

# Prüfungsordnung

## für den Studiengang „Master of Business Administration in Media Management“ der Hamburg Media School in Kooperation mit der Universität Hamburg

### Abschnitt I: Allgemeine Vorschriften

- § 1 Ziel des Studiums
- § 2 Akademischer Grad
- § 3 Zulassungsvoraussetzungen
- § 4 Regelstudienzeit, Gliederung des Studiums, Module und Leistungspunkte
- § 5 Formen der Lehrveranstaltungen
- § 6 Anerkennung von Studienleistungen
- § 7 Zweck der Prüfungen
- § 8 Prüfungsausschuss
- § 9 Prüferinnen und Prüfer
- § 10 Nachteilsausgleich für Behinderte und chronisch kranke Studierende
- § 11 Versäumnis, Rücktritt, Verlängerung
- § 12 Täuschung, Ordnungsverstoß
- § 13 Widerspruch

### Abschnitt II: Master-Prüfung

- § 14 Anzahl, Umfang und Zeitpunkt der Prüfungen
- § 15 Formen der Prüfung
- § 16 Master-Thesis
- § 17 Bewertung der Prüfungsleistungen, Bildung der Noten, Gesamtnote
- § 18 Wiederholung von Prüfungen
- § 19 Master-Zeugnis
- § 20 Master-Urkunde

### Abschnitt III: Schlussbestimmungen

- § 21 Ungültigkeit der Prüfung
- § 22 Einsicht in die Prüfungsakten
- § 23 Entgelte
- § 24 In-Kraft-Treten

### Anhang

1. Modulübersicht
2. Beschreibungen der Module

## **Abschnitt I: Allgemeine Vorschriften**

### **§ 1 Ziel des Studiums**

(1) Der Studiengang „Master of Business Administration in Media Management“ (Studiengang) vermittelt den Studierenden Kenntnisse und Fähigkeiten, die sie in die Lage versetzen, ökonomische, rechtliche sowie medien- und kommunikationswissenschaftliche Zusammenhänge, wie sie sich im Kontext des Handelns von Medienunternehmen typischerweise stellen, zu überblicken und unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse selbständig adäquate Problemlösungen für medienwirtschaftliche Fragestellungen zu entwickeln.

(2) Durch konsequente Verbindung der Vermittlung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse mit der Möglichkeit der Anwendung des erworbenen Wissens an konkreten berufspraktischen Problemen aus dem Bereich des Medienmanagements erwerben die Studierenden sowohl Fachkompetenz als auch Führungskompetenz.

(3) Auf der Basis der erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten sind die Studierenden nach erfolgreichem Abschluss des Studiums befähigt, Führungsaufgaben in nationalen und internationalen Unternehmen der Medienwirtschaft sowie in medienpolitischen und medienrechtlichen Institutionen zu übernehmen.

### **§ 2 Akademischer Grad**

Die Universität Hamburg verleiht aufgrund der bestandenen Masterprüfung nach einem ordnungsgemäßen Studium den akademischen Grad „Master of Business Administration in Media Management“.

### **§ 3 Zulassungsvoraussetzungen**

Voraussetzung für die Zulassung zum Studiengang ist ein überdurchschnittlicher Abschluss eines Studiums an einer staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschule. Die endgültige Zulassung zum Studium erfolgt auf der Grundlage der von der Hamburg Media School aufgestellten Kriterien für ein Auswahlverfahren durch den gemeinsamen Ausschuss für den Master-Studiengang Medienmanagement von Universität und Hamburg Media School (Gemeinsamer Ausschuss).

### **§ 4 Regelstudienzeit, Gliederung des Studiums, Module und Leistungspunkte**

(1) Das Studium ist als Vollzeitstudium zu absolvieren.

(2) Die Regelstudienzeit beträgt zwei Jahre (6 Semester). Das 1. Studienjahr gliedert sich in drei Semester und eine vorlesungsfreie Zeit; das zweite Studienjahr besteht aus drei Semestern und der Masterphase.

(3) Der Studiengang ist modular aufgebaut; die Modulinhalte sind im Anhang der Ordnung geregelt. In begründeten Einzelfällen kann der Gemeinsame Ausschuss aus organisatorischen Gründen einzelne Module modifizieren.

(4) Module sind in sich geschlossene thematisch und zeitlich zusammengefasste Stoffgebiete, die mit einer Prüfung (Modulprüfung) abgeschlossen werden. Die Arbeitsbelastung (Präsenz-, Selbststudium und Prüfungsaufwand) für die einzelnen Module wird in Leistungspunkten (LP) ausgewiesen. Dabei entspricht 1 Leistungspunkt einer Arbeitsbelastung von 30 Stunden. Der Gesamtumfang des Studiengangs umfasst einschließlich der Master-Thesis 120 Leistungspunkte. Der Erwerb von Leistungspunkten ist an das Bestehen studienbegleitender Prüfungen gebunden.

### **§ 5 Formen der Lehrveranstaltungen**

Die Module werden in Form von Vorlesungen, Seminaren, Übungen/Praktika und Projekten durchgeführt.

### **§ 6 Anerkennung von Studienleistungen**

Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen werden angerechnet, soweit die Gleichwertigkeit gegeben ist. Über die Anerkennung von an staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschulen oder an anderen staatlich anerkannten Bildungseinrichtungen erbrachten Leistungen entscheidet der Prüfungsausschuss. Bei der Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen, die außerhalb des Geltungsbereichs des Hochschulrahmengesetzes erbracht wurden, sind die von der Kultusministerkonferenz und der Hochschulrektorenkonferenz gebilligten Äquivalenzvereinbarungen sowie Absprachen im Rahmen von Hochschulkooperationsvereinbarungen zu beachten.

### **§ 7 Zweck der Prüfungen**

(1) Durch die Prüfungen soll festgestellt werden, ob die bzw. der Studierende die vermittelten Inhalte und methodischen Instrumente beherrscht und in der Lage ist, ökonomische, rechtliche sowie medien- und kommunikationswissenschaftliche Zusammenhänge zu überblicken, übergreifende Fragestellungen aus dem Bereich des Medienmanagements zu lösen und systematisch und selbstständig auf wissenschaftlicher Grundlage zu arbeiten.

(2) Durch die Master-Thesis, die im Anschluss an das sechste Trimester anzufertigen ist, sollen die Studierenden nachweisen, dass sie in der Lage sind, eine konkrete Aufgabenstellung aus dem Bereich des Medienmanagements selbständig unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse zu bearbeiten.

### **§ 8 Prüfungsausschuss**

(1) Die Einhaltung der Bestimmungen dieser Prüfungsordnung obliegt dem Prüfungsausschuss. Der Prüfungsausschuss ist ferner zuständig für die Organisation der Prüfungen und trifft Entscheidungen in allen weiteren mit den Prüfungen zusammenhängenden Fragen (einschließlich der Bestellung der Prüfer und Beisitzer).

(2) Der Prüfungsausschuss kann in einer Geschäftsordnung Befugnisse auf die Vorsitzende bzw. den Vorsitzenden mit der Maßgabe übertragen, dass dem Ausschuss über die Wahrnehmung dieser Aufgaben regelmäßig berichtet wird. Der Ausschuss kann festlegen, in welchen Fällen Beschlüsse im Umlaufverfahren herbeigeführt werden können.

(3) Der Prüfungsausschuss berichtet regelmäßig dem Gemeinsamen Ausschuss und dem Beirat des Studiengangs und gibt Anregungen zur Weiterentwicklung des Studiums und der Prüfungsordnung.

(4) Der Prüfungsausschuss besteht aus fünf Mitgliedern:

1. drei Mitglieder aus der Gruppe der Hochschullehrer (Professorinnen bzw. Professoren, Juniorprofessorinnen bzw. Juniorprofessoren) bzw. Lehrende, die entsprechende Einstellungsvoraussetzungen dieser Mitglieder aufweisen, davon mindestens ein Mitglied aus der Universität Hamburg,
2. ein Mitglied der Gruppe des akademischen Personals oder des technischen Verwaltungspersonals, das in dem Studiengang tätig ist,
3. eine Studierende bzw. ein Studierender des Studiengangs.

Die akademische Leiterin bzw. der akademische Leiter des Studiengangs an der Hamburg Media School ist der jeweiligen Gruppe (Abs. 4 Nr. 1 bzw. Abs. 4 Nr. 2) zuzuordnen.

(5) Die Mitglieder und Stellvertreter des Prüfungsausschusses werden vom Gemeinsamen Ausschuss bestellt. Die Amtsdauer für die akademische Leiterin bzw. den akademischen Leiter, die Gruppe der Hochschullehrer und das Mitglied des akademischen Personals bzw. technischen Verwaltungspersonals sowie deren Stellvertreter beträgt zwei Jahre, für das studentische Mitglied ein Jahr. Vorsitzende bzw. Vorsitzender des Prüfungsausschusses ist die akademische Leiterin bzw. der akademische Leiter der Hamburg Media School. Die bzw. der stellvertretende Vorsitzende muss aus der Gruppe der Hochschullehrer stammen.

(6) Der Prüfungsausschuss tagt nicht öffentlich. Seine Mitglieder sind zur Verschwiegenheit über alle mit der Prüfung einzelner Kandidatinnen bzw. Kandidaten zusammenhängenden Vorgänge und Beratungen verpflichtet. Sofern sie nicht im öffentlichen Dienst stehen, sind sie durch die Vorsitzende bzw. den Vorsitzenden zur Verschwiegenheit zu verpflichten.

(7) Der Prüfungsausschuss ist beschlussfähig, wenn mindestens die Hälfte seiner Mitglieder, darunter zwei Mitglieder aus der Gruppe nach Abs. 4 Nr. 1 sowie die bzw. der Vorsitzende anwesend sind. Für den Fall, dass die akademische Leiterin bzw. der akademische Leiter nicht der Gruppe der Hochschullehrer zuzuordnen ist, müssen drei Mitglieder aus der Gruppe nach Abs. 4 Nr. 1 anwesend sein. Der Prüfungsausschuss entscheidet mit einfacher Stimmenmehrheit. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme der bzw. des Vorsitzenden, in ihrer bzw. seiner Abwesenheit die Stimme der bzw. des stellvertretenden Vorsitzenden.

(8) Gegen Entscheidungen des Prüfungsausschusses kann die Betroffene bzw. der Betroffene Widerspruch einlegen.

## **§ 9 Prüferinnen und Prüfer**

(1) Der Prüfungsausschuss bestellt die Prüferinnen bzw. Prüfer für die einzelnen Prüfungen. Prüferin bzw. Prüfer ist in der Regel die für die jeweilige Lehrveranstaltung verantwortliche Lehrperson.

Als Prüfer bestellt werden kann nur diejenige Person, die mindestens die durch die Prüfung festzustellende Qualifikation besitzt.

(2) Für die Master-Thesis werden durch den Prüfungsausschuss eine Erstprüferin bzw. ein Erstprüfer und eine Zweitprüferin bzw. ein Zweitprüfer bestellt. Die bzw. der Studierende kann beide Prüferinnen bzw. Prüfer vorschlagen. Dem Vorschlag ist, soweit möglich und vertretbar, zu entsprechen. Beide Prüferinnen bzw. Prüfer müssen an der Lehre im Studiengang beteiligt sein oder beteiligt gewesen sein; mindestens ein Prüfer muss aus der Gruppe der Hochschullehrer stammen.

### **§ 10 Nachteilsausgleich für Behinderte und chronisch kranke Studierende**

(1) Macht ein Studierender/eine Studierende glaubhaft, dass sie bzw. er wegen einer chronischen Krankheit oder einer Behinderung nicht in der Lage ist, die Prüfungsleistungen ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form abzulegen, kann der Vorsitzende bzw. die Vorsitzende des Prüfungsausschusses die Bearbeitungszeit für Prüfungsleistungen bzw. die Fristen für Prüfungen verlängern oder gleichwertige Prüfungsleistungen in einer bedarfsgerechten Form gestatten. Entsprechendes gilt für Studienleistungen.

(2) Bei Entscheidungen der bzw. des Prüfungsausschussvorsitzenden nach Absatz 1 ist der Behindertenbeauftragte bzw. die Behindertenbeauftragte gemäß § 88 Absatz 3 HmbHG zu beteiligen.

(3) Zur Glaubhaftmachung einer chronischen Krankheit bzw. einer Behinderung kann die Vorlage geeigneter Nachweise verlangt werden.

### **§ 11 Versäumnis, Rücktritt, Verlängerung**

(1) Eine Prüfungsleistung gilt als mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet, wenn der Prüfling ohne triftigen Grund einen Prüfungstermin versäumt, nach Beginn einer (Teil)-Prüfung zurücktritt, oder eine schriftliche Prüfungsleistung nicht innerhalb der vorgegeben Bearbeitungszeit beginnt oder erbringt.

(2) Die für das Versäumnis bzw. den Rücktritt geltend gemachten Gründe müssen dem Prüfungsausschuss unverzüglich schriftlich angezeigt und von der Kandidatin bzw. von dem Kandidaten umfassend und vollständig glaubhaft gemacht werden. Bei Krankheit des Prüflings ist ein ärztliches Attest vorzulegen. In Zweifelsfällen kann sich der Prüfungsausschuss ein qualifiziertes Attest vorlegen lassen. Dieses muss Angaben enthalten über die von der Erkrankung ausgehende körperliche bzw. psychische Funktionsstörung, die Auswirkungen der Erkrankung auf die Prüfungsfähigkeit des Prüflings aus medizinischer Sicht, den Zeitpunkt des dem Attest zugrunde liegenden Untersuchungstermins sowie die ärztliche Prognose über die Dauer der Erkrankung. Wird der Grund anerkannt, so wird ein neuer Termin anberaumt. Bei Modulprüfungen, die aus mehreren Teilprüfungsleistungen bestehen, werden vollständig erbrachte Teilprüfungsleistungen angerechnet. Nach Beendigung einer Prüfungsleistung können Rücktrittsgründe nicht mehr geltend gemacht werden.

(3) Schutzvorschriften zum Schutz der erwerbstätigen Mutter (MuSchG) sind auf Antrag der Kandidatin zu berücksichtigen. Gleiches gilt für die Fristen der Elternzeit nach dem Gesetz zum Erziehungsurlaub und zur Elternzeit (BERzGG). § 11 Absatz 2 Sätze 5 bis 6 gelten entsprechend.

(4) Belastende Entscheidungen des Prüfungsausschusses nach den Absätzen 1 bis 3 sind der Kandidatin bzw. dem Kandidaten unverzüglich mitzuteilen, zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.

(5) Bei Nichteinhaltung der Prüfungsfristen bei schriftlichen Hausarbeiten und bei der Master-Thesis kann die Vorsitzende bzw. der Vorsitzende des Prüfungsausschusses bei begründetem und vor Ablauf der Bearbeitungsfrist gestelltem Antrag eine einmalige Verlängerung der Bearbeitungszeit um maximal zwei (schriftliche Hausarbeit) bzw. um maximal vier Wochen (Master-Thesis) genehmigen. Voraussetzung für eine Verlängerung der Bearbeitungszeit ist, dass die Gründe, die die Verlängerung erforderlich machen, nicht von der Kandidatin oder dem Kandidaten zu vertreten sind. Die Begründung für den Verlängerungsbedarf ist von der Kandidatin bzw. von dem Kandidaten umfassend schriftlich zu erläutern und zu belegen; bei Krankheit durch Vorlage eines qualifizierten ärztlichen Attests.

### **§ 12 Täuschung, Ordnungsverstoß**

(1) Versucht eine Kandidatin bzw. ein Kandidat, das Ergebnis ihrer oder seiner Prüfungsleistung durch Täuschung oder Benutzung nicht zugelassener Hilfsmittel zu beeinflussen, wird die betreffende Prüfungsleistung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet. Vom Vorliegen eines schwer wiegenden Falls der Täuschung ist insbesondere im Falle von Internet-Plagiaten auszugehen.

(2) Unternimmt eine Kandidatin bzw. ein Kandidat während einer Prüfungsleistung einen Täuschungsversuch, wird sie bzw. er von der Fortsetzung der Prüfungsleistung nicht ausgeschlossen. Die bzw. der jeweilige Aufsichtsführende fertigt über das Vorkommnis einen Vermerk, den sie bzw. er nach Abschluss der Prüfungsleistung unverzüglich der Vorsitzenden bzw. dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses vorlegt. Über die Bewertung der Prüfungsleistung entscheidet die zuständige Prüferin bzw. der zuständige Prüfer.

(3) Eine Kandidatin bzw. ein Kandidat, die bzw. der den ordnungsgemäßen Ablauf einer Prüfung stört, kann von der jeweiligen Prüferin bzw. dem jeweiligen Prüfer oder von der oder dem Aufsichtsführenden von der Fortsetzung der Prüfungsleistung ausgeschlossen werden; in diesem Fall wird die Prüfungsleistung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet. In schwer wiegenden Fällen kann der Prüfungsausschuss die Kandidatin bzw. den Kandidaten von der Erbringung weiterer Prüfungsleistungen ausschließen.

(4) Bei Entscheidungen nach den Absätzen 1 bis 3 kann der Prüfling eine Überprüfung durch den Prüfungsausschuss verlangen. Der Antrag muss unverzüglich gestellt werden.

Belastende Entscheidungen des Prüfungsausschusses nach den Absätzen 1 bis 3 sind der Kandidatin bzw. dem Kandidaten unverzüglich mitzuteilen, zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.

### **§ 13 Widerspruch**

Der Prüfling kann gegen Entscheidungen in Prüfungsangelegenheiten beim Prüfungsausschuss schriftlich oder zur Niederschrift Widerspruch einlegen. Will der Prüfungsausschuss nicht Abhilfe schaffen, leitet er den Widerspruch unverzüglich an den Gemeinsamen Ausschuss weiter. Der Gemeinsame Ausschuss erlässt einen begründeten Widerspruchsbescheid, der mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen ist.

## Abschnitt II: Master-Prüfung

### § 14 Anzahl, Umfang und Zeitpunkt der Prüfungen

(1) Die Masterprüfung setzt sich zusammen aus den Prüfungsfächern (Fachgebieten) „Business Administration“, „Management Skills“, „Media Business“, „Media Production“ und „Context & Values“, die sich jeweils wiederum aus einzelnen Modulen zusammensetzen, sowie der Master-Thesis. In den fünf Prüfungsfächern muss jeweils die nachfolgend aufgeführte Leistungspunktzahl erzielt werden:

<b>Prüfungsfächer</b>	<b>Leistungspunkte</b>
Business Administration	37,5
Management Skills	7,0
Media Business	10,0
Media Production	30,5
Context & Values	20,0
<i>Zwischensumme:</i>	<i>105,0</i>
Master-Thesis	15,0
<i>Gesamtsumme:</i>	<i>120,0</i>

(2) Die Ablegung einer Modulprüfung setzt voraus, dass die für das Modul vorgesehenen Lehrveranstaltungen absolviert wurden. Die Modulprüfungen finden in der Regel in den letzten 2 Wochen eines Trimesters im Anschluss an die Lehrveranstaltungen statt. Das Prüfungsverfahren beginnt mit der verbindlichen Bekanntgabe der Prüfungstermine.

### § 15 Formen der Prüfung

(1) Jedes Modul wird mit einer Prüfungsleistung in kontrollierter Form abgeschlossen. Die Prüfungsleistungen werden durch folgende Prüfungsformen erbracht: Schriftliche Klausur, schriftliche Hausarbeit, protokollierte mündliche Prüfung, Referat oder eine Präsentation.

(2) Die Prüfungsformen für die Prüfungsleistungen der einzelnen Module sind in der jeweiligen Modulbeschreibung geregelt. Eine Modulprüfung ist bestanden, wenn die Modulnote mindestens „ausreichend“ (4,0) ist. Besteht eine Modulprüfung aus mehr als einer Prüfungsleistung, müssen alle Prüfungsleistungen mit mindestens „ausreichend“ (4,0) bestanden sein.

(3) Sind für ein Modul alternative Prüfungsarten vorgesehen, wird die jeweilige Prüfungsart und der Umfang der Prüfungsleistung für dieses Modul vor Beginn der Lehrveranstaltung eines Trimesters von der jeweiligen Dozentin bzw. dem Dozenten den Studierenden verbindlich bekannt gegeben. Bei Wiederholungsprüfungen kommt grundsätzlich die gleiche Form der Prüfung zum Einsatz wie im Erstversuch.

(4) Die Bearbeitungszeit für schriftliche Hausarbeiten beträgt vier Wochen. Jeder schriftlichen Hausarbeit ist von der Kandidatin bzw. dem Kandidaten ein Verzeichnis aller benutzten Quellen und Hilfsmittel sowie eine unterschriebene Erklärung darüber beizufügen, dass sie bzw. er die Arbeit ohne fremde Hilfe selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel, insbesondere keine im Quellenverzeichnis nicht benannten Internet-Quellen, benutzt und die Arbeit vorher nicht an anderer Stelle eingereicht hat.

(5) Mündliche Prüfungen werden von einer Prüferin bzw. einem Prüfer in Gegenwart einer sachkundigen Beisitzerin oder einem sachkundigen Beisitzer abgehalten. Verlauf, Gegenstandsbereiche und Ergebnis der Prüfung sind durch die Beisitzerin bzw. den Beisitzer für jede Kandidatin bzw. jeden Kandidaten zu protokollieren. Das Prüfungsprotokoll ist von der Prüferin oder dem Prüfer und der Beisitzerin oder dem Beisitzer zu unterzeichnen. Das Ergebnis der mündlichen Prüfung ist der Kandidatin bzw. dem Kandidaten bekannt zu geben und zu begründen.

### **§ 16 Master-Thesis**

(1) Mit der Master-Thesis soll die Kandidatin bzw. der Kandidat den Nachweis erbringen, dass sie bzw. er in der Lage ist, eine anwendungsbezogene Aufgabenstellung aus einem Fachgebiet des Master-Studiums selbständig nach wissenschaftlichen Grundsätzen und Methoden zu bearbeiten.

(2) Die Zulassung zur Master-Thesis kann beantragen, wer für den Masterstudiengang Medienmanagement eingeschrieben ist und die erfolgreiche Absolvierung von 24 Modulen im Umfang von insgesamt 105 Leistungspunkten nachweist. Der oder die Vorsitzende des Prüfungsausschusses entscheidet über die Zulassung.

(3) Die Master-Thesis wird im Anschluss an das sechste Trimester geschrieben. Die Bearbeitungszeit beträgt 12 Wochen. Sie hat einen Umfang von maximal 80 DIN A4-Seiten (ohne Anhänge und Verzeichnisse).

(4) Die Bearbeitungszeit der Master-Thesis beginnt mit der Bekanntgabe des Themas durch die Vorsitzende bzw. den Vorsitzenden des Prüfungsausschusses. Spätestens am letzten Tag der Bearbeitungszeit ist die Master-Thesis in dreifacher schriftlicher Ausfertigung sowie jeweils beiliegend auch in elektronischer Form auf Diskette oder CD-ROM beim Prüfungsausschuss abzugeben oder diesem - versehen mit dem Poststempel dieses Tages - zuzusenden. Ausgabezeitpunkt des Themas und Abgabezeitpunkt der Master-Thesis sind aktenkundig zu machen.

(5) Das Thema der Master-Thesis kann von jeder Prüferin bzw. jedem Prüfer des Studiengangs gestellt werden. Das Thema der Master-Thesis muss so beschaffen sein, dass es innerhalb der vorgesehenen Frist bearbeitet werden kann.

(6) Die Master-Thesis kann auch in Form einer Gruppenarbeit zugelassen werden, wenn der als Prüfungsleistung zu bewertende Beitrag jeder einzelnen Kandidatin bzw. jedes einzelnen Kandidaten eindeutig identifizier- und abgrenzbar ist und die Anforderung gemäß Abs. 1 für jede Kandidatin bzw. jeden Kandidaten erfüllt ist.

(7) Eine Rückgabe des Themas der Master-Thesis an den Prüfungsausschuss ist nur einmal und nur innerhalb von einer Woche nach Ausgabe des Themas unter schriftlicher Darlegung der Gründe für die Rückgabe möglich.

(8) Bei der Abgabe der Master-Thesis ist der Arbeit von der Kandidatin bzw. dem Kandidaten ein Verzeichnis aller benutzten Quellen und Hilfsmittel sowie eine unterschriebene Erklärung darüber beizufügen, dass sie bzw. er die Arbeit ohne fremde Hilfe selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel, insbesondere keine im Quellenverzeichnis nicht benannten Internet-Quellen, benutzt und die Arbeit vorher nicht an anderer Stelle eingereicht hat.

(9) Die Master-Thesis wird von der Erstprüferin bzw. dem Erstprüfer und der Zweitprüferin bzw. dem Zweitprüfer bewertet. Über das Ergebnis der Bewertung wird ein Kurzgutachten angefertigt, das der Kandidatin bzw. dem Kandidaten im Anschluss an die Bewertung zur Kenntnis gebracht wird. Bei einer nicht übereinstimmenden Benotung durch die beiden Prüferinnen bzw. Prüfer, bei

der die Differenz zwischen den Noten mehr als 2,0 beträgt, wird ein dritter Prüfer bestimmt. Die Note für die Master-Thesis ergibt sich aus dem arithmetischen Mittel der Einzelnoten. Für die bestandene Master-Thesis werden 15 Leistungspunkte vergeben.

### § 17 Bewertung der Prüfungsleistungen, Bildung der Noten, Gesamtnote

(1) Die Bewertung von Klausuren und schriftlichen Hausarbeiten soll innerhalb von vier Wochen nach Eingang der Arbeiten bei der Prüferin bzw. dem Prüfer erfolgen. Bewertung und Gutachten für die Master-Thesis sollen innerhalb von acht Wochen nach Eingang der Arbeit bei der Erstprüferin bzw. dem Erstprüfer und zwei Wochen nach Eingang bei der Zweitprüferin bzw. bei dem Zweitprüfer erstellt werden. Bei mündlichen Prüfungen ist das Ergebnis der Kandidatin bzw. dem Kandidaten im Anschluss an die mündliche Prüfung bekannt zu geben.

(2) Die Noten für die einzelnen Prüfungsleistungen werden von der jeweiligen Prüferin bzw. dem jeweiligen Prüfer festgesetzt. In den Prüfungen wird die Leistung der einzelnen Kandidatin bzw. des einzelnen Kandidaten bewertet. Für die Bewertung der Prüfungsleistungen zu den Modulen und der Master-Thesis sind folgende Noten zu verwenden:

1 = sehr gut	= eine hervorragende Leistung;
2 = Gut	= eine Leistung, die erheblich über den durchschnittlichen Anforderungen liegt;
3 = befriedigend	= eine Leistung, die durchschnittlichen Anforderungen genügt;
4 = ausreichend	= eine Leistung, die trotz ihrer Mängel noch den Anforderungen genügt;
5 = nicht ausreichend	= eine Leistung, die wegen erheblicher Mängel den Anforderungen nicht mehr genügt.

(3) Zur differenzierten Bewertung der Prüfungsleistungen können Werte zwischen den Noten 1,0 und 4,0 dadurch gebildet werden, dass die Notenziffer um 0,3 erhöht oder vermindert wird; dementsprechend sind die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 ausgeschlossen.

(4) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Teilprüfungsleistungen, errechnet sich die Modulnote als gewogenes arithmetisches Mittel aus den mit den jeweiligen Leistungspunkten gewichteten Noten in den einzelnen Teilprüfungsleistungen. Dabei wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt. Alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen.

Die Note lautet:

Bei einem Durchschnitt bis einschließlich 1,5	= sehr gut;
bei einem Durchschnitt von 1,6 bis einschließlich 2,5	= gut;
bei einem Durchschnitt von 2,6 bis einschließlich 3,5	= Befriedigend;
bei einem Durchschnitt von 3,6 bis einschließlich 4,0	= ausreichend;
bei einem Durchschnitt ab 4,1	= nicht ausreichend.

(5) Die Prüfung für den „Master of Business Administration in Media Management“ ist bestanden, wenn sämtliche Prüfungsleistungen mindestens „ausreichend“ (bis 4,0) sind und die Kandidatin bzw. der Kandidat gemäß § 14 Abs. 1 105 Leistungspunkte aus den Modulprüfungen sowie 15 Leistungspunkte aus der Master-Thesis erworben hat.

(6) Die Gesamtnote ergibt sich als gewogenes arithmetisches Mittel aus den mit den jeweiligen Leistungspunkten gewichteten Noten in den einzelnen Prüfungen. Es wird nur die erste Dezimalzahl hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen. Die Gesamtnote lautet entsprechend Absatz 4.

(7) Die Gesamtnote wird durch die Vorsitzende bzw. den Vorsitzenden des Prüfungsausschusses festgestellt.

### **§ 18 Wiederholung von Prüfungen**

(1) Jede erstmals nicht bestandene Prüfungsleistung kann zweimal wiederholt werden. Die Wiederholung einer Prüfungsleistung, die mit „ausreichend“ (4,0) oder besser bewertet wurde, ist nicht zulässig. Setzt sich eine Modulprüfung aus mehreren Teilprüfungsleistungen zusammen und ist eine Teilprüfungsleistung für sich mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet, so ist nur diese zu wiederholen.

(2) Die Master-Thesis kann bei einer Beurteilung mit „nicht ausreichend“ (5,0) einmal wiederholt werden. In begründeten Ausnahmefällen ist durch Genehmigung des Prüfungsausschusses eine zweite Wiederholung möglich. Eine Rückgabe des Themas der Master-Thesis gemäß § 16 Abs. 7 ist bei einer Wiederholung nur zulässig, wenn die Kandidatin bzw. der Kandidat bei der Anfertigung der vorausgegangenen, mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewerteten Master-Thesis von dieser Möglichkeit keinen Gebrauch gemacht hat.

(3) Die Masterprüfung ist endgültig nicht bestanden, wenn eine Prüfungsleistung (Modulprüfung bzw. Master-Thesis) auch in ihrer letztmaligen Wiederholung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet wurde.

### **§ 19 Master-Zeugnis**

(1) Über die bestandene Master-Prüfung wird ein Zeugnis ausgestellt.

(2) Das Zeugnis enthält die Noten aller Prüfungsleistungen, die Gesamtnote der Master-Prüfung sowie das Thema der Master-Thesis mit Angabe von Prüfern und Note. Als Datum des Zeugnisses ist der Tag anzugeben, an dem die letzte Prüfungsleistung erbracht wurde.

(3) Ist die Master-Prüfung endgültig nicht bestanden, so erteilt die bzw. der Vorsitzende des Prüfungsausschusses den Kandidaten hierüber einen mit Rechtsmittelbelehrung versehenen schriftlichen Bescheid.

(4) Hat der Kandidat bzw. die Kandidatin die Master-Prüfung nicht bestanden, wird ihm bzw. ihr auf Antrag und gegen Vorlage der entsprechenden Nachweise sowie der Exmatrikulationsbescheinigung eine schriftliche Bescheinigung ausgestellt, die die erbrachten Prüfungsleistungen und deren Noten sowie die zur Master-Prüfung noch fehlenden Prüfungsleistungen enthält und erkennen lässt, dass die Prüfung nicht bestanden ist.

(5) Das Zeugnis ist für die Universität von einem universitären Mitglied des Gemeinsamen Ausschusses sowie von der akademischen Leiterin bzw. dem akademischen Leiter der Hamburg Media School zu unterzeichnen.

(6) Dem Zeugnis wird ein Diploma Supplement beigelegt.

### **§ 20 Master-Urkunde**

(1) Aufgrund der bestandenen Master-Prüfung wird von der Universität Hamburg der akademische Grad „Master of Business Administration in Media Management“ verliehen.

(2) Gleichzeitig mit dem Zeugnis wird der Kandidatin bzw. dem Kandidaten eine Urkunde mit dem Datum des Zeugnisses ausgehändigt. Darin wird die Verleihung des Hochschulgrades beurkundet.

(3) Die Urkunde wird für die Universität von einem universitären Mitglied des Gemeinsamen Ausschusses sowie von der akademischen Leiterin bzw. dem akademischen Leiter der Hamburg Media School unterzeichnet. Sie trägt das Siegel der Universität Hamburg.

## **Abschnitt III: Schlussbestimmungen**

### **§ 21 Ungültigkeit der Prüfung**

(1) Hat die Kandidatin bzw. der Kandidat bei einer Prüfungsleistung getäuscht und wird dies erst nach Aushändigung des Zeugnisses bekannt, so kann der Prüfungsausschuss die Note der Prüfungsleistung entsprechend berichtigen. Gegebenenfalls kann die jeweilige Prüfung ganz oder teilweise für „nicht ausreichend“ (5,0) und die Master-Prüfung für „nicht bestanden“ erklärt werden. Entsprechendes gilt für die Master-Thesis.

(2) Der Kandidatin bzw. dem Kandidaten ist vor einer Entscheidung die Gelegenheit zur Äußerung zu geben.

(3) Das unrichtige Master-Zeugnis und die Master-Urkunde sind einzuziehen. Eine Entscheidung nach Abs. 1 ist nach Ablauf einer Frist von fünf Jahren, beginnend mit dem Datum des Prüfungszeugnisses, ausgeschlossen.

### **§ 22 Einsicht in die Prüfungsakten**

Innerhalb eines Jahres nach Abschluss einer Prüfung wird der Kandidatin bzw. dem Kandidaten auf Antrag Einsicht in ihre bzw. seine schriftlichen Prüfungsarbeiten und die dazugehörigen Bewertungen gewährt. Der Prüfungsausschuss bestimmt Zeit und Ort der Einsichtnahme.

### **§ 23 Entgelte**

Das Master-Studium Medienmanagement ist entgeltpflichtig. Die Höhe der Entgelte wird von der Hamburg Media School festgelegt und ist Gegenstand des Studienvertrages.

### **§ 24 In-Kraft-Treten**

Diese Prüfungsordnung tritt am Tage nach der Veröffentlichung im Amtlichen Anzeiger in Kraft. Sie findet für alle Studierenden Anwendung, die ab 2003 ihr Studium aufgenommen haben. Die nach dem Lehrplan für das erste Trimester erbrachten Studienleistungen werden angerechnet.

## Anhang

### 1. Modulübersicht

	Nr.	Modulelemente	Tri- mester	Leistungs- Punkte	TWS	
<b>Business Administration</b>	<b>1</b>	<b>Grundlagen Business Administration I</b>		<b>7,0</b>	<b>8</b>	
		▪ Grundlagen BWL	1.	(3,0)	4	
		▪ Grundlagen VWL	1.	(2,0)	2	
			▪ Grundlagen Recht	1.	(2,0)	2
	<b>2</b>	<b>Grundlagen Business Administration II</b>		<b>3,0</b>	<b>4</b>	
		▪ Grundlagen Informations- und Kommunikationstechnik	1.	(1,5)	2	
		▪ Quantitative Methoden	1.	(1,5)	2	
	<b>3</b>	<b>Rechnungswesen Investition und Finanzierung, Controlling</b>		<b>8,0</b>	<b>10</b>	
		▪ Rechnungswesen	2.	(3,0)	4	
▪ Investition und Finanzierung		2.	(3,0)	4		
	▪ Controlling	3.	(2,0)	2		
<b>5</b>	<b>Management und Marketing</b>		<b>5,0</b>	<b>6</b>		
	▪ Management	3.	(2,0)	2		
	▪ Marketing	3.	(3,0)	4		
<b>6</b>	<b>Bilanzen und Steuern</b>		<b>3,0</b>	<b>4</b>		
	▪ Bilanzpolitik und Bilanzanalyse	4.	(1,5)	2		
	▪ Steuern	4.	(1,5)	2		
<b>8</b>	<b>Funktionen des Managements</b>		<b>7,5</b>	<b>10</b>		
	▪ Strategisches Management	5.	(3,0)	4		
	▪ Organisation	5.	(1,5)	2		
	▪ Personal	5.	(1,5)	2		
	▪ M & A und Kooperationsmanagement	6.	(1,5)	2		
<b>9</b>	<b>Gründungsmanagement und Business Cases</b>		<b>4,0</b>	<b>7</b>		
	▪ Gründungsmanagement I	5.	(1,0)	1		
	▪ Gründungsmanagement II	6.	(1,0)	2		
	▪ Business Cases	6.	2,0	4		
<b>Management Skills</b>	<b>4</b>	<b>Projektmanagement</b>		<b>3,0</b>	<b>4</b>	
		▪ Projektmanagement I	2.	(1,5)	2	
		▪ Projektmanagement II	3.	(1,5)	2	
<b>7</b>	<b>Leadership und Medientraining</b>		<b>2,0</b>	<b>4</b>		
	▪ Leadership	4.	(1,0)	2		
	▪ Kommunikations- und Medientraining	5.	(1,0)	2		
<b>10</b>	<b>Verhandlungsführung, Networking und Akquise</b>		<b>2,0</b>	<b>4</b>		
	▪ Verhandlungsführung	6.	(1,0)	2		
	▪ Networking und Akquise	6.	(1,0)	2		
<b>Media Business</b>	<b>11</b>	<b>Medienmärkte, Medienprodukte, Medienunternehmen und Wertschöpfungsketten</b>		<b>7,0</b>	<b>8</b>	
		▪ Medienmärkte	1.	(1,5)	2	
		▪ Medienprodukte und Medienunternehmen	1.	(1,5)	2	
		▪ Wertschöpfungsketten I	2.	(2,0)	2	
		▪ Wertschöpfungsketten II	3.	(2,0)	2	
<b>12</b>	<b>Distribution</b>		<b>3,0</b>	<b>4</b>		
	▪ Distribution I	2.	(1,5)	2		
	▪ Distribution II	3.	(1,5)	2		

	Nr.	Modulelemente	Tri- mester	Leistungs- Punkte	TWS
<b>Media Production</b>	<b>13</b>	<b>Inhalteentwicklung und Produktionspraxis I</b>		<b>4,5</b>	<b>6</b>
		▪ Inhalteentwicklung I (Print/Online) ▪ Produktionspraxis I (Print/ Online)	1. 2.	(1,5) (3,0)	2 4
	<b>14</b>	<b>Inhalteentwicklung und Produktionspraxis II</b>		<b>5,5</b>	<b>8</b>
		▪ Inhalteentwicklung II (Radio & TV) ▪ Produktionspraxis II (Radio & TV)	2. 3.	(1,5) (4,0)	2 6
	<b>15</b>	<b>Projekt I</b>		<b>4,5</b>	<b>10</b>
		▪ Projekt I (Film/TV)	4.	4,5	10
	<b>16</b>	<b>Projekt II</b>		<b>4,5</b>	<b>10</b>
	▪ Projekt II (Print)	5.	4,5	10	
<b>17</b>	<b>Projekt III</b>		<b>4,5</b>	<b>10</b>	
	▪ Projekt III (New Media)	6.	4,5	10	
<b>18</b>	<b>Markt- und Trendforschung,</b>	▪ Markt- und Trendforschung I	4.	(2,0)	2
		▪ Markt- und Trendforschung II	5.	(2,0)	2
	<b>19</b>	<b>Mediaplanung</b>		<b>3,0</b>	<b>4</b>
	▪ Mediaplanung	4.	3,0	4	
<b>Context &amp; Values</b>	<b>20</b>	<b>Medien- und Kommunikationswissenschaft</b>		<b>6,5</b>	<b>5</b>
		▪ M & K I: Einführung	1.	(2,0)	2
		▪ M & K II: Methoden	1.	(1,5)	1
		▪ M & K III: Anwendungen	2.	(1,5)	1
		▪ Medienpsychologie	3.	(1,5)	1
	<b>21</b>	<b>Medientechnik und Medienentwicklung</b>		<b>4,5</b>	<b>6</b>
	▪ Medientechnik	1.	3,0	4	
	▪ Medienentwicklung	2	1,5	2	
<b>22</b>	<b>Genre- und Formatkunde</b>		<b>1,5</b>	<b>2</b>	
	▪ Genre- und Formatkunde	2.	(1,5)	2	
<b>23</b>	<b>Wettbewerbs- und Gesellschaftsrecht</b>		<b>3,0</b>	<b>4</b>	
	▪ Wettbewerbsrecht	3.	(1,5)	2	
	▪ Gesellschaftsrecht	3.	(1,5)	2	
<b>24</b>	<b>Medienrecht</b>		<b>4,5</b>	<b>5</b>	
	▪ Medien- und Rundfunkrecht	4.	(1,5)	2	
	▪ Internet- und Telekommunikationsrecht	5.	(1,5)	2	
	▪ Presse- und Urheberrecht	6.	(1,5)	1	

## 2. Beschreibungen der Module

<b>Modul 1</b>	
<b>Grundlagen Business Administration I</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Vermittlung des fach-, d. h. Medienmanagement bezogene, betriebswirtschaftlichen, volkswirtschaftlichen und juristischen Grundlagenwissens Das Modul setzt sich aus den drei Lehrveranstaltungen „Grundlagen BWL“, „Grundlagen VWL“ und „Grundlagen Recht“ zusammen. In der Veranstaltung „Grundlagen BWL“ wird ein Überblick gegeben zu den Zielen und Aufgaben von Unternehmen sowie den unternehmensinternen Strukturen und Prozessen. Gegenstandsbereiche bilden die konstitutiven Entscheidungen wie Standort- und Rechtsformwahl, das Spektrum der Führungsfunktionen in Unternehmen sowie der Realgüterprozess mit seinen Teilfunktionen. Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Grundlagen VWL“ stehen die so genannten Managerial Economics als Schnittmenge aus angewandter Mikroökonomie, Industrieökonomie und Wettbewerbstheorie. Vermittelt werden Grundkenntnisse zu Marktstrukturen, Marktprozessen und Unternehmenshandeln. Alternative Marktformen werden analysiert, aus Managementperspektive diskutiert und typische Handlungsmuster für Unternehmen abgeleitet. Die Veranstaltung „Grundlagen Recht“ liefert einen komprimierten und systematischen Überblick zu den rechtswissenschaftlichen Grundkenntnissen und der Methodenlehre und zeigt die Spezifika und Prinzipien von Zivilrecht, Öffentlichem Recht und Strafrecht auf. Die Fähigkeit zur selbständigen Erarbeitung von rechtlichen Lösungen grundlegender Praxisfälle wird geschult.
<b>Lehrformen</b>	Grundlagen BWL: Vorlesung Grundlagen VWL: Vorlesung Grundlagen Recht: Vorlesung
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Die Teilnahme an Modul 1 ist Voraussetzung für alle nachfolgenden Module im Bereich Business Administration, für die Projekt-Module 15, 16 und 17 sowie für die Module 23 und 24. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 1 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Abschlussprüfung nach dem 1. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der drei Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Prüfung kann in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform ist eine Klausur.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Grundlagen BWL: 3,0 Leistungspunkte Grundlagen VWL: 2,0 Leistungspunkte Grundlagen Recht: 2,0 Leistungspunkte
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	7,0 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über ein Trimester.

Grundlagen BWL:	4 TWS im HT (1.)
Grundlagen VWL:	2 TWS im HT (1.)
Grundlagen Recht:	2 TWS im HT (1.)

<b>Modul 2 Grundlagen Business Administration II</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Vermittlung des fach-, d. h. Medienmanagement bezogenen informations- und kommunikationstechnischen sowie statistisch-methodischen Grundlagenwissens. Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Grundlagen Informations- und Kommunikationstechnik (IuK)“ und „Quantitative Methoden“ zusammen. Gegenstandsbereich der Veranstaltung „Grundlagen Informations- und Kommunikationstechnik“ ist die Vermittlung von Basiskenntnissen zur Signalverarbeitung und zur technischen Funktionsweise von Kommunikationsnetzen und -systemen. Im Einzelnen in Struktur und Funktionsweise vorgestellt werden Rundfunkverteilnetze, Telekommunikationsfestnetze, Internet und Mobilfunknetze sowie aktuelle Entwicklungen beim Netzzugang. Die Veranstaltung „Quantitative Methoden“ beschäftigt sich mit den theoretischen Grundlagen verschiedener statistischer Methoden und Verfahren, wie Wahrscheinlichkeitsrechnung, Schätz- und Testtheorie, multivariate Analyseverfahren und Regressionsanalyse. Hinzu kommen die Grundlagen der deskriptiven Statistik sowie Grundfragen der graphischen Aufbereitung statistischer Ergebnisse. Zur Entwicklung eines Verständnisses für den problemadäquaten Einsatz des statistischen Instrumentariums werden zahlreiche Anwendungsbeispiele aus der Medienpraxis integriert.
<b>Lehrformen</b>	Grundlagen IuK: Vorlesung Grundlagen Quantitative Methoden: Vorlesung mit Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Die Teilnahme an Modul 2 ist Voraussetzung für alle nachfolgenden Module im Bereich Business Administration, für die Projekt-Module 15, 16 und 17 sowie für die Module 18, 19 und 20. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 2 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Abschlussprüfung nach dem 1. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Prüfung kann in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform ist eine Klausur.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Grundlagen IuK: 1,5 Leistungspunkte Quantitative Methoden: 1,5 Leistungspunkte
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	3,0 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über ein Trimester. Grundlagen IuK: 2 TWS im HT (1.) Quantitative Methoden: 2 TWS im HT (1.)

<b>Modul 3 Rechnungswesen, Investition und Finanzierung, Controlling</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Vermittlung von Grundkenntnissen im Bereich des externen und internen Rechnungswesens sowie im Bereich Controlling. Das Modul setzt sich aus den Lehrveranstaltungen „Rechnungswesen“, „Controlling“ sowie „Investition und Finanzierung“ zusammen. Zu den Gegenstandsbereichen der Veranstaltung „Rechnungswesen“ gehören im Einzelnen der Jahresabschluss mit den Grundlagen der Bilanzierung, den Grundsätzen ordnungsgemäßer Buchführung und Bilanzierung, Inhalt und Gliederung der Bilanz, Bewertungsprinzipien und Bewertungsmaßstäbe sowie der Inhalt und Aufbau von Gewinn- und Verlustrechnung und Lagebericht. Im Bereich der Kostenrechnung werden Systematik, Prinzipien und Verfahren der Kostenarten-, Kostenstellen- und Kostenträgerrechnung vorgestellt sowie Methoden der kurzfristigen Erfolgsrechnung, der Deckungsbeitragsrechnung und der Plankostenrechnung skizziert und diskutiert. Sowohl beim externen als auch beim internen Rechnungswesen werden neben der Vermittlung von allgemeinen betriebswirtschaftlichen Kenntnissen die jeweiligen rechnungswesensspezifischen Besonderheiten in Medienunternehmen, wie beispielsweise die Bilanzierung und Bewertung von Filmrechten oder die Kalkulation eines Zeitschriftenprojektes, umfassend thematisiert und anhand von Fallbeispielen illustriert. In der Veranstaltung „Investition und Finanzierung“ werden die einschlägigen Modelle der statischen und dynamischen Investitionsrechnung sowie die Varianten der Eigen- und Fremdfinanzierung vorgestellt und allgemein sowie im Hinblick auf ihre Eignung für Medienunternehmen diskutiert. Die systematische Interdependenz von Investitions- und Finanzierungsplanung wird aufgezeigt, Verfahren der Interdependenzbewältigung werden präsentiert. Die erlernten Inhalte werden systematisch an medienspezifischen Aufgabenstellungen eingeübt. Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Controlling“ stehen – nach einer Einordnung der Controlling-Funktionen in den Kanon der Führungs- und Sachfunktionen im Unternehmen – Controlling-Konzeption und Controlling-Aufgaben. Vorgestellt werden unterschiedliche Kennzahlen und Kennzahlensysteme als zentrale Elemente des Controllings allgemein sowie die Grundstrukturen und Instrumente spezifischer Controllingvarianten, wie beispielsweise das Kosten- und Erfolgs-Controlling, das Produktions-Controlling oder auch das Absatz-Controlling. Die Besonderheiten des Controllings in Medienunternehmen werden eingehend erläutert. Übungsaufgaben mit Medienbezug festigen die erlernten Inhalte.
<b>Lehrformen</b>	Rechnungswesen: Vorlesung mit Übungen Investition und Finanzierung: Vorlesung mit Übungen Controlling: Vorlesung mit Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Teilnahme an den Modulen 1 und 2.
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Die Teilnahme an Modul 3 ist Voraussetzung für alle nachfolgenden Module im Bereich Business Administration und für die Projekt-Module 15, 16 und 17. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 3 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Das Modul umfasst zwei Modul-Teilprüfungen, in denen jeweils mindestens ausreichende Kenntnisse der Inhalte in jeder der

	geprüften Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Teilprüfung „Rechnungswesen, Investition und Finanzierung“ findet am Ende des 2. Trimesters, die Teilprüfung „Controlling“ am Ende des 3. Trimesters statt. Die Prüfung kann in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform ist jeweils eine Klausur.						
<b>Arbeitsaufwand Teileleistungen</b>	<table> <tr> <td>Rechnungswesen:</td> <td>3,0 Leistungspunkte</td> </tr> <tr> <td>Investition und Finanzierung:</td> <td>3,0 Leistungspunkte</td> </tr> <tr> <td>Controlling:</td> <td>2,0 Leistungspunkte</td> </tr> </table>	Rechnungswesen:	3,0 Leistungspunkte	Investition und Finanzierung:	3,0 Leistungspunkte	Controlling:	2,0 Leistungspunkte
Rechnungswesen:	3,0 Leistungspunkte						
Investition und Finanzierung:	3,0 Leistungspunkte						
Controlling:	2,0 Leistungspunkte						
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	8,0 Leistungspunkte						
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.						
<b>Dauer</b>	<p>Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester.</p> <table> <tr> <td>Rechnungswesen:</td> <td>4 TWS im WT (2.)</td> </tr> <tr> <td>Investition und Finanzierung:</td> <td>4 TWS im WT (2.)</td> </tr> <tr> <td>Controlling:</td> <td>2 TWS im FT (3.)</td> </tr> </table>	Rechnungswesen:	4 TWS im WT (2.)	Investition und Finanzierung:	4 TWS im WT (2.)	Controlling:	2 TWS im FT (3.)
Rechnungswesen:	4 TWS im WT (2.)						
Investition und Finanzierung:	4 TWS im WT (2.)						
Controlling:	2 TWS im FT (3.)						

<b>Modul 4 Projektmanagement</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Vermittlung der grundlegenden Kenntnisse und Fähigkeiten zur systematischen Strukturierung und Durchführung von Projekten. Gegenstandsbereiche im Einzelnen bilden Inhalt und Instrumente der Projektplanung, der Projektsteuerung und der Projektkontrolle. Ferner werden die Varianten der Projektorganisation aufgezeigt und im Hinblick auf ihre Eignung für alternative Fallkonstellationen diskutiert. Einen weiteren Gegenstandsbereich bildet die Einbindung der Projektorganisation in die Linienorganisation des Unternehmens. Spezifische Führungsprobleme in Projekten werden aufgezeigt. Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Projektmanagement I“ und „Projektmanagement II“ zusammen.
<b>Lehrformen</b>	Projektmanagement I: Vorlesung mit Übungen Projektmanagement II: Vorlesung mit Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Teilnahme an den Modulen 1 und 2.
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Die Teilnahme an Modul 4 ist Voraussetzung für alle nachfolgenden Module im Bereich Business Administration und für die Projekt-Module 15, 16 und 17. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 4 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Abschlussprüfung nach dem 3. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Prüfung kann in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform ist eine Präsentation.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Projektmanagement I: 1,5 Leistungspunkte Projektmanagement II: 1,5 Leistungspunkte
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	3,0 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester. Projektmanagement I: 2 TWS im WT (2.) Projektmanagement II: 2 TWS im FT (3.)

<b>Modul 5 Management und Marketing</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Vermittlung eines Überblickswissens im Bereich „Management“ sowie von grundlegenden Kenntnissen im Bereich der Sachfunktion „Marketing“. Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Management“ und „Marketing“ zusammen. Die Veranstaltung „Management“ zeigt dabei zunächst die Unterschiede zwischen einem institutionen- und einem prozessorientierten Managementverständnis auf und stellt den Managementprozess mit seinen Teilfunktionen Planung, Organisation, Personaleinsatz, Führung und Kontrolle eingehend vor. Die Verknüpfungen und Interdependenzen zwischen den Managementteilfunktionen werden deutlich; das systematische Verhältnis zwischen Management- und Realgüterprozess und damit auch zwischen den einzelnen Management- und Sachfunktionen wird geklärt. Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Marketing“ steht die Vorstellung von Gegenstandsbereich und Instrumenten des Marketings als Konzept der marktorientierten Führung von Unternehmen. Vermittelt werden Grundkenntnisse im Bereich Marketingforschung, Marketingplanung, Marketingpolitik, Marketingorganisation und Marketing-Kontrolle bzw. -Controlling. Den Instrumenten des Marketing-Mix, also Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik und Kommunikationspolitik, wird besondere Beachtung geschenkt. Spezifische Formen des Marketing-Mix bei Medienunternehmen werden vorgestellt.
<b>Lehrformen</b>	Management: Vorlesung Marketing: Vorlesung
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Teilnahme an den Modulen 1 und 2.
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Die Teilnahme an Modul 5 ist Voraussetzung für alle nachfolgenden Module im Bereich Business Administration und für die Projekt-Module 15, 16 und 17. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 5 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Abschlussprüfung nach dem 3. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Prüfung kann in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform ist eine Klausur.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Management: 2,0 Leistungspunkte Marketing: 3,0 Leistungspunkte
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	5,0 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über ein Trimester. Management: 2 TWS im FT (3.) Marketing: 4 TWS im FT (3.)

<b>Modul 6</b> <b>Bilanzen und Steuern</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Vermittlung von medienbezogenen Kenntnissen im Bereich der Sachfunktionen Bilanzpolitik und Bilanzanalyse sowie auf dem Gebiet des betrieblichen Steuerwesens. Das Modul setzt sich aus den beiden Teilveranstaltungen „Bilanzpolitik und Bilanzanalyse“ und „Steuern“ zusammen. Die Veranstaltung „Bilanzpolitik und Bilanzanalyse“ führt zum Ersten ein in den Gegenstandsbereich von Bilanzpolitik als Teil der betrieblichen Publizitätspolitik. Erläutert wird, wie durch den zielgerichteten Einsatz von Bilanzierungs-, Bewertungs- und Darstellungsspielräumen ein gewünschtes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage eines Unternehmens vermittelt werden kann. Zum Zweiten werden die Instrumentarien der Bilanzanalyse vorgestellt. Im Mittelpunkt steht dabei die Vorstellung einschlägiger horizontaler und vertikaler Kennzahlen zur Beurteilung von Finanz- und Ertragslage und die Beurteilung ihrer Aussagekraft. Anhand von Bilanzen von Medienunternehmen wird das erworbene Wissen eingeübt und medienspezifisch vertieft. Die Veranstaltung Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Steuern“ steht ein Überblick zu den Grundbegriffen der Besteuerung, den speziellen Merkmalen des Steuersystems, der Systematik der Steuerarten und den Grundzügen des Besteuerungsverfahrens. Eingehend, dabei aber immer mit Blick auf die jeweilige Relevanz für Medienunternehmen, behandelt werden Ertragssteuern, Substanzsteuern und Umsatzsteuer.
<b>Lehrformen</b>	Bilanzpolitik und Bilanzanalyse: Vorlesung mit Übungen Steuern: Vorlesung mit Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Teilnahme an den Modulen 1-5.
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Die Teilnahme an Modul 6 ist Voraussetzung für alle nachfolgenden Module im Bereich Business Administration und für die Projekt-Module 15, 16 und 17. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 6 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Abschlussprüfung in Form einer Klausur nach dem 4. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Prüfung kann in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform ist eine Klausur.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Bilanzpolitik und Bilanzanalyse: 1,5 Leistungspunkte Steuern: 1,5 Leistungspunkte
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	3,0 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über ein Trimester. Bilanzpolitik und Bilanzanalyse: 2 TWS im HT (4.) Steuern: 2 TWS im HT (4.)

<b>Modul 7 Leadership und Medientraining</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Vermittlung von theoretischen Grundlagen soweit diese in der Praxis des Medienmanagements relevant sind in den Bereichen Mitarbeiterführung und Kommunikation. Die Veranstaltung „Leadership“ vermittelt Grundkenntnisse zur Führung in Organisationen und ihren Erfolgsbedingungen. Ausgehend von einem Verständnis von Führung als sozialem Einflussprozess werden die Grundlagen sozialer Macht aufgezeigt und alternative Führungsstile charakterisiert und diskutiert. Die Veranstaltung „Medientraining“ vermittelt Wissen zum erfolgreichen Umgang mit Medienvertretern, Geschäftspartnern und (potenziellen) Kunden. Durch intensive Übungen wird Routine im Verhalten vor Kamera, Mikrophon und unter Studioatmosphäre erworben. Diskutiert werden die Grundregeln des Umgangs mit Medienvertretern, das Hintergrundwissen zu Erwartungen von Journalisten, Kamerateams, Redaktionen und Rezipienten sowie Techniken des Aufbaus von Argumentationen und Statements.
<b>Lehrformen</b>	Leadership: Vorlesung mit Übungen Kommunikations- und Medientraining: Vorlesung mit Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Teilnahme an den Modulen 1-5, 11 und 12.
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 7 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Das Modul umfasst zwei Modul-Teilprüfungen, in denen bereits mindestens ausreichende Kenntnisse der Inhalte der geprüften Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Teilprüfung für die Veranstaltungen „Leadership“, findet am Ende des 4. Trimesters statt. Die Teilprüfung „Kommunikations- und Medientraining“ findet am Ende des 5. Trimesters statt. Die Prüfungen können jeweils in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform ist jeweils eine Präsentation.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Leadership: 1,0 Leistungspunkte Kommunikations- und Medientraining: 1,0 Leistungspunkte
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	2,0 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester. Leadership: 2 TWS im HT (4.) Kommunikations- und Medientraining: 2 TWS im WT (5.)

<b>Modul 8 Funktionen des Managements</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Vermittlung von medienbezogenen Kenntnissen zu ausgewählten Teilfunktionen des Managementprozesses. Das Modul setzt sich aus den vier Lehrveranstaltungen „Strategisches Management“, „Organisation“, „Personal“ und „M&A und Kooperationsmanagement“ zusammen. Gegenstand der Veranstaltung „Strategisches Management“ ist die Vermittlung grundlegender Kenntnisse der Unternehmens- und Wettbewerbsstrategie. Einschlägige Techniken der Analyse von Branchen und Konkurrenten werden vorgestellt und an Beispielen eingeübt. Einen weiteren Schwerpunkt bildet die begründete Ableitung und Erklärung strategischer Handlungsoptionen aus marktorientierter und aus ressourcenbasierter Perspektive. Besonderheiten bei der Entwicklung internationaler Unternehmensstrategien werden skizziert. Die Veranstaltung „Organisation“ thematisiert Grundfragen der Aufbau- und Ablauforganisation in Unternehmen. Formen der Spezialisierung und der Koordination werden erläutert. Weitere Gegenstandsbereiche bilden das Verhältnis von Struktur und Strategie, die Rolle von Unternehmenskulturen für den Unternehmenserfolg sowie das Management von Innovationen in Organisationen. Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Personal“ steht die gleichnamige Führungsfunktion. Gegenstandsbereiche bilden Instrumente und Prozess der Personalauswahl, Zweck und Ansätze der Personalbeurteilung sowie Elemente, Gestaltungsmöglichkeiten und Probleme der Entlohnung. In der Veranstaltung „M&A und Kooperationsmanagement“ werden die Spezifika von intra- und interorganisationalen Kooperationen analysiert. Im Einzelnen geht es dabei um die Begründung der ökonomischen Zweckmäßigkeit von Mergers und Acquisitions von rechtlich und wirtschaftlich selbständigen Einheiten mit jeweils eigenständigem, nicht notwendig auch kooperativem, Zielsystem und die Vorstellung geeigneter Instrumente für ein erfolgreiches Kooperationsmanagement. Der Umgang mit konfliktären Zielsystemen und divergierenden Unternehmenskulturen wird skizziert, die Rolle von Vertrauen in Unternehmenspartnerschaften thematisiert.
<b>Lehrformen</b>	Strategisches Management: Vorlesung mit Übungen Organisation: Vorlesung Personal: Vorlesung M&A und Kooperationsmanagement: Vorlesung
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Teilnahme an den Modulen 1-6, 11 und 12.
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 8 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Das Modul umfasst zwei Modul-Teilprüfungen, in denen mindestens ausreichende Kenntnisse der Inhalte in jeder der jeweilsgeprüften Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Teilprüfung für die Veranstaltungen „Strategisches Management“, „Organisation“ und „Personal“ findet am Ende des 5. Trimesters statt. Die Teilprüfung „M&A und Kooperationsmanagement“ findet am Ende des 6. Trimesters statt. Die Prüfungen können in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben.

	Die empfohlene Prüfungsform ist jeweils eine Klausur.	
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Strategisches Management:	3,0 Leistungspunkte
	Organisation:	1,5 Leistungspunkte
	Personal:	1,5 Leistungspunkte
	M&A und Kooperationsmanagement:	1,5 Leistungspunkte
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	7,5 Leistungspunkte	
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im zweiten Studienjahr.	
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester.	
	Strategisches Management:	4 TWS im WT (5.)
	Organisation:	2 TWS im WT (5.)
	Personal:	2 TWS im WT (5.)
	M&A und Kooperationsmanagement:	2 TWS im FT (6.)

<b>Modul 9</b>	
<b>Gründungsmanagement und Business Cases</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Vermittlung grundlegender Kenntnisse zum Prozess der Unternehmensgründung und Anwendung der in anderen Veranstaltungen erworbenen Kenntnisse auf konkrete „Business Cases“. Im Mittelpunkt der Veranstaltungen „Gründungsmanagement I und II“ steht die Entwicklung eines Business-Plans. Erläutert werden Ziel, zentrale Inhalte und vorbereitende Aufgaben bei der Erstellung eines Business-Plans wie die Durchführung einer Marktanalyse, die Entscheidung über Rechtsform und Finanzierung, die Ableitung einer geeigneten Organisationsstruktur sowie die Entwicklung und Implementation einer zieladäquaten Personalplanung und Personalauswahl. An Beispielen aus der Medienbranche wird die Entwicklung und Aufstellung eines Geschäftsplans aufgezeigt und eingeübt. In der Veranstaltung „Business Cases“ werden Fallstudien aus der Unternehmenspraxis in Medienteilmärkten bearbeitet. Auf der Basis des im bisherigen Studienverlauf erworbenen Wissens werden Markt- und Unternehmensdaten zielgerichtet recherchiert und interpretiert sowie geeignete strategische Handlungsempfehlungen für die beteiligten Akteure deduziert.
<b>Lehrformen</b>	Gründungsmanagement I: Vorlesung mit Übungen Gründungsmanagement II: Vorlesung mit Übungen Business Cases: Vorlesung mit Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Teilnahme an den Modulen 1-6, 11 und 12.
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 9 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Abschlussprüfung nach dem 6. Trimester, in der jeweils mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der geprüften Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Abschlussprüfung kann in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Empfohlene Prüfungsform für „Gründungsmanagement“ ist eine Präsentation. Für die Veranstaltung „Business Cases“ wird eine Hausarbeit als Prüfungsform empfohlen.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Gründungsmanagement I: 1,0 Leistungspunkte Gründungsmanagement II: 1,0 Leistungspunkte Business Cases: 2,0 Leistungspunkte
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	4,0 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester. Gründungsmanagement I: 1 TWS im WT (5.) Gründungsmanagement II: 2 TWS im FT (6.) Business Cases: 4 TWS im FT (6.)

<b>Modul 10</b> <b>Verhandlungsführung, Networking und Akquise</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Vermittlung von Wissen zum erfolgreichen Umgang mit Medienvertretern, Geschäftspartnern und potenziellen Kunden. Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Verhandlungsführung“ und „Networking und Akquise“ zusammen. Die Teilveranstaltung „Verhandlungsführung“ zielt auf die Fähigkeit, Verhandlungen und Konfliktgespräche kompetent und lösungsorientiert führen zu können. Behandelt werden verhandlungstheoretische Grundlagen, Instrumente der Gesprächs- und Verhandlungsvorbereitung, Strategien der Gesprächssteuerung, Lösungsfindung und Ergebnisabsicherung. Die Vorlesung wird ergänzt durch Übungen in Form von Fallstudien und Rollenspielen. In der Veranstaltung „Networking und Akquise“ werden Kenntnisse und Fertigkeiten der Kontaktpflege und Geschäftsanbahnung erworben, die in der stark von persönlichen Bekanntschaften bestimmten Medienbranche von hoher Relevanz sind. Strategien und Techniken der Kontaktaufnahme und -pflege, Methoden und Formen der Vor- und Nachbereitung von Gesprächen, Präsentation sowie der Umgang mit schwierigen Kommunikationssituationen. Zusätzlich werden die wichtigsten Branchenergebnisse nach ihrer Eignung für Kontaktpflege und Geschäftsanbahnung untersucht. Die erworbenen Fähigkeiten werden in begleitenden praktischen Übungen angewendet und vertieft.
<b>Lehrformen</b>	Verhandlungsführung: Vorlesung mit Übungen Networking und Akquise: Vorlesung mit Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Teilnahme an Modul 7
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 10 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Abschlussprüfung nach dem 6. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Abschlussprüfung kann in Form einer Klausur, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Empfohlene Prüfungsform ist eine Klausur.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Verhandlungsführung: 1,0 Leistungspunkte Networking und Akquise: 1,0 Leistungspunkte
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	2,0 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über ein Trimester. Verhandlungsführung: 2 TWS im FT (6.) Networking und Akquise: 2 TWS im FT (6.)

<b>Modul 11</b> <b>Medienmärkte, Medienprodukte, Medienunternehmen und Wertschöpfungsketten</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Vermittlung von Kenntnissen zu den Spezifika von Medienmärkten, Medienunternehmen, Medienprodukten und Wertschöpfungsketten im Medienbereich. Strukturelle und prozessuale Verknüpfungen von Medienteilmärkten und ihren Akteuren werden deutlich. Das Modul setzt sich aus den vier Lehrveranstaltungen „Medienmärkte“, „Medienprodukte und Medienunternehmen“ sowie „Wertschöpfungsketten im Medienbereich I“ und „Wertschöpfungsketten im Medienbereich II“ zusammen. Die zu Anfang der Veranstaltung „Medienmärkte“ vermittelten Kenntnisse ökonomischer Methoden der Markt- und Wettbewerbsanalyse bilden die Grundlage für einen detaillierten empirischen Überblick über nationale und internationale Teilmärkte des Mediensektors. Am Beispiel der wichtigsten Medienmärkte werden jeweils grundsätzliche medienökonomische Fragen illustriert sowie typische mit ihnen verbundene medien- und wirtschaftspolitische Probleme diskutiert. In ausgewählten Fallstudien und Teamprojekten wird die Anwendung des ökonomischen Instrumentariums trainiert. Im Zentrum der Veranstaltung „Medienprodukte und Medienunternehmen“ stehen die Besonderheiten von Medienunternehmen und Medienprodukten aus ökonomischer Perspektive, d.h. die Charakterisierung von Medienunternehmen als spezifische Form des Betriebes und Abgrenzung von Unternehmen anderer Branche, die Einordnung von Medienprodukten hinsichtlich ihrer ökonomischen Merkmale und Abgrenzung von anderen Produkten sowie die Analyse des Produktionsprozesses von Medieninhalten (Content) und Medienprodukten (Content-Packages). Die Veranstaltungen „Wertschöpfungsketten im Medienbereich I“ und „Wertschöpfungsketten im Medienbereich II“ geben einen komprimierten, aber umfassenden Überblick zur Struktur der Wertschöpfungsketten in den Medienteilmärkten Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk, Fernsehen und Internet. Dabei werden für jeden Medienteilmarkt die drei analytisch trennbaren Wertschöpfungsstufen Content-Produktion, Content-Packaging und Distribution bestimmt und hinsichtlich Angebotsstruktur und Angebotsinhalt skizziert. Ferner wird der systematische Zusammenhang zwischen den Wertschöpfungsstufen innerhalb einer innerhalb einer Medienteilbranche und zwischen den Wertschöpfungsstufen unterschiedlicher Medienteilbranchen aufgezeigt. Abhängigkeiten der Marktpartner werden deutlich; klassische strategische Handlungsoptionen im Umgang mit Wertschöpfungskonkurrenz wie Diversifikation und Dekonstruktion werden im Hinblick auf ihre Relevanz im Medienbereich analysiert und diskutiert.
<b>Lehrformen</b>	Medienmärkte: Vorlesung Medienprodukte und Medienunternehmen: Vorlesung Wertschöpfungsketten I: Vorlesung Wertschöpfungsketten II: Vorlesung
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Die Teilnahme an Modul 11 ist notwendige Voraussetzung für die Projekt-Module 15, 16 und 17. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 11 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Das Modul umfasst drei Modul-Teilprüfungen, in denen jeweils mindestens ausreichende Kenntnisse der Inhalte in jeder der ge-

	<p>prüfen Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Teilprüfung für die Veranstaltungen „Medienmärkte“ und „Medienprodukte und Medienunternehmen“ findet am Ende des 1. Trimesters statt. Die Teilprüfung der Veranstaltung „Wertschöpfungsketten I“ findet am Ende des 2. Trimesters statt, jene zu „Wertschöpfungsketten II“ am Ende des 3. Trimesters. Die Prüfungen können in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform für die Veranstaltung „Medienmärkte“ ist eine Präsentation. Für die übrigen Teilveranstaltungen werden Klausuren empfohlen.</p>								
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	<table> <tr> <td>Medienmärkte:</td> <td>1,5 Leistungspunkte</td> </tr> <tr> <td>Medienprodukte und Medienunternehmen:</td> <td>1,5 Leistungspunkte</td> </tr> <tr> <td>Wertschöpfungsketten I:</td> <td>2,0 Leistungspunkte</td> </tr> <tr> <td>Wertschöpfungsketten II:</td> <td>2,0 Leistungspunkte</td> </tr> </table>	Medienmärkte:	1,5 Leistungspunkte	Medienprodukte und Medienunternehmen:	1,5 Leistungspunkte	Wertschöpfungsketten I:	2,0 Leistungspunkte	Wertschöpfungsketten II:	2,0 Leistungspunkte
Medienmärkte:	1,5 Leistungspunkte								
Medienprodukte und Medienunternehmen:	1,5 Leistungspunkte								
Wertschöpfungsketten I:	2,0 Leistungspunkte								
Wertschöpfungsketten II:	2,0 Leistungspunkte								
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	7,0 Leistungspunkte								
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.								
<b>Dauer</b>	<p>Das gesamte Modul erstreckt sich über drei Trimester:</p> <table> <tr> <td>Medienmärkte:</td> <td>2 TWS im HT (1.)</td> </tr> <tr> <td>Medienprodukte und Medienunternehmen:</td> <td>2 TWS im HT (1.)</td> </tr> <tr> <td>Wertschöpfungsketten I:</td> <td>2 TWS im WT (2.)</td> </tr> <tr> <td>Wertschöpfungsketten II:</td> <td>2 TWS im FT (3.)</td> </tr> </table>	Medienmärkte:	2 TWS im HT (1.)	Medienprodukte und Medienunternehmen:	2 TWS im HT (1.)	Wertschöpfungsketten I:	2 TWS im WT (2.)	Wertschöpfungsketten II:	2 TWS im FT (3.)
Medienmärkte:	2 TWS im HT (1.)								
Medienprodukte und Medienunternehmen:	2 TWS im HT (1.)								
Wertschöpfungsketten I:	2 TWS im WT (2.)								
Wertschöpfungsketten II:	2 TWS im FT (3.)								

<b>Modul 12 Distribution</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Vermittlung von Kenntnissen im Bereich der Distributionssysteme und -techniken in den Medienteilmärkten Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk, Fernsehen und Internet. Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Distribution I“ und „Distribution II“ zusammen. In der Veranstaltung „Distribution I“ liegt der Schwerpunkt auf den Distributionssystemen im Zeitschriften- und Zeitungsmarkt. Vorgestellt werden die Absatzwege wie Abonnementvertrieb, Einzelhandel oder Lesezirkel, die Auslieferungssysteme Pressepost und eigene Zustellorganisation sowie Fragen der Abonnementverwaltung, der Versandorganisation und der Einzelverkaufs- und Abonnementberechnung; Besonderheiten wie das Grossosystem werden eingehend erläutert. Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Distribution II“ stehen die Vertriebssysteme von Hörfunk und Fernsehen sowie Internet. Alternative Übertragungswege wie Terrestrik, Kabelnetz und Satellit werden präsentiert und in ihren jeweils spezifischen Vor- und Nachteilen diskutiert. Einen weiteren Schwerpunkt bilden der technische Fortschritt bei den Übertragungsmöglichkeiten, beispielsweise in Form von Digitalisierung oder Rückkanalfähigkeit, und seine Konsequenzen für das mediale Angebot.
<b>Lehrformen</b>	Distribution I: Vorlesung Distribution II: Vorlesung
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Teilnahme an Modul 1
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Die Teilnahme an Modul 12 ist Voraussetzung für die Projekt-Module 15, 16 und 17. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 12 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Das Modul umfasst zwei Modul-Teilprüfungen, in denen jeweils mindestens ausreichende Kenntnisse der Inhalte der jeweiligen Teilveranstaltung nachgewiesen werden müssen. Die Teilprüfung für die Veranstaltung „Distribution I“ findet am Ende des 2. Trimesters statt. Die Teilprüfung „Distribution II“ findet am Ende des 3. Trimesters statt. Die Prüfungen können in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform ist jeweils eine Klausur.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Distribution I: 1,5 Leistungspunkte Distribution II: 1,5 Leistungspunkte
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	3,0 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester: Distribution I: 2 TWS im WT (2.) Distribution II: 2 TWS im FT (3.)

<b>Modul 13</b> <b>Inhalteentwicklung und Produktionspraxis I (Print/Online)</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Die Veranstaltung „Inhalteentwicklung I“ schafft ein Verständnis für die Abläufe und Grundregeln der medialen Produktion im Print- und Online-Bereich. Ziel der Veranstaltung ist es, Kenntnisse der medien-spezifischen Charakteristika von Texten einerseits und der dramaturgischen Besonderheiten verschiedener Medien andererseits zu erwerben. Zahlreiche Übungen illustrieren den Weg von der Recherche zum Exposé und schulen die Fähigkeit, Inhalte medien-spezifisch, dramaturgisch und ökonomisch beurteilen und einordnen zu können. Behandelt werden die textorientierten Medien Zeitung, Zeitschrift und Internet. Die Veranstaltung „Produktionspraxis I“ schließt daran an und behandelt den Entstehungsprozess der o.g. Medien. Vom Konzept eines Printtitels bis hin zur Erstellung eines Dummys werden alle Schritte des Produktionsprozesses praktisch durchlaufen. Die Veranstaltung vermittelt einen Einblick in die Abläufe der Inhaltsproduktion und analysiert die Prozesse, Handwerke und Aufgabenteilungen vom Exposé bis zum Produktionsstart. Insbesondere behandelt werden Planung, Produktionsvorbereitung, Kalkulation und Finanzierung.
<b>Lehrformen</b>	Inhalteentwicklung I: Vorlesung Produktionspraxis I: Vorlesung mit Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Die Teilnahme an Modul 13 ist Voraussetzung für die Projekt-Module 15, 16 und 17. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 13 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Abschlussprüfung nach dem 2. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Prüfung kann in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform ist eine Präsentation.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Inhalteentwicklung I: 1,5 Leistungspunkte Produktionspraxis I: 3,0 Leistungspunkte
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	4,5 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studien-jahr.
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester: Inhalteentwicklung I: 2 TWS im HT (1.) Produktionspraxis I: 4 TWS im WT (2.)

<b>Modul 14</b> <b>Inhalteentwicklung und Produktionspraxis II (Radio/TV)</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Inhalteentwicklung II“ und „Produktionspraxis II“ zusammen. Die Veranstaltung „Inhalteentwicklung II“ vermittelt die journalistischen Grundfertigkeiten für die Entwicklung von redaktionellem Content im Radio- und Fernsbereich. Ziel der Veranstaltung ist es, Kenntnisse der audiovisuellen Medien und ihrer dramaturgischen Besonderheiten zu erwerben. Zahlreiche Übungen illustrieren den Weg von der Idee zum Script und schulen die Fähigkeit, Inhalte medienpezifisch, dramaturgisch und ökonomisch beurteilen und einordnen zu können. Die Veranstaltung „Produktionspraxis II“ beinhaltet die Erstellung einer Radio- bzw. Fernsehproduktion. Die Veranstaltung vermittelt einen Einblick in die Abläufe der Inhaltsproduktion und analysiert die Prozesse, Handwerke und Aufgabenteilungen vom Script bis zum Produktionsstart. Insbesondere behandelt werden Planung, Produktionsvorbereitung, Kalkulation und Finanzierung von Film- und Fernsehproduktionen.
<b>Lehrformen</b>	Inhalteentwicklung II: Vorlesung Produktionspraxis II: Vorlesung mit Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Die Teilnahme an Modul 14 ist Voraussetzung für die Projekt-Module 15, 16 und 17. Der erfolgreiche Abschluss von Modul 14 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Abschlussprüfung nach dem 3. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Prüfung kann in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform ist eine Präsentation.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Inhalteentwicklung II: 1,5 Leistungspunkte Produktionspraxis II: 4,0 Leistungspunkte
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	5,5 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester. Inhalteentwicklung II: 2 TWS im WT (2.) Produktionspraxis II: 6 TWS im FT (3.)

<b>Modul 15 Projekt I (Film und TV)</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	<p>Ziel der Veranstaltung ist es, das bereits vorhandene Wissen in den Sachgebieten des Praxisprojektes zusammenhängenden Wissensgebieten zu vertiefen Aufgabe der Studierenden ist es, unter den Bedingungen und im Kontext des Medienmanagements ein Praxisprojekt zu planen, durchzuführen und erfolgreich mit einer Präsentation abzuschließen.</p> <p>Dabei soll das erworbene Wissen auf konkrete Fragestellungen aus der Praxis angewandt und die praktische Arbeit als Einheit von organisatorischer, fachlich-inhaltlicher und kaufmännisch-wirtschaftlicher Tätigkeit erfahren werden. In selbständiger und selbstverantwortlicher Projektarbeit gehen die Studierenden, unterstützt durch den Dozenten und beratende Experten, den von den Praxispartnern gestellten Themen nach und erarbeiten einen den Anforderungen des Projektes entsprechenden Projektplan. Zu allen entscheidenden Phasen des Projektes finden Meilensteinveranstaltungen mit den Praxispartnern statt, um die Projektziele abzugleichen und die Methoden abzustimmen. Das direkte Feedback von erfahrenen Praktikern aus den Kooperationsunternehmen ermöglicht es den Studierenden, die eigenen Stärken und Schwächen in Bereichen wie Projektmanagement, der Informationsbeschaffung und Entscheidungsfähigkeit zu diagnostizieren. Die Projekte werden in Kooperation mit den Förderunternehmen der Hamburg Media School und ausgewählten Branchenführern im jeweiligen Medienteilbereich durchgeführt; relevante Arbeitserfahrung in den Medien wird erworben.</p>
<b>Lehrformen</b>	Wissenschaftlich angeleitete Projektarbeit
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Teilnahme an den Modulen 1-5, 11-14, 20-23
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 15 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Abschlussprüfung nach dem 4. Trimester. Die Prüfung erfolgt in Form einer Präsentation.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Keine Teilleistungen vorgesehen.
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	4,5 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Veranstaltung jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das Modul erstreckt sich über ein Trimester. 10 TWS im HT (4.)

<b>Modul 16 Projekt II (Print)</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	<p>Ziel der Veranstaltung ist es, das bereits vorhandene Wissen in den Sachgebieten des Praxisprojektes zu vertiefen und unter den Bedingungen und im Kontext des Medienmanagements ein Praxisprojekt zu planen, durchzuführen und erfolgreich mit einer Präsentation abzuschließen.</p> <p>Dabei soll das erworbene Wissen auf konkrete Fragestellungen aus der Praxis angewandt und die praktische Arbeit als Einheit von organisatorischer, fachlich-inhaltlicher und kaufmännisch-wirtschaftlicher Tätigkeit erfahren werden. In selbständiger und selbstverantwortlicher Projektarbeit gehen die Studierenden, unterstützt durch den Dozenten und beratende Experten, den von den Praxispartnern gestellten Themen nach und erarbeiten einen den Anforderungen des Projektes entsprechenden Projektplan. Zu allen entscheidenden Phasen des Projektes finden Meilensteinveranstaltungen mit den Praxispartnern statt, um die Projektziele abzugleichen und die Methoden abzustimmen. Das direkte Feedback von erfahrenen Praktikern aus den Kooperationsunternehmen ermöglicht es den Studierenden, die eigenen Stärken und Schwächen in Bereichen wie Projektmanagement, Informationsbeschaffung und der Entscheidungsfähigkeit zu diagnostizieren. Die Projekte werden in Kooperation mit den Förderunternehmen der Hamburg Media School und ausgewählten Branchenführern im jeweiligen Medienteilbereich durchgeführt, relevante Arbeitserfahrung in den Medien wird erworben.</p>
<b>Lehrformen</b>	Wissenschaftlich angeleitete Projektarbeit
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Teilnahme an den Modulen 1-5, 11-14, 20-23
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 16 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Abschlussprüfung nach dem 5. Trimester. Die Prüfung erfolgt in Form einer Präsentation.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Keine Teilleistungen vorgesehen.
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	4,5 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das Modul erstreckt sich über ein Trimester. 10 TWS im WT (5.)

<b>Modul 17 Projekt III (New Media)</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Ziel der Veranstaltung ist es, das bereits vorhandene Wissen in den Sachgebieten des Praxisprojektes zusammenhängenden Wissensgebieten zu vertiefen und unter den Bedingungen und im Kontext des Medienmanagements ein Praxisprojekt zu planen, durchzuführen und erfolgreich mit einer Präsentation abzuschließen. Dabei soll das erworbene Wissen auf konkrete Fragestellungen aus der Praxis angewandt und die praktische Arbeit als Einheit von organisatorischer, fachlich-inhaltlicher und kaufmännisch-wirtschaftlicher Tätigkeit erfahren werden. In selbständiger und selbstverantwortlicher Projektarbeit gehen die Studierenden, unterstützt vom Dozenten und beratende Experten, den von den Praxispartnern gestellten Themen nach und erarbeiten einen den Anforderungen des Projektes entsprechenden Projektplan. Zu allen entscheidenden Phasen des Projektes finden Meilensteinveranstaltungen mit den Praxispartnern statt, um die Projektziele abzugleichen und die Methoden abzustimmen. Das direkte Feedback von erfahrenen Praktikern aus den Kooperationsunternehmen ermöglicht es den Studierenden, die eigenen Stärken und Schwächen in Bereichen wie Projektmanagement, Informationsbeschaffung und der Entscheidungsfähigkeit zu diagnostizieren. Die Projekte werden in Kooperation mit den Förderunternehmen der Hamburg Media School und ausgewählten Branchenführern im jeweiligen Medienbereich durchgeführt; relevante Arbeitserfahrung in den Medien wird erworben.
<b>Lehrformen</b>	Wissenschaftlich angeleitete Projektarbeit
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Teilnahme an den Modulen 1-5, 11-14, 20-23
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 17 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Abschlussprüfung nach dem 6. Trimester. Die Prüfung erfolgt in Form einer Präsentation.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Keine Teilleistungen vorgesehen.
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	4,5 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das Modul erstreckt sich über ein Trimester. 10 TWS im FT (6.)

<b>Modul 18</b> <b>Markt- und Trendforschung</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	<p>Vermittlung grundlegender Kenntnisse zu Analysemethoden und den Arbeitsabläufen der Markt- und Trendforschung. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, Markt- und Trendforschung zielgruppengerecht und orientiert an der aktuellen Marktforschungspraxis in Auftrag zu geben, die Chancen und Probleme der praktischen Marktforschung sowie die Qualität der Ergebnisse beurteilen zu können. Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Markt- und Trendforschung I und II“ zusammen. Das Thema Marktforschung nimmt den Hauptanteil beider Veranstaltungen ein. Behandelt werden die Methodenauswahl in der Markt- und Medienforschung, die Organisation und Durchführung von Marktforschungsprojekten sowie die Analyse und Interpretation der Daten durch Marktforschungsinstitute. Besondere Aufmerksamkeit wird dabei dem Denken aus der Perspektive des marktforscherischen Auftrags, der Zielgruppe und des Produkts beigemessen. Für die Durchführung der Marktforschung wird insbesondere in Betracht gezogen, welche Stichprobenmodelle, welche methodischen Feinheiten (z. B. verschiedene Antwortkategorien in Befragungen; Gewichtung von Stichproben) in der aktuellen Marktforschung Relevanz haben. Anhand von Fallbeispielen wird verdeutlicht, wie Marktforschung in der Praxis funktioniert. Im Rahmen beider Seminare finden Exkursionen zu Marktforschungsinstituten, Call-Centern oder anderen Subunternehmern der großen Marktforscher statt. Die großen deutschen und internationalen Markt- und Medienforschungsinstitute sowie die relevanten Monitore und Zielgruppenmodelle werden theoretisch vorgestellt.</p> <p>Das Thema Trendforschung ist in beiden Lehrveranstaltungen durch theoretische Einblicke in die Trendforschung und Vorträge von Gastdozenten einschlägiger Trendforschungsinstitute repräsentiert. Dabei werden sowohl die Methoden der Trendforschung und des Trendscouting als auch ihre Durchführung und Analysestrategien behandelt. Fallbeispiele aktueller Trendforschung geben einen Überblick zu den Anwendungsbereichen.</p>
<b>Lehrformen</b>	<p>Markt- und Trendforschung I: Vorlesung mit Übungen                  Markt- und Trendforschung II: Vorlesung mit Übungen</p>
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Teilnahme an den Modulen 2 und 20.
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 18 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Das Modul umfasst zwei Modul-Teilprüfungen, in denen jeweils mindestens ausreichende Kenntnisse der Inhalte in jeder der geprüften Teilveranstaltung nachgewiesen werden müssen. Die Teilprüfung für die Veranstaltung „Markt- und Trendforschung I“ findet am Ende des 4. Trimesters statt. Die Teilprüfung „Markt- und Trendforschung II“ findet am Ende des 5. Trimesters statt. Die Prüfungen können in Form einer Klausur, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform ist jeweils eine Klausur.

<b>Arbeitsaufwand Teileleistungen</b>	Markt- und Trendforschung I: 2,0 Leistungspunkte Markt- und Trendforschung II: 2,0 Leistungspunkte
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	4,0 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester. Markt- und Trendforschung I: 2 TWS im HT (4.) Markt- und Trendforschung II: 2 TWS im WT (5.)

<b>Modul 19 Mediaplanung</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Die Lehrveranstaltung „Mediaplanung“ vermittelt Kenntnisse, wie eine Mediastrategie erarbeitet und ein Mediaplan erstellt und evaluiert werden. Dazu werden die Grundbegriffe der Mediaplanung und die Idee der Zielgruppenmodelle vermittelt. Die Studierenden lernen also ausgehend von den Marketing- und Kommunikationszielen und der Zielgruppenbestimmung zu denken. Für die Budgetierung werden die gängigen Media-Analysen und die darauf basierende Planungssoftware einbezogen. Es werden Mediastrategien unter verschiedenen Mediazielen (Reichweite, Werbedruck) erarbeitet. Die Planungsprozesse und die Planungspraxis für klassische und neue Medien sowie die Bereiche Outdoor und kreative Medien werden vorgestellt. Vermittelt werden auch die Umsetzung der Mediaplanung im Mediamix sowie die Erfolgsmessung der Mediastrategie.
<b>Lehrformen</b>	Vorlesung mit Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Teilnahme an den Modulen 2 und 20.
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 19 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Abschlussprüfung nach dem 4. Trimester. Die Prüfung kann in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform ist eine Präsentation.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Keine Teilleistungen vorgesehen-
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	3,0 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot jeweils einmal im zweiten Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das Modul erstreckt sich über ein Trimester. 4 TWS im HT (4.)

<b>Modul 20</b>	
<b>Medien- und Kommunikationswissenschaft</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Vermittlung der Grundlagen der Medien- und Kommunikationswissenschaft, soweit diese für Führungskräfte im Medienbereich relevant sind. Das Modul setzt sich aus den vier Veranstaltungen „Medien- und Kommunikationswissenschaft I bis IV“ sowie „Medienpsychologie“ zusammen. Gegenstandsbereiche des Moduls sind Vorgehensweise und Ergebnisse der Rezeptionsforschung, Wirkungsforschung, Medieninhaltsforschung und Kommunikatorforschung. Diese Bereiche werden anhand ihrer Theorien und Modelle und den Theorien ihrer wichtigsten Grundlagenwissenschaften (Politologie, Psychologie, Ökonomie) aufbereitet sowie anhand von aktuellen empirischen Ergebnissen veranschaulicht. Berücksichtigung finden Printmedien, Hörfunk, Fernsehen und verschiedene Formen computervermittelter Kommunikation. Weiterhin werden die sozialwissenschaftlichen Methoden in Theorie und Praxis vermittelt. Die Veranstaltung „Medien- und Kommunikationswissenschaft I: Einführung“ klärt zentrale Begriffe und erläutert Grundlagen zum Selbstverständnis des Faches. Die einflussreichsten und praktisch relevanten Theorien und Modelle werden vorgestellt und in den historischen Zusammenhang der Entwicklung des Faches eingeordnet. Die Veranstaltung „Medien- und Kommunikationswissenschaft II: Methoden“ vermittelt die Methoden der empirischen Sozialforschung. Gelehrt wird der Forschungsablauf von der Problemdefinition über die Planung, Durchführung, Auswertung und Interpretation bis hin zur Publikation einer Studie. Die Entwicklung eines Studiendesigns wird praktisch erprobt. In der Veranstaltung „Medien- und Kommunikationswissenschaft III: Anwendungen“ führen die Studierenden eine eigene empirische Studie anhand der zuvor gelernten theoretischen Inhalte durch und analysieren sowie interpretieren die Daten. Die Veranstaltung „Medienpsychologie“ konzentriert sich auf die Vertiefung der Rezeptionsforschung unter besonderer Berücksichtigung psychologischer Theorien und Modelle und ihrer Anwendungsmöglichkeiten im Medienmanagement.
<b>Lehrformen</b>	Medien- und Kommunikationswissenschaft I: Vorlesung Medien- und Kommunikationswissenschaft II: Vorlesung Medien- und Kommunikationswissenschaft III: Übung Medienpsychologie: Vorlesung
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Teilnahme an Modul 20 ist Voraussetzung für die Projekt-Module 15, 16 und 17. Der erfolgreiche Abschluss des Moduls 20 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Das Modul umfasst vier Modul-Teilprüfungen, in denen jeweils mindestens ausreichende Kenntnisse der Inhalte in jeder der geprüften Teilveranstaltung nachgewiesen werden müssen. Die Teilprüfungen für die Veranstaltungen „Medien- und Kommunikationswissenschaft I + II“ finden am Ende des 1. Trimesters statt, die Teilprüfung für die Veranstaltung Medien- und Kommunikationswissenschaft III“ findet am Ende des 2. Trimesters und die für die Veranstaltung „Medienpsychologie“ am Ende des 3. Trimesters statt. Die Prüfungen können in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prü-

	<p>ungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform für „Medien- und Kommunikationswissenschaft I“ sowie „Medienpsychologie“ ist jeweils eine Klausur; für „Medien- und Kommunikationswissenschaft II“ wird eine Hausarbeit und für „Medien- und Kommunikationswissenschaft III“ eine Präsentation empfohlen.</p>
<b>Arbeitsaufwand Teileleistungen</b>	<p>Medien- und Kommunikationswissenschaft I: 2,0 Leistungspunkte                  Medien- und Kommunikationswissenschaft II: 1,5 Leistungspunkte                  Medien- und Kommunikationswissenschaft III: 1,5 Leistungspunkte                  Medienpsychologie: 1,5 Leistungspunkte</p>
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	6,5 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studienjahr.
<b>Dauer</b>	<p>Das gesamte Modul erstreckt sich über drei Trimester.                  Medien- und Kommunikationswissenschaft I: 2 TWS im HT (1.)                  Medien- und Kommunikationswissenschaft II: 1 TWS im HT (1.)                  Medien- und Kommunikationswissenschaft III: 1 TWS im WT (2.)                  Medienpsychologie: 1 TWS im FT (3.)</p>

<b>Modul 21 Medientechnik und Medienentwicklung</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Das Modul besteht aus den beiden Teilveranstaltungen „Medientechnik“ und „Medienentwicklung“. Die Veranstaltung „Medientechnik“ vermittelt durch angeleitete und nachbereitete Exkursionen einen Überblick über die entscheidenden technologischen Formen medialer Produktion und ihrer logistischen Umsetzung. Ziel ist es, Einsichten in die wichtigsten technischen und praktischen Abläufe der Produktion unterschiedlicher Mediengüter und deren ökonomische Implikationen zu geben. Im Zentrum der Veranstaltung stehen Gespräche mit Fachkräften vor Ort, z. B. bei einem Radiosender, im TV-Aufnahmestudio, im Filmlabor oder Postproduktionshaus, ferner in einer Zeitungsredaktion, in einem Ton- und Aufnahmestudio und in einer Online-Redaktion. Die Veranstaltung „Medienentwicklung“ stellt die maßgeblichen Entwicklungstendenzen in den einzelnen Medienteilmärkten vor. Dabei werden der gegenwärtige technologische Standard skizziert sowie Prognosen zu zentralen über entscheidenden Entwicklungen und ihre ökonomischen und ästhetischen Konsequenzen formuliert. Die Veranstaltung gliedert sich als „Ringvorlesung“ in einzelne Gastvorträge von Experten, die aus ihrer Praxis berichten.
<b>Lehrformen</b>	Medientechnik: Vorlesung mit Exkursionen Medienentwicklung: Vorlesung mit Gastvorträgen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Der erfolgreiche Abschluss des Moduls 21 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Abschlussprüfung nach dem 2. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Abschlussprüfung kann in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung oder einer Hausarbeit stattfinden oder Präsentation. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform ist eine Hausarbeit.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Medientechnik: 3,0 Leistungspunkte Medienentwicklung: 1,5 Leistungspunkte
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	4,5 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal pro Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über zwei Trimester. Medientechnik: 4 TWS im HT (1.) Medienentwicklung: 2 TWS im WT (2.)

<b>Modul 22</b> <b>Genre- und Formatkunde</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Vermittelt werden Kompetenzen für die Beurteilung medialer Produktionen (Buch, Presse, Film, TV, Internet, Werbung), für die Analyse von Technik, Ästhetik und Wirkung verschiedener medialer Formensprachen und für die genretheoretische Einordnung historischer, gegenwärtiger und zukünftiger Formattrends. Um die Rezeption medialer Produktion nicht nur von Geschmacksurteilen abhängig zu machen, werden in der Veranstaltung zunächst grundlegende Kenntnisse zu methodischen, begrifflichen und theoretischen Instrumentarien der Beurteilung vermittelt. Behandelt werden dabei Genretheorien als Theorien einzelner Genres und als Theorien des Genres als Form, die übergreifend das mediale und kulturelle Ordnungsprinzip sowie das Verhältnis der einzelnen Genres zueinander erklären. Darüber hinaus werden anhand der einflussreichsten Dramaturgien, Narrations- und Montagetheorien die Grundlagen für die Analyse medialer Produktion erarbeitet.
<b>Lehrformen</b>	Genre- und Formatkunde: Vorlesung mit Übungen
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Der erfolgreiche Abschluss des Moduls 22 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Abschlussprüfung nach dem 2. Trimester. Die Prüfung kann in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Empfohlene Prüfungsform ist eine Klausur.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Keine Teilleistung vorgesehen.
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	1,5 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal pro Studienjahr.
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über ein Trimester. Genre- und Formatkunde: 2 TWS im WT (2.)

<b>Modul 23</b> <b>Wettbewerbs- und Gesellschaftsrecht</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Vermittlung von Grundkenntnissen in den Bereichen Gesellschafts-, und Wettbewerbsrecht, soweit diese für Führungskräfte im Medien-sektor relevant sind. Das Modul setzt sich aus den beiden Lehrveranstaltungen „Wettbewerbsrecht“ und „Gesellschaftsrecht“ zusammen. Gegenstand der Veranstaltung „Wettbewerbsrecht“ sind die beiden Rechtskreise Recht gegen den unlauteren Wettbewerb und Recht gegen Wettbewerbsbeschränkungen. Für das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb werden Regelungszweck, Inhalte und Anspruchsberechtigte auf Basis der aktuellen Rechtslage skizziert, wobei die für Medienunternehmen relevanten Regelungen von besonderem Interesse sind. Ausführlich dargestellt und diskutiert wird das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB), auch als Kartellgesetz bezeichnet, das gerade im Medienbereich und hier insbesondere für die Presse eine entscheidende Rahmenbedingung unternehmerischen Handelns darstellt. Die Veranstaltung „Gesellschaftsrecht“ stellt die Rechtsnormen mit Bezug auf Personenvereinigungen des Privatrechts vor, also vor allem die Regelungen über die BGB-Gesellschaft, die offene Handelsgesellschaft, die Kommanditgesellschaft, die stille Gesellschaft, die Aktiengesellschaft, die Kommanditgesellschaft auf Aktien und die Gesellschaft mit beschränkter Haftung. Die Relevanz und Eignung der verschiedenen Rechtsformen für Unternehmen im Medienbereich wird diskutiert.
<b>Lehrformen</b>	Wettbewerbsrecht: Vorlesung Gesellschaftsrecht: Vorlesung
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Teilnahme am Modul 1
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 23 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Abschlussprüfung nach dem 3. Trimester, in der mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der beiden Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Abschlussprüfung kann in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform ist eine Klausur.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Wettbewerbsrecht: 1,5 Leistungspunkte Gesellschaftsrecht: 1,5 Leistungspunkte
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	3,0 Leistungspunkte
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im ersten Studien-jahr.
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über ein Trimester Wettbewerbsrecht: 2 TWS im FT (3.) Gesellschaftsrecht: 2 TWS im FT (3.)

<b>Modul 24 Medienrecht</b>	
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	Vermittlung von Kenntnissen in ausgewählten medienspezifischen Rechtsbereichen. Das Modul setzt sich aus den drei Lehrveranstaltungen „Medien- und Rundfunkrecht“, und „Internet- und Telekommunikationsrecht“ sowie „Presse- und Urheberrecht“ zusammen. Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Medien- und Rundfunkrecht“ steht zum einen der Überblick zu Gegenstandsbereichen, Regelungszielen und Rechtsgrundsätzen des Medienrechts. Im Einzelnen geht es hier vor allem um die Darstellung der Mediengrundrechte, wie Informations- und Meinungsfreiheit, und der Abwehrrechte gegenüber Medien. Zum zweiten wird das Rechtsgebiet des Rundfunkrechts vorgestellt. Von zentraler Bedeutung ist hier die Vermittlung eines fundierten Überblicks zu den Rundfunkstaatsverträgen und den spezifischen Regelungen für den öffentlichen und privaten Rundfunk. Weitere Gegenstandsbereiche bilden die juristischen Rahmenbedingungen für den digitalen Rundfunk und das Medienrecht der Europäischen Gemeinschaft. Im Mittelpunkt der Veranstaltung „Internet- und Telekommunikationsrecht“ stehen die Regelungen der Multimediagesetzgebung, also das Informations- und Kommunikationsdienste-Gesetz mit beispielsweise dem Teledienstegesetz und dem Signaturgesetz, der Mediendienste-Staatsvertrag der Länder und das Telekommunikationsrecht. Rundfunkdienste, Mediendienste und Teledienste werden definiert, voneinander abgegrenzt, die jeweiligen zentralen Regelungen vorgestellt sowie das Verhältnis zum Telekommunikationsrecht bestimmt. Beim Telekommunikationsrecht werden die zentralen Regelungsinhalte erläutert und die Aufgaben der Regulierungsbehörde skizziert. Die Veranstaltung „Presse- und Urheberrecht“ führt zunächst ein in das Recht der periodischen Presse. Gegenstandsbereiche bilden entsprechend die Pressefreiheit als Grundrecht und als Individualrechtsgarantie mit den zugehörigen Einzelrechten, die Grenzen des Presserechts und die presserechtlichen Pflichten. Weiterhin gibt die Veranstaltung einen Überblick zu Bedeutung und Begründung des urheberrechtlichen Schutzes, liefert eine Systematisierung der Rechte des Urhebers und zeigt die Schranken des Urheberrechtsgesetzes auf.
<b>Lehrformen</b>	Medien- und Rundfunkrecht: Vorlesung Internet- und Telekommunikationsrecht: Vorlesung Presse- und Urheberrecht: Vorlesung
<b>Voraussetzungen für Teilnahme</b>	Teilnahme an den Modulen 1 und 23
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	Der erfolgreiche Abschluss von Modul 24 ist notwendige Voraussetzung für den Master-Abschluss.
<b>Prüfungsform</b>	Das Modul umfasst drei Modul-Teilprüfungen, in denen jeweils mindestens ausreichende Kenntnisse in jeder der drei Teilveranstaltungen nachgewiesen werden müssen. Die Prüfungen können in Form einer Klausur, einer mündlichen Prüfung, einer Hausarbeit oder einer Präsentation stattfinden. Kombinationen der Prüfungsformen sind möglich. Die Prüfungsform wird vor Beginn der Veranstaltung bekannt gegeben. Die empfohlene Prüfungsform ist jeweils eine Klausur.
<b>Arbeitsaufwand Teilleistungen</b>	Medien- und Rundfunkrecht: 1,5 Leistungspunkte

	Internet- und Telekommunikationsrecht	1,5 Leistungspunkte
	Presse- und Urheberrecht:	1,5 Leistungspunkte
<b>Gesamtarbeitsaufwand des Moduls</b>	4,5 Leistungspunkte	
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Angebot der Teilveranstaltungen jeweils einmal im zweiten Studienjahr.	
<b>Dauer</b>	Das gesamte Modul erstreckt sich über drei Trimester	
	Medien- und Rundfunkrecht:	2 TWS im HT (4.)
	Internet- und Telekommunikationsrecht:	2 TWS im WT (5.)
	Presse- und Urheberrecht:	1 TWS im FT (6.)