TM 3.2 Führung von Medienunternehmen***

I-MUG-UM-TM 3.3 Gründungsmanagement Medien – Methoden und Konzepte

I-MUG-UM-TM 4 Seminar zu Unternehmensführung und Medienmanagement (Pf-M, 6 KP, 2 SWS)

*Drei der fünf Modulelemente sollen innerhalb des TM 1 (Marketing) von den Studierenden absolviert werden.

**Zwei der vier Modulelemente sollen innerhalb des TM 2 (Unternehmensführung) von den Studierenden absolviert werden.

***Das Modulelement „I-MUG-UM-TM 3.2: Führung von Medienunternehmen“ kann von Absolventen des Studiengangs „Bachelor of Science Betriebswirtschaftslehre“ der Universität Siegen nicht gewählt werden, wenn sie im Bachelorstudien-gang als Spezielle Betriebswirtschaftslehre „Medienmanagement“ und/oder „Personalmanagement und Organisation“ gewählt haben. Die Studierenden wählen in diesem Fall in dem Modul „I-MUG-UM-TM 2: Unternehmensführung“ alle Modulelemente außer „I-MUG-UM-TM 2.2: Unternehmenspolitik“.

(6) Das Regelprogramm des Faches **Wirtschafts- und Medieninformatik** umfasst folgende Module:

I-MUG-WMI-TM 1 Computerunterstütztes Lernen (6 KP, 4 SWS)

I-MUG-WMI-TM 1.1 Computer Supported Cooperative Learning (CSCL)

I-MUG-WMI-TM 1.2 Anwendungspraktika

I-MUG-WMI-TM 2 Mensch-Computer-Interaktion (6 KP, 4 SWS)

I-MUG-WMI-TM 2.1 Human Computer Interfaces (HCI)

I-MUG-WMI-TM 2.2 Anwendungspraktika

I-MUG-WMI-TM 3 Informationswirtschaft (6 KP, 4 SWS)

I-MUG-WMI-TM 3.1 Informationswirtschaft

I-MUG-WMI-TM 3.2 Anwendungspraktika

I-MUG-WMI-TM 4 Softwareentwicklung in Organisationen (6 KP, 4 SWS)

I-MUG-WMI-TM 4.1 Softwareentwicklung in Organisationen

I-MUG-WMI-TM 4.2 Anwendungspraktika

I-MUG-WMI-SM Seminar Angewandte Informatik (6 KP, 2 SWS)

I-MUG-WMI-SM Seminar Angewandte Informatik

§ 9

Pflicht- und Wahlpflichtmodule

- (1) Im Fach **Sozialwissenschaften** ist *TM 1 Theorie und Analyse sozialer und politischer Strukturen* ein Pflichtmodul. Zwischen *TM 2 Europa in der Weltgesellschaft* und *TM 3 Politische und soziale Systeme, Identitäten und Kulturen* ist zu wählen. Das Methodenmodul MM ist obligatorisch.
- (2) Im Fach **Medienwissenschaft** sind alle drei Module, also die fachwissenschaftlichen Themenmodule: TM 1, TM 2 und TM 3, Pflichtmodule, die von jeder bzw. jedem Studierenden zu absolvieren sind.
- (3) Im Fach **Unternehmensführung und Medienmanagement** sollen die Studierenden innerhalb des TM 1 (Marketing) drei der fünf Modulelemente absolvieren. Innerhalb des TM 2 (Unternehmensführung) sollen die Studierenden zwei der vier Modulelemente absolvieren. Das TM 3 (Besondere Themenfelder des Medienmanagements) sowie TM 4 (Seminar zu Unternehmensführung und Medienmanagement) sind Pflichtmodule. Absolventen des Studiengangs „Bachelor of Science Betriebswirtschaftslehre“ der Universität Siegen, die als Spezielle Betriebswirtschaftslehren „Medienmanagement“ und/oder „Personalmanagement und Organisation“ gewählt hatten, dürfen das Modulelement „I-MUG-UM-TM 3.2: Führung von Medienunternehmen“ nicht belegen. Die Studierenden wählen in diesem Fall in dem Modul „I-MUG-UM-TM 2: Unternehmensführung“ alle Modulelemente außer „I-MUG-UM-TM 2.2: Unternehmenspolitik“.
- (4) Im Fach **Wirtschafts- und Medieninformatik** sind alle fünf Module, also die fachwissenschaftlichen Themen-Module: TM 1, TM 2, TM 3 und TM 4 sowie das Seminar-Modul SM, Pflichtmodule, die von jeder bzw. jedem Studierenden zu absolvieren sind.

- (5) Der **Integrierte Bereich** und das **Praxismodul** sind Pflichtmodule, die von allen Studierenden des Studiengangs zu studieren sind.

§ 10

Teilnahmevoraussetzungen für Module und Modulelemente

- (1) **Sozialwissenschaften:** Teilnahmevoraussetzung für alle Module sind der erfolgreiche Abschluss *oder* die gleichzeitige Teilnahme an dem Themenmodul *TM 1 Theorie und Analyse sozialer und politischer Strukturen*.
- (2) **Medienwissenschaft:** Es gibt keine gesonderten Teilnahmevoraussetzungen.
- (3) **Wirtschaftswissenschaften (Unternehmensführung und Medienmanagement):** Teilnahmevoraussetzung für das Themenmodul 4 (Seminar zu Unternehmensführung und Medienmanagement) ist der erfolgreiche Abschluss *oder* die gleichzeitige Teilnahme an den Themenmodulen 1, 2 und 3.
- (4) **Wirtschafts- und Medieninformatik:** Es gibt keine gesonderten Teilnahmevoraussetzungen.
- (5) Die Teilnahmeregelungen für die Master-Arbeit sind in der Prüfungsordnung des interdisziplinären Masterstudiengangs Medien und Gesellschaft festgelegt.

§ 11

Praxismodul: Praktikum

- (1) Im Interdisziplinären Masterstudiengang Medien und Gesellschaft ist in der vorlesungsfreien Zeit ein mindestens sechswöchiges Praktikum zu absolvieren, dessen Erfahrungen und Ergebnisse auf der Grundlage eines Praktikumsberichtes evaluiert werden. Auf das Praktikum entfallen 8 KP. Näheres regelt die Praktikumsordnung des interdisziplinären Masterstudiengangs Medien und Gesellschaft an den Fachbereichen 1, 3 und 5 der Universität Siegen.
- (2) Das Praktikum ist unbenotet.

§ 12

Integrierter Bereich

Der Integrierte Bereich ist auf Interdisziplinarität ausgerichtet und besteht aus einer interdisziplinären Veranstaltung zur Wissenschaftstheorie, einem interdisziplinären Projekt und einem interdisziplinären Kolloquium.

Integrierter Bereich (IB), (32 KP, 14 SWS)

I-MUG-IB 1 Wissenschaftstheorie, 2 SWS, 6 KP

I-MUG-IB 2 Interdisziplinäres Projekt, 10 SWS, 20 KP

I-MUG-IB 3 Interdisziplinäres Kolloquium, 2 SWS, 6 KP

§ 13

Studienverlaufspläne

Die folgenden Schemata zeigen den Ablauf des Studiums, gegliedert nach Fächern und dem Integrierten Bereich. Es wird nachdrücklich empfohlen, sich bei der Studienplanung an dem nachstehend dargestellten Regelverlauf zu orientieren.

Studienverlaufsplan Vollzeitstudium

Fach/Modul		Modul- element	KP je Fach/ Modul	SWS/KP-Verteilung				SWS je Fach/Modul			
				1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.				
IB		IB 1	32	2 SWS / 6 KP				14			
		IB 2			10 SWS / 20 KP						
		IB 3				2 SWS / 6 KP					
Σ SWS je Sem.				2	5	5	2				
Σ KP je Sem.				6	10	10	6				
SW	SW-TM 1	SW-TM 1.1	30	9	2 SWS / 3 KP			20	6		
		SW-TM 1.2			2 SWS / 3 KP						
		SW-TM 1.3			2 SWS / 3 KP						
	SW-TM 2	SW-TM 2.1		12		2 SWS / 4 KP				6	
		SW-TM 2.2				2 SWS / 4 KP					
		SW-TM 2.3					2 SWS / 4 KP				
	SW-TM 3	SW-TM 3.1		(12)		(2 SWS / 4 KP)				(6)	
		SW-TM 3.2				(2 SWS / 4 KP)					
		SW-TM 3.3					(2 SWS / 4 KP)				
	SW-MM	SW-MM 1		9		2 SWS / 3 KP				6	
		SW-MM 2				4 SWS / 3 KP					
		SW-MM 3					2 SWS / 3 KP				
Σ SWS je Sem.				8	8	4					
Σ KP je Sem.				12	11	7					
MW	MW-TM 1	MW-TM 1.1	30	9 (12)	2 SWS / 3 (6) KP			18	6		
		MW-TM 1.2			2 SWS / 3 (6) KP						
		MW-TM 1.3			2 SWS / 3 (6) KP						
	MW-TM 2	MW-TM 2.1		(9) 12		2 SWS / 3 (6) KP				6	
		MW-TM 2.2				2 SWS / (3) 6 KP					
		MW-TM 2.3				2 SWS / 3 (6) KP					
	MW-TM 3	MW-TM 3.1		9 (12)			2 SWS / 3 (6) KP			6	
		MW-TM 3.2					2 SWS / 3 (6) KP				
		MW-TM 3.3							2 SWS / 3 (6) KP		
	Σ SWS je Sem.				8	6	4				
	Σ KP je Sem.				12	12	6				

Studienverlaufsplan Teilzeitstudium

Fach/Modul	Modul- element	KP je Fach/ Modul	SWS-Verteilung								SWS je Fach/Modul		
			1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.	5. Sem.	6. Sem.	7. Sem.	8. Sem.			
IB	IB 1	32	2								14		
	IB 2						5	5					
	IB 3								2				
Σ SWS je Sem.			2					5	5	2			
SW	SW-TM 1	SW-TM 1.1	30	9	2						20	6	
		SW-TM 1.2			2								
		SW-TM 1.3					2						
	SW-TM 2	SW-TM 2.1		12		2							6
		SW-TM 2.2				2							
		SW-TM 2.3						2					
	SW-TM 3	SW-TM 3.1		(12)		(2)							(6)
		SW-TM 3.2				(2)							
		SW-TM 3.3							(2)				
	SW-MM	SW-MM 1		9			2						6
		SW-MM 2						4					
		SW-MM 3							2				
Σ SWS je Sem.			4	4	4	4	4						
MW	MW-TM 1	MW-TM 1.1	30	9 (12)	2						18	6	
		MW-TM 1.2			2								
		MW-TM 1.3					2						
	MW-TM 2	MW-TM 2.1		(9) 12			2						6
		MW-TM 2.2				2							
		MW-TM 2.3				2							
	MW-TM 3	MW-TM 3.1		9 (12)				2					6
		MW-TM 3.2							2				
		MW-TM 3.3							2				
	Σ SWS je Sem.			4	4	4	2	4					

§ 14 Lehr- und Lernformen

- (1) Als Lehrveranstaltungsformen sind vorgesehen: Vorlesungen, Seminare, Lektürekurse, Projektarbeit, Arbeitsgruppen.
- (2) Die Entwicklung von sozialen und kommunikativen Kompetenzen wird mittels geeigneter Unterrichts- und Arbeitsmethoden gefördert. Dazu gehören z. B. die Erarbeitung und Präsentation wissenschaftlicher Inhalte in Einzel- und Gruppenarbeit und die Anfertigung schriftlicher Essays und Arbeiten verschiedenster Art. Ferner sind zu nennen: Anwendung von Moderationsmethoden; Moderationen von Studentinnen und Studenten unter Anleitung der Dozentinnen und Dozenten sowie die Anwendung multimedialer Präsentationstechniken durch Lehrende wie Lernende.

§ 15 Kreditpunkte

- (1) In jedem Modulelement werden Kreditpunkte erworben. Die Kreditpunkte werden erbracht:
 - durch regelmäßige Teilnahme an den Lehrveranstaltungen, die in der Regel mittels einer Anwesenheitsliste festgehalten wird,
 - durch einen studienbegleitenden Leistungsnachweis für das Modulelement, der mindestens mit der Note *ausreichend* (4,0) bewertet wird.
- (2) Mögliche Arten der Leistungserbringung sind: Kurzreferat, Sitzungsprotokoll, Arbeitsprotokoll, Kolloquium, mündliche Leistung, Klausur, Referat, Referat mit schriftlicher Ausarbeitung, schriftliche Hausarbeit, punktuelle mündliche Leistungen, punktuelle schriftliche Leistungen, kumulative mündliche Leistungen, kumulative schriftliche Leistungen, Praktikumsbericht, Projektbericht oder andere äquivalente Leistungen.
- (3) Die Zahl der Kreditpunkte hängt vom Arbeitsaufwand ab. Die Relation von studentischem Arbeitsaufwand für Studienleistungen und Kreditpunkten gliedert sich wie folgt:
 - 3 KP = regelmäßige Teilnahme und 60-90 minütige Klausur oder Kombination verschiedener schriftlicher und/oder mündlicher Leistungserbringungen
 - 4 KP = regelmäßige Teilnahme (2 SWS) und Referat mit Hausarbeit (10-15 Seiten) oder Hausarbeit von 15-20 Seiten oder äquivalente schriftliche oder mündliche Leistung
 - 6 KP = regelmäßige Teilnahme (2 SWS) und Hausarbeit oder 4 Std. Klausur oder äquivalente schriftliche oder mündliche Leistung; regelmäßige Teilnahme (2 SWS) und Referat mit Hausarbeit oder äquivalente schriftliche oder mündliche Leistung; Mündliches Prüfungskolloquium
 - 8 KP = 6-wöchiges Praktikum plus Praktikumsbericht
 - 20 KP = Projektarbeit (10 SWS) sowie Projektbericht; Master-Arbeit von 60-80 Seiten
- (4) Zu Beginn jeder Lehrveranstaltung unterrichtet die Dozentin bzw. der Dozent die Studentinnen und Studenten darüber, mit welchen Leistungen die für die Veranstaltung vergebenen Kreditpunkte zu erwerben sind.
- (5) Die Verteilung der Kreditpunkte auf die verschiedenen Module erfolgt wie in der folgenden Übersicht dargestellt.

Kreditpunkteverteilung Sozialwissenschaften (schematische Darstellung)

Modul	SWS im Modul	Kreditpunkteverteilung auf die Modulelemente	Kreditpunktzahl pro Modul
TM 1	6	3+3+3	9
TM 2 oder TM 3	6	4+4+4	12
MM	8	3+3+3	9
Gesamt	20		30
PM	Praktikum	8	8
IB	14	6+20+6	32
Zweites Fach	18		30
Master-Prüfung		20	20
Gesamt			120

Kreditpunkteverteilung Medienwissenschaft (schematische Darstellung)

Modul	SWS im Modul	Kreditpunkteverteilung auf die Modulelemente	Kreditpunktzahl pro Modul
TM 1	6	3 + 3 (6)* + 3	9/(12)*
TM 2	6	3 + 6 (3)* + 3	(9)/12*
TM 3	6	3 + 3 (6)* + 3	9/(12)*
Gesamt	18		30
PM	Praktikum	8	8
IB	14	6+20+6	32
Zweites Fach	18/20		30
Master-Prüfung		20	20
Gesamt			120

*Die Studierenden müssen innerhalb der Module TM 1, TM 2 oder TM 3 in einem Modulelement ihrer Wahl einmal 6 KP erwerben.

Kreditpunkteverteilung Wirtschaftswissenschaften (Unternehmungsführung und Medienmanagement) (schematische Darstellung)

Module	Zahl der SWS je Modulelement	KP-Verteilung je Modulelement	KP je Modul	SWS je Modul
I-MUG-UM-TM 1	2 + 2 + 2	3 + 3 + 3	9 KP	6 SWS
I-MUG-UM-TM 2	2 + 2	3 + 3	6 KP	4 SWS
I-MUG-UM-TM 3	2 + 2 + 2	3 + 3 + 3	9 KP	6 SWS
I-MUG-UM-TM 4	2	6	6 KP	2 SWS
PM	Praktikum		8 KP	
IB	2+10+2	6+20+6	32 KP	14 SWS
Zweites Fach			30 KP	18 SWS
Master-Prüfung		20	20 KP	
GESAMT			120 KP	

Kreditpunkteverteilung Wirtschafts- und Medieninformatik (schematische Darstellung)

Modul	SWS im Modul	Kreditpunkteverteilung auf die Modulelemente	Kreditpunktzahl pro Modul
I-MUG-WMI-TM 1	4	3+3	6
I-MUG-WMI-TM 2	4	3+3	6
I-MUG-WMI-TM 3	4	3+3	6
I-MUG-WMI-TM 4	4	3+3	6
I-MUG-WMI-SM	2	6	6
Gesamt	18		30
PM		8	8
IB	14	6+20+6	32
Zweites Fach	18/20		30
Master-Prüfung		20	20
Gesamt			120

**§ 16
Studienleistungen**

In allen Modulen müssen von den Studentinnen und Studenten Studienleistungen erbracht werden. Diese werden benotet und gehen in die Endnote ein. Näheres regelt die Prüfungsordnung.

§ 17
Master-Prüfung

- (1) Der Erwerb des Titels Master of Arts setzt das Bestehen der Master-Prüfung voraus.
- (2) Die Master-Prüfung besteht aus der Master-Arbeit. Alles Nähere regelt die Prüfungsordnung.

§ 18
Bildung der Gesamtnote für den Master-Abschluss

In die Endnote für das Studienzeugnis gehen alle Modulnoten gewichtet nach Kreditpunkten ein. Näheres regelt die Prüfungsordnung.

§ 19
Anwendung

Diese Studienordnung findet auf alle Studentinnen und Studenten Anwendung, die ab Wintersemester 2007/08 erstmalig für den Interdisziplinären Masterstudiengang Medien und Gesellschaft an der Universität Siegen eingeschrieben worden sind.

§ 20
In-Kraft-Treten und Veröffentlichung

Diese Studienordnung tritt mit Wirkung vom 1. Oktober 2007 in Kraft. Sie wird in dem Verkündungsblatt „Amtliche Mitteilungen der Universität Siegen“ veröffentlicht.

Ausgefertigt aufgrund der Beschlüsse der Fachbereichsräte der beteiligten Fachbereiche:
FB 1 – Sozialwissenschaften – Philosophie – Theologie – Geschichte – Geographie – vom 14.03.2007,
FB 3 – Sprach-, Literatur- und Medienwissenschaften – vom 11.04.2007,
FB 5 – Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsrecht – vom 11.04.2007.

Siegen, den 22. Januar 2014

Der Rektor

gez.

(Universitätsprofessor Dr. Holger Burckhart)

Anlage I

Studienplan für das Fach Sozialwissenschaften im Interdisziplinären Masterstudiengang Medien und Gesellschaft an der Universität Siegen

Gesamt 120 KP		Themenmodule 12 SWS (21 KP)	Methodenmodul 8 SWS (9 KP)	Praxismodul Praktikum (8 KP)	Integrierter Bereich (14 SWS, 32 KP)	Zweites Fach (30 KP)
1. Studienjahr	1. Sem. WS	TM 1 Theorie und Analyse sozialer und politischer Strukturen 6 SWS (9 KP)	MM 1 Statistik: Schließende Statistik 2 SWS (3 KP)		IB 1 Wissenschaftstheorie 2 SWS (6 KP)	Medienwissenschaft Wirtschaftswissenschaften Wirtschaftsinformatik
	2. Sem. SS	TM 2 Europa in der Weltgesellschaft 6 SWS (12 KP) <i>oder</i> TM 3 Politische und soziale Systeme, Identitäten und Kulturen 6 SWS (12 KP)	MM 2 Statistik: Multivariate Analyse 4 SWS (3 KP)		IB 2 Interdisziplinäres Projekt I 5 SWS	
2. Studienjahr	3. Sem. WS		MM 3 Empirische Methoden III: Quantitative und qualitative Methoden 2 SWS (3 KP)	Praktikum (mind. 6 Wochen in der vor- lesungsfreien Zeit & Prakti- kumsbericht, 8 KP)	IB 2 Interdisziplinäres Projekt II 5 SWS (20 KP)	
	4. Sem. SS	Master-Arbeit (20 KP)			IB 3 Interdisziplinäres Kolloquium (2 SWS, 6 KP)	

Anlage II

Studienplan für das Fach Medienwissenschaft im Interdisziplinären Masterstudiengang Medien und Gesellschaft an der Universität Siegen

Gesamt 120 KP		Themenmodule 18 SWS (30 KP)	Praxismodul Praktikum (8 KP)	Integrierter Bereich (14 SWS, 32 KP)	Zweites Fach (30 KP)
1. Studienjahr	1. Sem. WS	TM 1.1 Kulturtheorie und Kulturanalyse 2 SWS, 3 (6) KP TM 1.2 Medienrezeption 2 SWS, 3 (6) KP TM 1.3 Interkulturalität 2 SWS, 3 (6) KP TM 2.1 Medienanalyse: Text / Bild 2 SWS, 3 (6) KP		IB 1 Wissenschaftstheorie 2 SWS (6 KP)	Sozialwissenschaften Wirtschaftswissenschaften Wirtschaftsinformatik
	2. Sem. SS	TM 2.2 Medienanalyse: Ton / Audiovision 2 SWS, 3 (6) KP TM 2.3 Medienanalyse: Digitale Medien / Systemanalyse 2 SWS, 3 (6) KP TM 3.1 Gesellschaftstheorien der Medien 2 SWS 3 (6) KP		IB 2 Interdisziplinäres Projekt I 5 SWS	
2. Studienjahr	3. Sem. WS	TM 3.2 Kommunikationsforschung 2 SWS, 3 (6) KP TM 3.3 Medienethik 2 SWS, 3 (6) KP	Praktikum (mind. 6 Wochen in der vorlesungs- freien Zeit & Praktikumsbericht, 8 KP)	IB 2 Interdisziplinäres Projekt II 5 SWS (20 KP)	
	4. Sem. SS	Master-Arbeit (20 KP)		IB 3 Interdisziplinäres Kolloquium (2 SWS, 6 KP)	

Anlage III

Studienplan für das Fach Unternehmensführung und Medienmanagement im Interdisziplinären Masterstudiengang Medien und Gesellschaft an der Universität Siegen

Gesamt 120 KP		Themenmodule 18 SWS (30 KP)			Praxismodul Praktikum (8 KP)	Integrierter Bereich (14 SWS, 32 KP)	Zweites Fach (30 KP)
1. Studienjahr	1. Sem. WS	TM 1 Marketing ; 6 SWS, 9 KP	TM 2 Unternehmensführung , 4 SWS, 6 KP			IB 1 Wissenschaftstheorie 2 SWS (6 KP)	Sozialwissenschaften Medienwissenschaft Wirtschaftsinformatik
	2. Sem. SS					IB 2 Interdisziplinäres Projekt I 5 SWS	
2. Studienjahr	3. Sem. WS	TM 4 Seminar zu Unternehmensführung und Medienmanagement , 2 SWS, 6 KP		TM 3 Besondere Themenfelder des Medienmanagement ; 6 SWS, 9 KP	Praktikum (mind. 6 Wochen in der vorlesungsfreien Zeit & Praktikumsbericht, 8 KP)	IB 2 Interdisziplinäres Projekt II 5 SWS (20 KP)	
	4. Sem. SS	Master-Arbeit (20 KP)				IB 3 Interdisziplinäres Kolloquium (2 SWS, 6 KP)	

Anlage IV

Studienplan für das Ergänzungsfach Wirtschafts- und Medieninformatik im Interdisziplinären Masterstudiengang Medien und Gesellschaft an der Universität Siegen

Gesamt 120 KP		Themenmodule 18 SWS (30 KP)	Praxismodul Praktikum (8 KP)	Integrierter Bereich (14 SWS, 32 KP)	Zweites Fach (30 KP)
1. Studienjahr	1. Sem. WS	MA-WMI-TM 1 Computerunterstütztes Lernen 4 SWS (6 KP) MA-WMI-TM 2 Mensch-Computer-Interaktion 4 SWS (6 KP)		IB 1 Wissenschaftstheorie 2 SWS (6 KP)	Sozialwissenschaften Medienwissenschaft Unternehmensführung und Medienmanagement
	2. Sem. SS	MA-WMI-TM 3 Informationswirtschaft 4 SWS (6 KP)		IB 2 Interdisziplinäres Projekt I 5 SWS	
2. Studienjahr	3. Sem. WS	MA-WMI-TM 4 Softwareentwicklung in Organisationen 4 SWS (6 KP) MA-WMI-SM Seminar Angewandte Informatik 2 SWS (6 KP)	Praktikum (mind. 6 Wochen in der vorlesungs- freien Zeit & Praktikumsbericht, 8 KP)	IB 2 Interdisziplinäres Projekt II 5 SWS (20 KP)	
	4. Sem. SS	Master-Arbeit (20 KP)		IB 3 Interdisziplinäres Kolloquium (2 SWS, 6 KP)	