

Amtliche Mitteilungen

Datum 21. Februar 2001

Nr. 9/2001

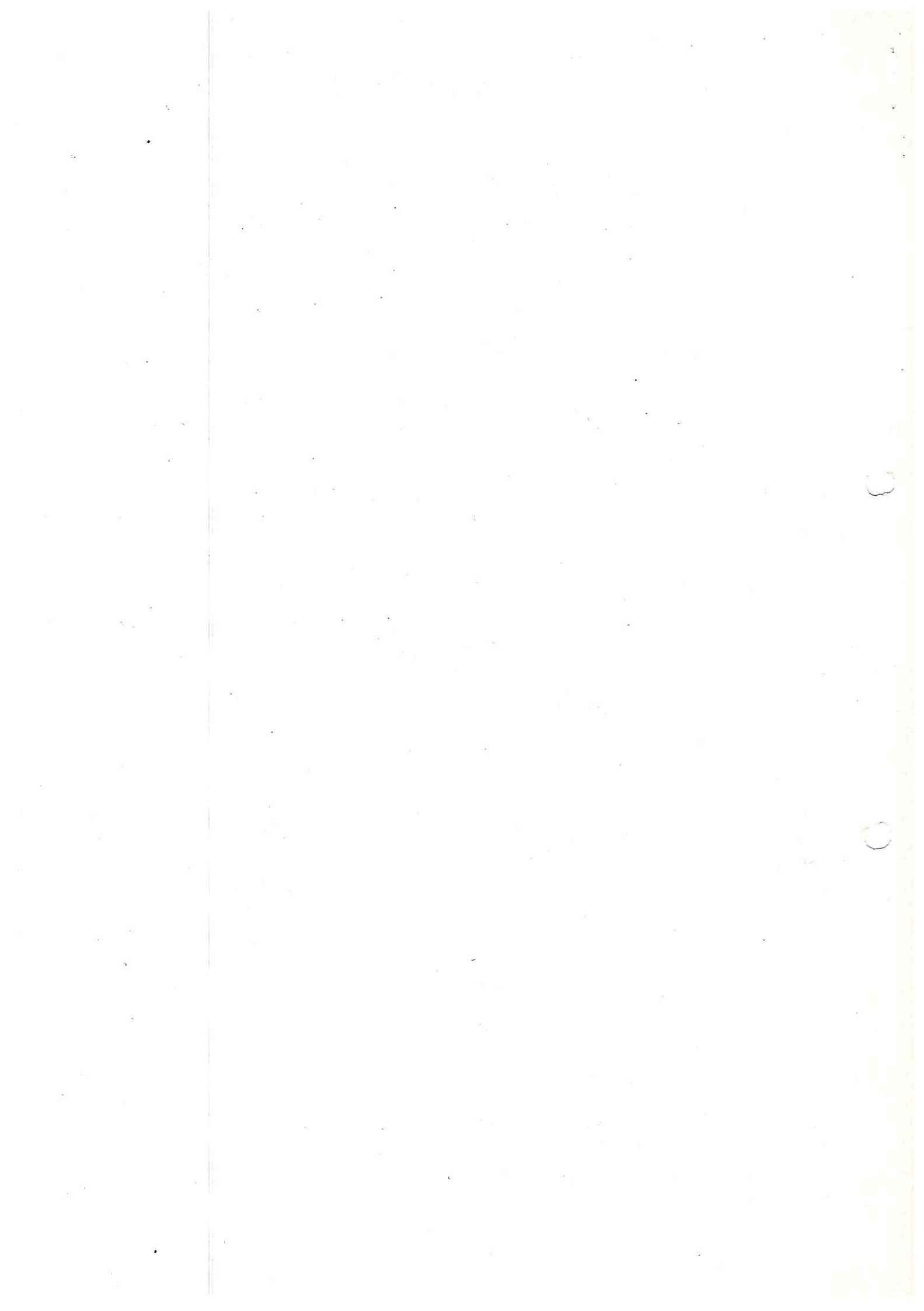
Inhalt:

Studienordnung

**für den
integrierten Diplomstudiengang
Medien-Planung, -Entwicklung und -Beratung**

**an der
Universität – Gesamthochschule Siegen**

Vom 13. Februar 2001



1

Studienordnung
für den
integrierten Diplomstudiengang
Medien-Planung, -Entwicklung und -Beratung
an der
Universität - Gesamthochschule Siegen

Vom 13. Februar 2001

Aufgrund des § 2 Abs. 4 und des § 86 Abs. 1 Satz 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz - HG) vom 14. März 2000 (GV.NRW. S. 190) hat die Universität - Gesamthochschule Siegen die folgende Studienordnung erlassen:

I n h a l t

A Allgemeines

- § 1 Geltungsbereich und Zweck
- § 2 Aufgaben und Ziele des Studiums
- § 3 Zugangsvoraussetzungen
- § 4 Studienbeginn
- § 5 Regelstudienzeit und Studienumfang
- § 6 Studienberatung

B Aufbau und Inhalt des Grundstudiums

- § 7 Gliederung des Grundstudiums
- § 8 Studiengangelemente
 1. Kulturwissenschaftlicher Informationsbereich (Medien-Theorie, -Geschichte, -Analyse)
 2. Sozialwissenschaftlicher Informationsbereich (Medien-Psychologie, -Pädagogik, -Soziologie, -Politik und -Recht)
 3. Wirtschaftswissenschaftlicher Informationsbereich (Medien-Wirtschaft)
 4. Praktischer Informationsbereich (Methodenurse, Medien-Technik, Medien-Ergonomie, Pro-Tec, Kreativitätsförderung, Produktgestaltung, Praktika, Exkursionen)
- § 9 Studienleistungen im Grundstudium
- § 10 Diplom-Vorprüfung

C Aufbau und Inhalt des Hauptstudiums

- § 11 Gliederung des Hauptstudiums
- § 12 Studiengangelemente
 1. Kulturwissenschaftlicher Informationsbereich (Medien-Theorie, -Geschichte, -Analyse)
 2. Sozialwissenschaftlicher Informationsbereich (Medien-Psychologie, -Pädagogik, -Soziologie, -Politik, -Ethik)
 3. Wirtschaftswissenschaftlicher Informationsbereich (Medien-Wirtschaft)
 4. Praktischer Informationsbereich (Projekte und Praktika)
- § 13 Studienleistungen im Hauptstudium
- § 14 Diplomprüfung

D Schlussbestimmungen

- § 15 Praktikumsausschuss
 - § 16 Inkrafttreten der Studienordnung / Übergangsbestimmungen
- Anlage: Studienverlaufsplan

A Allgemeines

§ 1

Geltungsbereich und Zweck

(1) Diese Studienordnung regelt auf der Grundlage der Diplomprüfungsordnung für den Studiengang Medien-Planung, -Entwicklung und -Beratung das Studium in diesem Studiengang an der Universität - Gesamthochschule Siegen.

(2) Auf der Grundlage dieser Studienordnung schaffen die beteiligten Fachbereiche und zentralen Einrichtungen (MZ, HRZ) unter Federführung des Fachbereichs 3 der Universität - Gesamthochschule Siegen die Voraussetzung für ein effektives Studium.

§ 2

Aufgaben und Ziele des Studiums

(1) Das Studium bereitet auf planungsbezogene Tätigkeiten im Bereich der Printmedien, des Hörfunks, der Audiovisuellen Medien und der Neuen Medien vor.

(2) Der Studiengang Medien-Planung, -Entwicklung und -Beratung ist ein integrierter Diplomstudiengang, der mit dem Grad eines Diplom-Medienwirtes/einer Diplom-Medienwirtin abschließt. Das Hauptstudium dient vorwiegend der theoretischen Vertiefung und Weiterentwicklung der im Grundstudium erworbenen Kenntnisse mit dem Ziel der Vermittlung von Planungskompetenz im Sinne angewandter Medienwissenschaft mit Bezug auf die Handlungsbereiche: Programm, Werbung / PR, Personalwesen, Medienentwicklung. Vermittelt werden sollen sowohl Qualifikationen für Organisations- und Entwicklungsaufgaben innerhalb von Medienbetrieben (z.B. Verlagen, Rundfunkanstalten, freien Produktionsfirmen) als auch für die Planung des Medieneinsatzes in anderen betrieblichen Einheiten (der Wirtschaft, der Kommunen, der Kulturarbeit usw.).

§ 3

Zugangsvoraussetzungen

(1) Die Qualifikation für das Studium im Grundstudium des Medienstudiengangs wird durch das Zeugnis der Hochschulreife oder eine einschlägige fachgebundene Hochschulreife oder das Zeugnis der Fachhochschulreife oder ein vom Kultusminister des Landes Nordrhein-Westfalen als gleichwertig anerkanntes Zeugnis oder eine bestandene Einstufungsprüfung erworben.

(2) Studenten/Studentinnen mit Fachhochschulreife werden zum Hauptstudium zugelassen, wenn sie die fachgebundene Hochschulreife nachweisen. Sie erwerben diese, wenn sie die Zwischenprüfung bestanden und Brückenkurse in drei Fächern erfolgreich abgeschlossen haben. Das Nähere regelt die Verordnung über den Erwerb der fachgebundenen Hochschulreife während des Studiums in integrierten Studiengängen vom 23. September 1981 (GV.NRW. S. 596), zuletzt geändert durch Verordnung vom 16. Mai 1990 (GV.NRW. S. 350).

(3) Studienbewerber/innen, denen aufgrund der Einstufungsprüfung gemäß § 67 HG Kenntnisse und Fähigkeiten auf Studienleistungen des Grund- und Hauptstudiums im Umfang von mindestens einem Semester angerechnet werden, erwerben die Berechtigung zur Aufnahme des Studiums. Sie werden in dem der Einstufung entsprechenden Studienabschnitt zum Studium zugelassen. Alles Weitere regelt die Einstufungsprüfungsordnung der Universität - Gesamthochschule Siegen.

(4) Zum Studium kann nur zugelassen werden, wer neben der Hochschulreife oder der Fachhochschulreife ein zweimonatiges Praktikum (acht Wochen) in einem der zentralen Medienbereiche absolviert hat (insbesondere Presse, Rundfunk, Film; Werbung, Öffentlichkeitsarbeit; Kulturarbeit). Der Nachweis ist in Form einer Bescheinigung, aus der die Art und Dauer der ausgeführten Tätigkeiten zu ersehen sind, beim Studentensekretariat vorzulegen.

(5) Hat der/die Kandidat/in eine abgeschlossene Berufsausbildung oder äquivalente Tätigkeit in einem medienrelevanten Bereich nachgewiesen, wird auf den Nachweis der Ableistung eines Praktikums verzichtet. Über die Anerkennung der Medienrelevanz entscheidet der Praktikumsausschuss.

(6) In Ausnahmefällen kann eine kontinuierliche und umfangreiche freie Mitarbeit bei Medieninstitutionen anerkannt werden. Arbeitsproben sind dem Praktikumsausschuss vorzulegen.

(7) Über die Anerkennung der Leistungen entscheidet der Praktikumsausschuss nach näherer Bestimmung der Praktikumsordnung. Die Fristen für die Vorlage der Bescheinigung bzw. der Arbeitsproben werden durch Aushang bekannt gegeben. Über Fristüberschreitungen entscheidet in begründeten Sonderfällen der Praktikumsausschuss.

(8) Konnte das Praktikum aus Gründen, die der/die Bewerber/in nicht zu vertreten hat, nicht vollständig absolviert werden, so kann in begründeten Sonderfällen der Praktikumsausschuss nach näherer Bestimmung der Praktikumsordnung über eine Fristverlängerung entscheiden.

§ 4

Studienbeginn

Das Studium kann nur im Wintersemester aufgenommen werden.

§ 5

Regelstudienzeit und Studienumfang

(1) Die Regelstudienzeit beträgt 8 Semester und 3 Monate.

(2) Studienumfang im Grundstudium: 72 Semesterwochenstunden (SWS) Lehrveranstaltungen. Veranstaltungsformen: Einführung, Vorlesungen, Grundkurse, Proseminare, Übungen, Exkursionen (s. § 8). Zusätzlich ist die Absolvierung eines vierwöchigen Praktikums (5 SWS) außerhalb der Hochschule (bzw. in Verbindung mit Übungen der Produktgestaltung) während der vorlesungsfreien Zeit obligatorisch.

(3) Studienumfang im Hauptstudium: 54 SWS. Davon sind 8 SWS Pflichtveranstaltungen, 46 SWS Wahlpflichtveranstaltungen. Innerhalb der Wahlpflichtveranstaltungen ist von den Studierenden ein Schwerpunkt im Umfang vom 10 SWS im kulturwissenschaftlichen oder im wirtschaftswissenschaftlichen oder im praktischen Informationsbereich (3. Projekt) zu bilden. Veranstaltungsformen: Vorlesungen, Hauptseminare, Projekte (s. § 8). Die Diplomarbeit soll im 8. Semester und so rechtzeitig ausgegeben werden, dass die Prüfungen 3 Monate nach Semesterende abgeschlossen werden können. Zusätzlich ist im Hauptstudium ein vierwöchiges Praktikum (5 SWS) außerhalb der Hochschule (bzw. in Verbindung mit Projekten) während der vorlesungsfreien Zeit vorgeschrieben.

(4) Weiterhin können die Studierenden im Wahlbereich Veranstaltungen ihrer Wahl im Umfang von 14 SWS geltend machen.

(5) Der dieser Studienordnung als Anhang beigefügte Studienverlaufsplan dient als Empfehlung an die Studierenden für einen sinnvollen Aufbau des Studiums, insbesondere auch im Hinblick auf den erfolgreichen Abschluss des Grundstudiums und den Studienabschluss in der Regelstudienzeit.

§ 6

Studienberatung

- (1) Die allgemeine Studienberatung erfolgt durch die Zentrale Studienberatungsstelle, den zuständigen Prüfungsausschuss der Universität - Gesamthochschule Siegen und die Lehrenden des Medienstudiengangs.
- (2) Die fachbezogene Studienberatung ist Aufgabe der Lehrenden der beteiligten Fachbereiche.
- (3) Die spezielle Studienberatung für den Medienstudiengang wird von der/dem wissenschaftlichen Koordinator/in angeboten.
- (4) Ergänzend kann eine Studienberatung durch Studierende angeboten werden.

B Aufbau und Inhalt des Grundstudiums

§ 7

Gliederung des Grundstudiums

- (1) Das Grundstudium soll fachbereichsübergreifend in vier Informationsbereichen Grundkenntnisse über Medien vermitteln, und zwar im Anschluss an eine Einführung (4 SWS) sowohl im kulturwissenschaftlichen (24 SWS), im sozialwissenschaftlichen (12 SWS) als auch im wirtschaftswissenschaftlichen Informationsbereich (6 SWS). Innerhalb des praktischen Informationsbereichs soll in den technischen, analysierenden und produzierenden Umgang mit Medien eingeführt und entsprechende methodische sowie praktische Grundkenntnisse vermittelt werden (26 SWS). Ein vierwöchiges Praktikum (umgerechnet 5 SWS) führt in Teilbereiche des Berufsfeldes ein.
- (2) Im kulturwissenschaftlichen Informationsbereich und in den praktischen Übungen soll der/die Studierende seinen/ihren Studienplan so zusammenstellen, dass möglichst Medien aus allen drei Gruppen vertreten sind (dazu § 8 Abs. 2 und § 9 Abs. 1).
- (3) In den vier Informationsbereichen werden teilweise aufeinander aufbauende Lehrveranstaltungen angeboten:
 - I Basiswissen (Grundkurse)
 - II Schwerpunkte (Proseminare).
 Die Ableistung der Grundkurse ist Voraussetzung für die Teilnahme an Proseminaren und Übungen in dem betreffenden Informationsbereich.
- (4) Das Grundstudium soll in der Regel mit dem Ende des 4. Semesters abgeschlossen sein.

§ 8

Studiengangelemente

- (1) Das Grundstudium hat in den vier Informationsbereichen folgende Studiengangelemente:
 - Einführungsveranstaltung (I.)
 - Kulturwissenschaftlicher Informationsbereich: Medien-Theorie (A1), -Geschichte (A2), -Analyse (A3)
 - Sozialwissenschaftlicher Informationsbereich: Medien-Psychologie (B1), -Pädagogik (B2), -Soziologie (B3), -Politik (B4), -Recht (B5)

- Wirtschaftswissenschaftlicher Informationsbereich: Medien-Wirtschaft (C1)
- Praktischer Informationsbereich: Methoden der empirischen Sozialforschung (D1), Medien-Technik (D2), Medien-Ergonomie (D3), Pro-Tec (Produktionstechnik) (D4), Elektronische Datenverarbeitung (D5), Kreativitätsförderung (D6), Produktgestaltung (D7)
- Praktikum (E1)
- Exkursionen

(2) Bezugspunkte der Studiengangelemente im kulturwissenschaftlichen und praktischen Informationsbereich sind die Mediengruppen:

- I. Printmedien (Medienbereich 01) und Audio-Bereich (Medienbereich 02)
- II. Fernsehen (Medienbereich 03) und Film (Medienbereich 03)
- III. Neue Medien (Medienbereich 05)

(3) Die einzelnen Studiengangelemente sind in folgendem zeitlichen Umfang zu studieren:

I.	Einführungsveranstaltung		4 SWS
II.	Kulturwissenschaftlicher Informationsbereich:		
	Medien-Theorie (A1)	8	
	Medien-Geschichte (A2)	8	24 SWS
	Medien-Analyse (A3)	8	
III.	Sozialwissenschaftlicher Informationsbereich:		
	Medien-Psychologie (B1) und -Pädagogik (B2)	4	
	Medien-Soziologie (B3)	4	12 SWS
	Medien-Politik (B4) und -Recht (B5)	4	
IV.	Ökonomischer Informationsbereich:		
	Medien-Wirtschaft (C1)		6 SWS
V.	Praktischer Informationsbereich:		
	Methoden der empirischen Sozialforschung (D1)	2	
	Medien-Technik (D2) und Medien-Ergonomie (D3)	4	
	Pro-Tec (D4)	4	26 SWS
	Elektronische Datenverarbeitung (D5)	4	
	Kreativitätsförderung (D6) und Produktgestaltung (D7)	12	
			72 SWS
	Praktikum (vierwöchig) (E1)		5 SWS

Exkursionen (im Rahmen von Veranstaltungen des praktischen oder kulturwissenschaftlichen Informationsbereichs)

(4) Erläuterung der Studieninhalte

- Die Einführungsveranstaltung (I.) bietet einen Überblick über den Gegenstandsbereich und relevante Fragestellungen, über die Geschichte der Medienwissenschaft sowie den Aufbau des Studiengangs und sie erläutert die Methoden wissenschaftlichen Arbeitens.
- Medien-Theorie (A1): Hierzu rechnen z.B. Veranstaltungen zu Kommunikationstheorien, zu generellen Medientheorien, zu Theorien der Einzelmedien und zu medienspezifischen Zeichensystemen.
- Medien-Geschichte (A2) umfasst z.B. die Geschichte der Einzelmedien (Print, Audio-Bereich, Film, Fernsehen, Neue Medien), die Geschichte von Gattungen und Genres (Nachricht, Feature, dramatische Formen usw.) sowie die Geschichte medienrelevanter Institutionen.

- Medien-Analyse (A3): Bezugspunkte sind entweder einzelne Medienprodukte, Genres, Gattungen oder Werke von Autoren/Autorinnen oder Autoren-/Autorinnengruppen. Gemeint ist eine Textanalyse auf der Mikro- und Makroebene, die Überführung der Beobachtungen in eine eigene Analyse und die Auseinandersetzung mit anderen Analyseergebnissen. Traditionelle Gegenstände der Literaturwissenschaft werden schwerpunktmäßig unter dem Aspekt intermedialer Differenzen und der wechselseitigen Beeinflussung einbezogen. Dabei sind die Fragestellungen z.T. interdisziplinär angelegt (zwischen Sprach- und Literaturwissenschaft, Kunst und Musik). Eine Koordination mit dem Studienelement "Produktgestaltung" (s.u.) ist wünschenswert.
- Medien-Psychologie (B1) behandelt vorwiegend Fragen der Beeinflussung von Rezeptionsprozessen durch die Art der medialen Vermittlung (Wissenstransfer im Buch, Hörfunk, Fernsehen, usw.); Fragen der Einwirkung von Situationen und motivationalen Bedingungen auf der Rezipientenseite (Neugier, Entspannung usw.); Aspekte der Medienwirkungsforschung (Gewalt- und Pornographiedebatte, Werbung usw.). Eine Koordination mit dem Studiengangelement Medien-Pädagogik soll angestrebt werden.
- Medien-Pädagogik (B2) bezieht sich vorrangig auf die Gestaltung und Nutzung von Medienangeboten für Kinder und Jugendliche sowie auf didaktische Aspekte der Mediengestaltung. Eine Koordination mit dem Studiengangelement Medien-Psychologie soll angestrebt werden.
- Medien-Soziologie (B3) geht vorrangig auf die gesellschaftlichen Bedingungen medialer Produktion, Distribution und Rezeption sowie den Zusammenhang von Massenkommunikation und politischer Sozialisation ein.
- Medien-Politik (B4) thematisiert medienpolitische Konzepte und Entscheidungen von politischen Parteien, Gewerkschaften, Kirchen, Berufsverbänden und anderen Interessengruppen sowie nationale und internationale medienpolitische Entwicklungen. Mit dem Studiengangelement Medien-Recht soll eine Abstimmung erfolgen.
- Medien-Recht (B5) beschäftigt sich mit dem Urheberrecht, dem Arbeits- und Tarifrecht, dem Kartellrecht, dem Recht an der eigenen Person, dem Daten- und Jugendschutz sowie den Mediengesetzen und -Staatsverträgen (Geschichte; Entwicklung in der bundesrepublikanischen Rechtsprechung der letzten Jahre; internationaler Vergleich mit der europäischen und amerikanischen Rechtsprechung; Verwertungsgesellschaften usw.).
- Medien-Wirtschaft (C1) bezieht sich auf die Vermittlung von wirtschaftswissenschaftlichen Grundbegriffen: Technik des betrieblichen Rechnungswesens; Medien-Management I und Medien-Ökonomie I.
- Methodenkurse (D1) zur empirischen Sozialforschung behandeln u.a. die Vorbereitung der Hypothesengewinnung, die Kennzeichnung von Grundgesamtheiten, die Datenerhebung (Inhaltsanalyse, Fragebogen, Interview usw.) und die Statistik.
- Medien-Technik (D2) vermittelt die Grundlagen der Druck- und Vervielfältigungstechnik, Techniken der Bild- und Tonbearbeitung, Grundkenntnisse der elektronischen und filmischen Verfahren sowie der Strukturen und technologischen Entwicklungen in den Neuen Medien.
- Medien-Ergonomie (D3) befasst sich primär mit physischen und psychischen Belastungen am Arbeitsplatz und mit der Entwicklung von Konzepten zur Humanisierung der Arbeitsbedingungen.
- Pro-Tec (D4) vermittelt im Zusammenhang themenbezogener Aufgabenstellungen Grundfertigkeiten im Einsatz technischer Geräte im Print-, Audio-, Film- und Video-Bereich.
- Elektronische Datenverarbeitung (D5) führt in die Nutzung von medienspezifischer Standardsoftware ein. Im Vordergrund stehen dabei die Repräsentations- und Präsentationsmöglichkeiten in den Neuen Medien.
- Kreativitätsförderung (D6) stellt die Ergebnisse der Kreativitätsforschung unter besonderer Berücksichtigung des kreativen Prozesses dar. Weiterhin werden praktische Übungen zur Rhetorik, zum kreativen Schreiben und zum darstellenden Spiel angeboten.

- Produktgestaltung (D7) bietet die Möglichkeit, angeleitete und selbständige Produktionen in den verschiedenen Medienbereichen durchzuführen. Neben der ergänzenden Vermittlung handwerklicher Fertigkeiten soll Freiraum für Experimente gegeben werden.
- Praktikum: (E1) Ein vierwöchiges Praktikum während der Semesterferien ist obligatorisch. Es soll außerhalb der Hochschule in einer Medieninstitution oder einem Betrieb absolviert werden. Näheres regelt die Praktikumsordnung.
- Exkursionen sollen Einblick in die Berufspraxis und Möglichkeiten zur Beobachtung und zum Gespräch geben. Sie finden im Rahmen von Veranstaltungen des praktischen oder kulturwissenschaftlichen Informationsbereichs statt.

§ 9

Studienleistungen im Grundstudium

- (1) Die Veranstaltungen zu Studiengangelementen im kulturwissenschaftlichen und praktischen Informationsbereich sind so auszuwählen, dass jeweils mindestens aus zwei der drei Mediengruppen (§ 8 Abs. 2) je eine Veranstaltung belegt wird. Eine als medienübergreifend oder -vergleichend angelegte und ausgewiesene Veranstaltung kann zwei Bereiche abdecken.
- (2) Die unter § 8 Abs. 3 angegebenen Semesterwochenstunden sind verbindlich.
- (3) Die Ableistung von Grundkursen in den Studiengangelementen Medien-Theorie (A1), Medien-Geschichte (A2), Medien-Analyse (A3) im Umfang von jeweils 4 SWS, Medien-Pädagogik (B2), Medien-Soziologie (B3) im Umfang von jeweils 2 SWS, Pro-Tec (D4) im Umfang von 4 SWS und Elektronische Datenverarbeitung (D5) im Umfang von 2 SWS ist verbindlich.
- (4) Je 1 Leistungsnachweis ist in folgenden Studiengangelementen zu erbringen:
 - Einführung in das Studium Medien-Planung, -Entwicklung und -Beratung,
 - Medien-Theorie oder Medien-Geschichte,
 - Medien-Psychologie oder Medien-Pädagogik oder Medien-Soziologie oder Medien-Recht oder Medien-Politik,
 - Medien-Wirtschaft (Technik des betrieblichen Rechnungswesens),
 Je 1 Teilnahmenachweis ist in folgenden Studiengangelementen zu erbringen:
 - Methoden der empirischen Sozialforschung oder Medien-Technik oder Medien-Ergonomie oder Pro-Tec oder Elektronische Datenverarbeitung und
 - Produktgestaltung oder Kreativitätsförderung
 Als Grundlage für einen Leistungsnachweis gelten:
 Hausarbeit, Klausur, schriftlich ausgearbeitetes Referat, medienpraktische Arbeitsproben mit schriftlicher Reflexion.
- (5) Die Lehrenden geben die Form der Erbringung des Studien- bzw. Leistungsnachweises zu Beginn jeder Veranstaltung bekannt.
- (6) Das Praktikum wird mit einem Bericht des/der Studierenden abgeschlossen, der dem Praktikumsausschuss vorzulegen ist.
- (7) Die Teilnahme an mindestens einer Exkursion ist verpflichtend.
- (8) Die in Absatz (4) bis (7) genannten Nachweise sind Voraussetzung für die Zulassung zur Diplom-Vorprüfung.

§ 10

Diplom-Vorprüfung

(1) Prüfungsfächer sind:

- Medien-Analyse und nach Wahl der/des Kandidat/in/en eines der Fächer Medien-Theorie oder Medien-Geschichte. In dem Prüfungsfach darf nicht der für die Zulassung zur Diplom-Vorprüfung im kulturwissenschaftlichen Informationsbereich erforderliche Leistungsnachweis erworben worden sein.
- Nach Wahl der/des Kandidat/in/en eines der Fächer Medien-Psychologie oder Medien-Pädagogik oder Medien-Soziologie oder Medien-Recht oder Medien-Politik. In dem Prüfungsfach darf nicht der für die Zulassung zur Diplom-Vorprüfung erforderliche Leistungsnachweis erworben worden sein.
- Medien-Wirtschaft

(2) Die Prüfungsleistungen in dem Prüfungsfach Medien-Analyse sind in Form einer Klausurarbeit zu erbringen. Die Prüfungsleistungen in den Prüfungsfächern Medien-Theorie oder Medien-Geschichte sind in Form einer Klausurarbeit zu erbringen. In den Prüfungsfächern Medien-Psychologie oder Medien-Pädagogik oder Medien-Soziologie oder Medien-Recht oder Medien-Politik sind die Prüfungsleistungen in Form einer Klausurarbeit zu erbringen. Im Prüfungsfach Medien-Wirtschaft sind die Prüfungsleistungen in Form einer Klausurarbeit zu erbringen.

(3) Alles Weitere regelt die Prüfungsordnung.

C Aufbau und Inhalt des Hauptstudiums

§ 11

Gliederung des Hauptstudiums

(1) Das Hauptstudium dient dem Erwerb von Planungskompetenz im Sinne angewandter Medienwissenschaft und im Hinblick auf medienrelevante Aspekte der Bereiche Programm, Werbung / Public Relations und Medienentwicklung (s. § 12 Abs. 3). Die Veranstaltungen setzen das im Grundstudium innerhalb der entsprechenden Studiengangelemente vermittelte Wissen voraus. Dabei geht das Hauptstudium insbesondere in seiner wissenschaftlichen und theoretischen Orientierung und den entsprechenden Anforderungen über den propädeutischen Charakter des Grundstudiums hinaus. Zugleich wird den Studierenden im Hauptstudium eine Schwerpunktbildung ermöglicht.

(2) Die Pflichtveranstaltungen (8 SWS) verteilen sich wie folgt auf die Informationsbereiche:

- wirtschaftswissenschaftlicher Informationsbereich: 8 SWS

(3) Die Wahlpflichtveranstaltungen (46 SWS) verteilen sich wie folgt auf die Informationsbereiche:

- kulturwissenschaftlicher Informationsbereich: 8 SWS
- sozialwissenschaftlicher Informationsbereich: 6 SWS
- wirtschaftswissenschaftlicher Informationsbereich: 2 SWS
- praktischer Informationsbereich (Projekte): 20 SWS
- Schwerpunktbildung: 10 SWS

Das Studium im praktischen Informationsbereich ist als Projektstudium organisiert. Innerhalb der Projekte sollen konkrete Aufgabenstellungen interdisziplinär, in der Verbindung von Theorie und Praxis, mittels einer kooperativen Planung, Durchführung und Reflexion der einzelnen Vorhaben

gelöst werden. Dabei steht nicht die Produktorientierung im Vordergrund, sondern im Sinne forschenden Lernens die Analyse und Reflexion des Arbeitsprozesses. Die Projekte umfassen jeweils 10 SWS und erstrecken sich über einen Zeitraum von 2 Semestern (5 SWS je Semester).

Zusätzlich müssen die Studierenden eine Schwerpunktbildung (10 SWS) in dem kulturwissenschaftlichen oder dem wirtschaftswissenschaftlichen oder dem praktischen Informationsbereich vornehmen. Mit der Wahl des Schwerpunktes legen die Studierenden den Informationsbereich fest, in dem die von ihnen im Schwerpunktbereich zu absolvierenden Prüfungsleistungen zu erbringen sind.

(4) Das Hauptstudium umfasst 4 Semester und 54 SWS an Lehrveranstaltungen, zuzüglich eines Praktikums von umgerechnet mindestens 5 SWS.

§ 12

Studiengangelemente

(1) Das Hauptstudium hat folgende Studiengangelemente:

- Kulturwissenschaftlicher Informationsbereich: Medien-Theorie (A1), Medien-Geschichte (A2), Medien-Analyse (A3)
- Sozialwissenschaftlicher Informationsbereich: Medien-Psychologie (B1), Medien-Pädagogik (B2), Medien-Soziologie (B3), Medien-Politik (B4), Medien-Ethik (B6)
- Wirtschaftswissenschaftlicher Informationsbereich: Medien-Wirtschaft (C1)
- Praktischer Informationsbereich: Projekte in den Bereichen: Programmplanung (D8), Werbung/PR (D9) oder Medienentwicklung (D10)
- Praktikum (E2)

(2) Die einzelnen Studiengangelemente sind in folgendem zeitlichen Umfang zu studieren:

1. Pflichtveranstaltungen:

Wirtschaftswissenschaftlicher Informationsbereich:

- Medien-Wirtschaft

8 SWS

2. Wahlpflichtveranstaltungen:

Kulturwissenschaftlicher Informationsbereich:

- Medien-Theorie
- Medien-Geschichte
- Medien-Analyse

2 SWS

2 SWS

4 SWS

8 SWS

Sozialwissenschaftlicher Informationsbereich:

- Medien-Psychologie bzw. -Pädagogik
- Medien-Soziologie bzw. Medien-Politik
- Medien-Ethik

2 SWS

2 SWS

2 SWS

6 SWS

Wirtschaftswissenschaftlicher Informationsbereich:

- Medien-Wirtschaft

2 SWS

Praktischer Informationsbereich:

- 1. Projekt
- 2. Projekt

5+5 SWS

5+5 SWS

20 SWS

Schwerpunktbereich:

Die Studierenden bilden einen Schwerpunkt entweder im kulturwissenschaftlichen oder im wirtschaftswissenschaftlichen oder im praktischen Informationsbereich (3. Projekt).

- Schwerpunktbildung

10 SWS

54 SWS

- Praktikum (vierwöchig)

5 SWS

(3) Erläuterung der Studieninhalte

1. Pflichtveranstaltungen

- Medien-Wirtschaft (C 1): Medien-Management II- V

2. Wahlpflichtveranstaltungen

- Medien-Theorie (A1): Medienproduktion und Medienprodukte in Kunst-, Kommunikations-, Medien- und Kreativitätstheorien
- Medien-Geschichte (A2): Geschichte des Mediensystems und der Einzelmedien, Programmgeschichte in Wechselwirkung mit politischen und ästhetischen Entwicklungen, Geschichte einzelner Genres und Gattungen.
- Medien-Analyse (A3): Analyse einzelner Medienprodukte, Serien, Gattungen, Genres, Programme, Medienentwicklungen
- Medien-Psychologie (B 1): Selbstkonzepte, Stereotype, Imagebildung (als relevante Aspekte für Planung und Entwicklung von Programmen in Medienbetrieben, von Stilen und Konzepten in der medialen Präsentation von Institutionen und anderen betrieblichen Einheiten, von Strategien der Werbung, für die Kultivierung von Berufsbildern und den daraus möglicherweise resultierenden Konflikten usw.)
- Medien-Pädagogik: Wissensvermittlung und Verhaltensmuster in Medienangeboten für Kinder und Jugendliche. Didaktische Konzepte und Orientierungen von Medienprodukten.
- Medien-Soziologie (B 3): Soziale Funktionen und Strukturen der Medien, Gesellschaftstheorien und Theorien der Medien, soziale Auswirkungen von Medienentwicklungen, Medienwirkungsforschung.
- Medien-Politik (B4) untersucht medienpolitische Konzepte und Entscheidungen von politischen Parteien, Gewerkschaften, Kirchen, Berufsverbänden und anderen Interessengruppen sowie nationale und internationale medienpolitische Entwicklungen.
- Medien-Ethik (B 6): Strukturelle Rahmenbedingungen ethischer Theoriebildung; Tendenzen, Traditionen und Entwicklungen der Medienethik; normative Standards in den Medien und ethische bzw. normative Implikationen des Mediendiskurses.
- Medien-Wirtschaft (C1): Medien-Ökonomie II oder Veranstaltungen zur speziellen Medienwirtschaft, in denen konkrete wirtschaftliche Fragestellungen im Medienbereich behandelt werden.
- Projekte (D8-D10): Das Projektstudium bereitet auf Tätigkeiten der Medienplanung vor und zwar in Medienbetrieben bzw. für den Einsatz von Medien in anderen betrieblichen und institutionellen Einheiten.

Berufsfeldbezogene Studienelemente sind Programmgestaltung, Werbung bzw. Public Relations und Medienentwicklung.

Alle Projekte stehen in engem Zusammenhang mit Elementen des kulturwissenschaftlichen, des sozialwissenschaftlichen und des ökonomischen Informationsbereichs.

- Programmgestaltung bezieht sich auf ganze Programme und Konzepte von Medienangeboten in den unterschiedlichsten Kontexten.
Die Planung umfasst die Entwicklung gegenstands- und adressatenbezogener Zielvorstellungen sowie die Prüfung der Realisierbarkeit durch Bedarfsanalysen, finanzielle Kalkulationen, Resonanztests usw.
- Werbung und Public Relations: Die Planung umfasst die Produktionsgestaltung bei der Entwicklung von Werbeideen und Konzeptionen für ihre mediale Umsetzung, die Analyse und Abgrenzung von ähnlichen Unternehmungen, die Platzierung der Werbemaßnahmen unter Berücksichtigung von finanziellen Rahmenbedingungen und der Kosten-Nutzen-Relation, Erkenntnissen der Wirkungsforschung usw.
- Der Bereich der Medienentwicklung soll Strategien des Agierens im Medienmarkt, der Entwicklung von Medienangeboten, korrespondierende Marketingstrategien, technische und ästhetische Entwicklungstendenzen umfassen.

- **Schwerpunktbildung:** Die Schwerpunktbildung soll von den Studierenden zur vertieften Auseinandersetzung mit speziellen Problembereichen im kulturwissenschaftlichen oder wirtschaftswissenschaftlichen oder praktischen Informationsbereich genutzt werden.
- **Praktikum:** Ein vierwöchiges Praktikum während der Semesterferien ist obligatorisch. Es soll außerhalb der Hochschule in einer Medieninstitution oder in einem anderen Betrieb mit Aufgaben der medialen Vermittlung absolviert werden. Näheres regelt die Praktikumsordnung.

§ 13

Studienleistungen im Hauptstudium

(1) Im Wahlpflichtbereich ist in den nachstehenden Studiengangelementen je 1 Leistungsnachweis zu erbringen:

- Medien-Geschichte oder Medien-Analyse
- Medien-Psychologie oder Medien-Pädagogik oder Medien-Soziologie oder Medien-Politik
- Medien-Ethik
- Medien-Wirtschaft
- Projekt 1
- Projekt 2

Als Grundlage für einen Leistungsnachweis gelten:

Hausarbeit, Klausur, schriftlich ausgearbeitetes Referat, medienpraktische Arbeitsproben mit schriftlicher Reflexion (Projektbericht). Die Lehrenden geben die konkrete Form der Erbringung des Leistungsnachweises zu Beginn jeder Veranstaltung bekannt.

(2) Das Praktikum wird durch einen Bericht des/der Studierenden abgeschlossen, der dem Praktikumsausschuss vorzulegen ist.

(3) Die in Absatz (1) und (2) genannten Nachweise sind Voraussetzung für die Zulassung zur Diplomprüfung.

§ 14

Diplomprüfung

(1) Die Prüfung besteht aus der Diplomarbeit und Fachprüfungen:

- 1 Fachprüfung (Klausur) in Medien-Theorie
- 1 Fachprüfung (mündliche Prüfung) in Medien-Geschichte oder Medien-Analyse. In dem Prüfungsfach darf nicht der für die Zulassung zur Diplomprüfung erforderliche Leistungsnachweis erworben worden sein.
- 1 Fachprüfung (Klausur) in Medien-Psychologie oder Medien-Pädagogik oder Medien-Soziologie oder Medien-Politik. In dem Prüfungsfach darf nicht der für die Zulassung zur Diplomprüfung erforderliche Leistungsnachweis erworben worden sein.
- 1 Fachprüfung (Klausur) in Medien-Wirtschaft
- 2 Fachprüfungen (Klausur und mündliche Prüfung) in dem von den Studierenden gewählten Schwerpunktbereich.

(2) Die Fachprüfungen sind in Form von Klausurarbeiten von 4 Stunden Dauer bzw. einer mündlichen Prüfung von 45 Minuten Dauer zu erbringen.

(3) Das Thema der Diplomarbeit soll aus einem Themenbereich des von der/dem Studierenden gewählten Schwerpunktbereich hervorgehen und im 8. Semester so rechtzeitig vergeben werden, dass bei einer Bearbeitungsdauer von 4 Monaten die Diplomprüfung 3 Monate nach dem 8. Semester abgeschlossen werden kann.

(5) Alles Weitere regelt die Prüfungsordnung.

D Schlussbestimmungen

§ 15

Praktikumsausschuss

- (1) Der Praktikumsausschuss setzt sich aus vier Lehrenden sowie zwei studentischen Vertretern/Vertreterinnen zusammen und wird für jeweils 2 Jahre gewählt.
- (2) Der Praktikumsausschuss hat die Aufgabe,
 - die Vorpraktika zu begutachten,
 - die ordnungsgemäße Durchführung der Praktika zu gewährleisten,
 - die Studierenden bei der Organisation der Praktika zu unterstützen.
- (3) Grundlage der Arbeit des Praktikumsausschusses ist die vom Fachbereichsrat genehmigte Praktikumsordnung.

§ 16

Inkrafttreten der Studienordnung / Übergangsbestimmungen

- (1) Diese Studienordnung tritt mit Wirkung vom 1. Oktober 2000 in Kraft.
- (2) Sie gilt für alle Studierenden, die ab dem Wintersemester 2000/01 das Studium im Medienstudiengang aufgenommen haben.
- (3) Sie gilt weiterhin für das Hauptstudium von Studierenden, die nach dem Inkrafttreten dieser Studienordnung zur Diplom-Vorprüfung zugelassen werden.
- (3) Studierende, die vor dem Wintersemester 2000/01 das Studium im Medienstudiengang aufgenommen haben und noch keinen Antrag auf Zulassung zur Diplom-Vorprüfung bzw. Diplomprüfung gestellt haben können auf Antrag ihr Studium bzw. Hauptstudium nach dieser Studienordnung absolvieren.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fachbereichsrates des Fachbereichs 3 – Sprach-, Literatur- und Medienwissenschaften – vom 7.6.2000.

Siegen, den 13.2.01

Der Rektor

A. U. Walenta

(Universitätsprof. Dr. Walenta)

Studienverlaufsplan

	Studiengangelemente	1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.	Gesamt	
	Einführung (XO)	2	2			4	4 1 LN
Kulturwissenschaftlicher Informationsbereich	Medien-Theorie (A1) Grundkurse Proseminare	2	2	2	2	8	24 1 LN 2 FP
	Medien-Geschichte (A2) Grundkurse Proseminare	2	2	2	2	8	
	Medien-Analyse (A3) Grundkurse Proseminare	2	2	2	2	8	
Sozialwissenschaftlicher Informationsbereich	Medien-Psychologie (B1) Medien-Pädagogik (B2) Grundkurse Proseminare	2	2			4	12 1 LN 1 FP
	Medien-Soziologie (B3) Grundkurse Proseminare	2		2		4	
	Medien-Politik (B4) Medien-Recht (B5)			2	2	4	
Ökonomischer Informationsbereich	Medien-Wirtschaft (C1)		2	2	2	6	6 1 LN 1 FP
Praktischer Informationsbereich	Methodenkurse (D1)		2			2	26 1 TN
	Medien-Technik (D2) Medien-Ergonomie (D3)	2			2	4	
	Pro-Tec (D4) (Grundkurse)	2	2			4	
	EDV (D5) Grundkurse Proseminare	2		2		4	
	Kreativitätsförderung (D6) Produktgestaltung (D7)	2	2	4	4	12	
	Praktikum (E1)				X	5	
	Summe (SWS)	20	18	18	16	72	

	Studiengangelemente	5. Sem.	6. Sem.	7. Sem.	8. Sem.	Gesamt	
Kulturwissenschaftlicher Informationsbereich	Medien-Theorie (A1)		2	(4)*		2 (6)*	8 (18)* 1 LN 2 FP (2 FP)*
	Medien-Geschichte (A2)	2		(2)*		2 (4)*	
	Medien-Analyse (A3)	2	(2)*	(2)*	2	4 (8)*	
Sozialwissenschaftlicher Informationsbereich	Medien-Psychologie (B1) Medien-Pädagogik (B2)	2				2	6 1 LN 1 FP
	Medien-Soziologie (B3) Medien-Politik (4)	2				2	
	Medien-Ethik (B6)			2		2	
Ökonomischer Informationsbereich	Medien-Wirtschaft (C1)	2 (6)*	4 (6)*	2 (4)*	2 (4)*	10 (20)*	10(20)* 1 LN 1 FP (2FP)*
Praktischer Informationsbereich	Projekt (D8-D10)	5	5			10	10 (20)* 2 LN (2 FP)*
	Projekt (D8-D10)		5	5		10	
	Projekt (8-D10)			(5)*	(5)*	(10)*	
	Praktikum (E2)		X			5	
	Summe (SWS)	15	16	14	9	54	

* Statt des 3. Projektes kann eine Schwerpunktbildung im kulturwissenschaftlichen oder im ökonomischen Bereich erfolgen.

Studieninhalte im Hauptstudium

Kulturwissenschaftlicher Informationsbereich	<p style="text-align: center;">Medien-Theorie</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Medien-Geschichte</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Medien-Analyse</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Medienproduktion und Medienprodukte in Kunst-, Kommunikations-, Medien- und Kreativitätstheorien • Geschichte des Mediensystems und der Einzelmedien, Programmgeschichte in Wechselwirkung mit politischen und ästhetischen Entwicklungen, Geschichte einzelner Genres und Gattungen • Analyse einzelner Medienprodukte, Serien, Gattungen, Genres, Programme, Medienentwicklungen
Sozialwissenschaftlicher Informationsbereich	<p style="text-align: center;">Medien-Psychologie/ Medien-Pädagogik</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Medien-Soziologie</p> <hr/> <p style="text-align: center;">Medien-Ethik</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Selbstkonzepte, Stereotype, Imagebildung • Wissensvermittlung und Verhaltensmuster in Medienangeboten für Kinder und Jugendliche; didaktische Konzepte und Orientierungen von Medienprodukten • Soziale Funktionen und Strukturen der Medien, Medientheorien und Gesellschaftstheorien, soziale Auswirkungen von Medienentwicklungen, Medienwirkungsforschung • Strukturelle Rahmenbedingungen ethischer Theoriebildung; Tendenzen, Traditionen und Entwicklungen der Medienethik; normative Standards in den Medien und ethische bzw. normative Implikationen des Mediendiskurses
Wirtschaftswissenschaftlicher Informationsbereich	Medien-Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Betriebswirtschaftslehre oder Allgemeine Volkswirtschaftslehre; Absatzwirtschaft (Marketing) oder Finanzierung oder Organisation oder Personal-Management; spezielle Medienwirtschaft
Praktischer Informationsbereich	Projekte	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Programmgestaltung</u>: Programme und Konzepte von Medienangeboten; Entwicklung gegenstands- und adressatenbezogener Zielvorstellungen; Prüfung der Realisierbarkeit durch Bedarfsanalysen, Kalkulationen, Tests etc. • <u>Werbung und Public Relations</u>: Entwicklung von Werbeideen und Konzeptionen, Problem- und Marktanalyse, Konkurrenzrecherchen, Mediaplanung, Wirkungsforschung • <u>Medienentwicklung</u>: Strategien des Agierens am Medienmarkt, der Entwicklung von Medienangeboten, korrespondierende Marketingstrategien, technische und ästhetische Entwicklungstendenzen.

Schwerpunktbildung:

Die Schwerpunktbildung soll von den Studierenden zur vertieften Auseinandersetzung mit speziellen Problembereichen im kulturwissenschaftlichen, wirtschaftswissenschaftlichen oder praktischen Informationsbereich genutzt werden.

Praktikum:

Obligatorisches Praktikum während der vorlesungsfreien Zeit in einer Medieninstitution oder in einem Medienbetrieb.

