

Verkündungsblatt

der Technischen Universität Ilmenau

Nr. 199

Ilmenau, den 10. Mai 2021

Seite

Prüfungs- und Studienordnung für den
Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft
mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“

2

Prüfungs- und Studienordnung -Besondere Bestimmungen -
für den Studiengang International Business Economics
mit dem Abschluss „Master of Science“

23

TECHNISCHE UNIVERSITÄT ILMENAU

Prüfungs- und Studienordnung für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“

Gemäß § 3 Absatz 1 in Verbindung mit § 38 Absatz 3 des Thüringer Hochschulgesetzes (ThürHG) vom 10. Mai 2018 (GVBl. S. 149), zuletzt geändert durch Artikel 7 des Gesetzes vom 23. März 2021 (GVBl. S. 115, 118), erlässt die Technische Universität Ilmenau (nachstehend „Universität“ genannt) auf der Grundlage der Prüfungs- und Studienordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor“, „Master“ und „Diplom“ der Universität, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nummer 174 / 2019, zuletzt geändert durch die zweite Änderungssatzung, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nummer 184 / 2020, folgende Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang „Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft“ mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“.

Der Rat der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien hat diese Ordnung am 12. Januar 2021 beschlossen. Der Studienausschuss hat zu ihr mit Beschluss vom 29. Februar 2021 positiv Stellung genommen. Der Präsident hat sie am 15. April 2021 genehmigt.

Inhaltsübersicht

A. Allgemeiner Teil	
§ 1 Geltungsbereich	4
B. Studium	
§ 2 Akademischer Grad	4
§ 3 Studienvorkenntnisse	4
§ 4 Ziel des Studiums, Berufsfeld	4
§ 5 Regelstudienzeit	5
§ 6 Inhalt, Aufbau und Umfang des Studiums, Studienplan	5
§ 7 Zulassung zu Modulen	6
§ 8 Studienfachberatung	6
§ 9 Lehr- und Prüfungssprache	6
C. Prüfungen	
§ 10 Zulassung zu Abschlussleistungen	7
§ 11 Art, Form und Dauer der Abschlussleistungen	7
§ 12 Zweite Wiederholung von Prüfungen	7
§ 13 Freiversuch und Notenverbesserungsversuch	7
§ 14 Medienprojekt	7

§ 15	Bachelorarbeit	8
§ 16	Bildung der Gesamtnote	10
D. Schlussbestimmungen		
§ 17	Inkrafttreten, Außer-Kraft-Treten	10
Anlage Studienplan		11
Anlage Profilbeschreibung des Bachelorstudienganges		12
Anlage Regelungen zur berufspraktischen Ausbildung		18
Anlage Kompetenzziele und Regelungsbereich Wahlkataloge		21

A. Allgemeiner Teil

§ 1 Geltungsbereich

(1) Die Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ regelt auf der Grundlage der Prüfungs- und Studienordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor“, „Master“ und „Diplom“ der Universität (PStO-AB), veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nummer 174 / 2019 in der jeweils geltenden Fassung, Inhalte, Ziel, Aufbau und Gliederung des Studiums sowie Details zum Prüfungsverfahren im vorgenannten Studiengang. Die Anlagen sind Bestandteile dieser Ordnung.

(2) Alle Personen- und Funktionsbezeichnungen gelten genderunabhängig in gleicher Weise.

B. Studium

§ 2 Akademischer Grad

Die Universität verleiht den Studierenden bei erfolgreichem Abschluss dieses Bachelorstudienganges auf Vorschlag der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien den akademischen Grad

„Bachelor of Arts“

als ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss.

§ 3 Studienvorkenntnisse

Für Module in einer anderen Lehr- und Prüfungssprache als Deutsch (§ 9 Absatz 1) sowie im Rahmen von Doppelabschlussprogrammen (§ 9 Absatz 2) wird für den erfolgreichen Abschluss des Studiums empfohlen, über Sprachkenntnisse der Lehr- und Prüfungssprache auf Sprachniveau B2 gemäß Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER/CEFR) zu verfügen.

§ 4 Ziel des Studiums, Berufsfeld

In der Anlage „Profilbeschreibung“ werden die Qualifikationsziele und die inhaltlichen Schwerpunkte des Studienganges sowie der Bedarf der Wirtschaft nach den hier ausgebildeten Absolventinnen und Absolventen ausführlich benannt.

§ 5 Regelstudienzeit

Die Regelstudienzeit gemäß § 52 ThürHG beträgt sechs Semester. Der Studienbeginn liegt jeweils im Wintersemester.

§ 6 Inhalt, Aufbau und Umfang des Studiums, Studienplan

(1) Der Studienplan (Anlage) stellt Inhalt und Aufbau des Studiums in der Weise dar, dass das Studium mit allen Abschlussleistungen sowie der berufspraktischen Ausbildung und der Bachelorarbeit (§ 15) in der Regelstudienzeit nach § 5 abgeschlossen werden kann.

(2) Das Studium hat einen Gesamtumfang von 180 Leistungspunkten (LP).

(3) Die Anforderungen an die berufspraktische Ausbildung sowie die Anrechnung berufspraktischer Tätigkeiten (§ 27 Absatz 3 PStO-AB) sind in der Anlage „Regelungen zur berufspraktischen Ausbildung“ definiert.

(4) Den Studierenden wird empfohlen, neben den fachspezifischen Modulen auch über den im Studienplan vorgeschriebenen Umfang hinaus das fakultative Lehrangebot der Universität wahrzunehmen. Dazu zählen beispielsweise

1. Veranstaltungen im Rahmen des englischsprachigen Programms zum Erwerb der Bescheinigung „Applied Media Science – Career International“,
2. Veranstaltungen zum Erwerb der „Gender-Diversity-Bescheinigung“,
3. Veranstaltungen zum Erwerb der Bescheinigung „Unternehmensgründung und -führung“,
4. Veranstaltungen des Studium generale und
5. Veranstaltungen zum Erwerb des Abschlusses Europa-Studium.

(5) Für den Erwerb des Grundlagenwissens, Fachwissens und für die Vertiefung sowie Erweiterung der in den Lehrveranstaltungen dargebotenen Lehrinhalte ist das Selbststudium unerlässlich.

(6) Studierende, die den akademischen Grad im Rahmen eines Doppelabschlussprogramms (Double Degree) auf der Grundlage einer Kooperationsvereinbarung mit einer Partnerhochschule anstreben, absolvieren abweichend von dem im Studienplan beschriebenen Curriculum Leistungen an der Partnerhochschule gemäß der Bestimmungen der jeweiligen Kooperationsvereinbarung und deren Ergänzungen.

(7) In der Anlage „Kompetenzziele und Regelungsbereiche für die Wahlkataloge“ sind die entsprechenden Regelungen gemäß § 3 Absatz 7 PStO-AB festgelegt.

(8) Im fünften Fachsemester sieht der Studienplan ein Mobilitäts- beziehungsweise Flexibilitätswindow mit einem umfassenden Wahlkatalog vor. Dieses kann für einen längeren

Auslandsstudienaufenthalt („Auslandssemester“) genutzt werden. Hierfür ist eine individuelle Studienvereinbarung abzuschließen. Für die Anerkennung der im Ausland erbrachten Leistungen gilt § 26 PStO-AB. Das fünfte Fachsemester kann alternativ auch flexibel für ein längeres oder kürzeres Praktikum sowie für Veranstaltungen an der Universität genutzt werden.

(9) Die Studierenden sind aufgefordert, in den Selbstverwaltungsgremien der Universität einschließlich der Studierendenschaft mitzuarbeiten.

§ 7 Zulassung zu Modulen

Es bestehen keine besonderen fachlichen (qualitativen und quantitativen) Voraussetzungen für die Zulassung zu Modulen.

§ 8 Studienfachberatung

(1) Die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien benennt einen Studienfachberater, der gleichzeitig als Mentor tätig ist. Die individuelle **Studienberatung** zu allgemeinen studienorganisatorischen und prüfungsrechtlichen Fragen wird durch den Studienfachberater sowie das Referat Bildung / Prüfungsamt der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien durchgeführt.

(2) Im Interesse eines zügigen Studienabschlusses ist für die Studierenden eine Studienberatung im vierten Fachsemester beziehungsweise vor Ausgabe des Themas für die Bachelorarbeit vorgesehen.

§ 9 Lehr- und Prüfungssprache

(1) Lehr- und Prüfungssprache im Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft ist Deutsch. Einzelne Module, insbesondere auch das Forschungsseminar, können gemäß § 11 Absatz 8 PStO-AB auch in englischer Sprache angeboten werden. Die Prüfungssprache entspricht der Lehrveranstaltungssprache. Der Modulverantwortliche legt nach Maßgabe der Sätze 1 und 2 sowie § 3 Absatz 9 Sätze 1 bis 3 PStO-AB in der Modulbeschreibung die konkrete Lehr- und Prüfungssprache für das jeweilige Modul fest.

(2) Für Studierende, die den akademischen Grad im Rahmen eines Doppelabschlussprogramms (Double Degree) auf der Grundlage einer Kooperationsvereinbarung mit einer Partnerhochschule anstreben (§ 9 PStO-AB), finden die Lehrveranstaltungen und Abschlussleistungen an der Partnerhochschule in der dort üblichen Lehr- und Prüfungssprache statt. Für die Bachelorarbeit gelten die Bestimmungen der Kooperationsvereinbarung und deren Ergänzungsvereinbarungen.

C. Prüfungen

§ 10 Zulassung zu Abschlussleistungen

Es bestehen keine studiengangspezifischen Voraussetzungen für die Zulassung zu Abschlussleistungen.

§ 11 Art, Form und Dauer der Abschlussleistungen

Die Art der zu erbringenden Abschlussleistungen (§ 10 Absatz 1 PStO-AB) ist im Studienplan festgelegt. Form und Dauer der Abschlussleistungen bestimmt der Modulverantwortliche in der Modulbeschreibung (§ 11 Absätze 1 bis 4 PStO-AB).

§ 12 Zweite Wiederholung von Prüfungen

Gemäß § 19 Absatz 1 PStO-AB können zehn Prüfungsleistungen ein zweites Mal wiederholt werden.

§ 13 Freiversuch und Notenverbesserungsversuch

(1) Eine erstmals nicht bestandene Prüfungsleistung gilt gemäß § 21 Absatz 1 PStO-AB auf Antrag als nicht unternommen, wenn sie erstmalig vor oder zu dem laut Studienplan empfohlenem Fachsemester abgelegt worden ist (Freiversuch). Für die Inanspruchnahme von Freiversuchen gilt § 21 Absatz 1 PStO-AB.

(2) Für den Notenverbesserungsversuch gilt § 21 Absatz 2 PStO-AB.

(3) Gemäß § 21 Absatz 3 PStO-AB können sechs Frei- und Notenverbesserungsversuche (Gesamtkontingent) in Anspruch genommen werden.

§ 14 Medienprojekt

(1) Das Medienprojekt ist ein Modul im Rahmen des Wahlkatalogs Berufsfeldspezialisierung (vgl. Anlage „Studienplan“). Im Rahmen des Medienprojektes erbringen Studierende eine selbstständige praxis- oder forschungsnahe Leistung als alternative Abschlussleistung unter fachlicher Betreuung von Hochschullehrern oder wissenschaftlichen Mitarbeitern. Das Thema des Medienprojektes wird durch ein Fachgebiet des Institutes für Medien- und Kommunikationswissenschaft (IfMK) vergeben. Bei der Wahl des Themas sind auf Antrag Vorschläge der Studierenden zu berücksichtigen. Die Aufgabenstellung ist so zu gestalten, dass sie von einem Studierenden auf der Grundlage des im Studienplan vorgesehenen Studienaufwandes innerhalb eines Bearbeitungszeitraumes von zwölf Monaten bearbeitet werden kann. Auf Antrag des Studierenden kann durch den

Prüfungsausschuss der Bearbeitungszeitraum um höchstens einen Monat verlängert werden.

(2) Das Thema, der Zeitpunkt der Ausgabe und der Abgabetermin des Medienprojektes werden beim Prüfungsamt aktenkundig gemacht.

(3) Die Dokumentation zum Medienprojekt ist in zwei Exemplaren im Prüfungsamt einzureichen. Die Mindestinhalte und den Umfang der Dokumentation legt der Modulverantwortliche in der Modulbeschreibung fest.

(4) Das Medienprojekt wird von zwei Prüfern bewertet. Eine der prüfenden Personen soll der Betreuer des Medienprojektes sein. Die Bewertung erfolgt auf Basis der Dokumentation und soll sechs Wochen nicht überschreiten. Die Gesamtnote des Medienprojektes setzt sich je zur Hälfte aus den Noten der beiden Prüfer zusammen.

§ 15 Bachelorarbeit

(1) Die Bachelorarbeit als Abschlussarbeit gemäß § 24 PStO-AB ist eine Prüfungsleistung. Sie besteht aus der schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit und einem Kolloquium (§ 24 Absatz 1 PStO-AB).

(2) Die schriftliche wissenschaftliche Arbeit umfasst einen Arbeitsaufwand von zehn Leistungspunkten (300 Stunden) und ist innerhalb eines Zeitraumes von bis zu sechs Monaten abzuleisten. Hinzu kommen fünf Leistungspunkte für das Exposé, das Bachelorvorbereitungsseminar und das Kolloquium (vgl. Anlage „Studienplan“).

(3) Das Kolloquium besteht aus einem Vortrag von maximal fünfzehn Minuten Dauer, in dem der Studierende die Ergebnisse seiner schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit präsentiert, und einer anschließenden Diskussion von etwa fünfzehn Minuten Dauer. Es findet in der Regel spätestens sechs Wochen nach der Abgabe der schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit statt. Zum Kolloquium werden Studierende erst dann zugelassen, wenn sie alle sonstigen im Studienplan aufgeführten Prüfungs- und Studienleistungen erbracht haben.

(4) Die Ausgabe des Themas der schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit erfolgt in der Regel am Ende des fünften Fachsemesters. Voraussetzung für die Zulassung ist, dass mindestens 120 Leistungspunkte der laut Studienplan geforderten Leistungspunkte erbracht worden sind.

(5) Die Themenstellung und die Betreuung für die Bachelorarbeit erfolgen grundsätzlich unter Verantwortung des betreuenden Hochschullehrers. Dieser muss ein Professor, Juniorprofessor oder habilitierter Mitarbeiter der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien oder eines Fachgebietes sein, dessen Module im Pflichtbereich des Studienplans verankert sind.

(6) Im Rahmen der Bestellung des Prüfers gemäß § 33 Absatz 1 PStO-AB hat der betreuende Hochschullehrer ein Vorschlagsrecht.

(7) Die Note für die schriftliche wissenschaftliche Arbeit wird als arithmetisches Mittel aus den Noten der vorliegenden Einzelbewertungen der prüfenden Personen gebildet. Ist es gemäß § 25 Absatz 3 PStO-AB notwendig, dass die schriftliche wissenschaftliche Arbeit von mehr als zwei Prüfern bewertet wird und ist dann das arithmetische Mittel größer als 4,0 und kleiner als 4,5, wird eine 4,0 als Endnote festgelegt.

(8) Das Kolloquium wird von zwei Prüfern bewertet. Eine der prüfenden Personen soll der Betreuer der Bachelorarbeit sein.

(9) Die Gesamtnote der Bachelorarbeit setzt sich aus dem arithmetischen Mittel der Note für die schriftliche wissenschaftliche Arbeit und der Note des Kolloquiums zusammen.

(10) Beabsichtigt ein Studierender, die Bachelorarbeit in Kooperation mit Unternehmen oder Behörden anzufertigen, hat er oder sie dem Antrag auf Zulassung hinzuzufügen:

1. die Zustimmung der gewünschten Einrichtung beziehungsweise des gewünschten Fachgebietes unter Angabe eines Fachbetreuers mit Angabe von dessen Qualifikation,
2. eine Kurzbeschreibung von Aufgabenstellung und Arbeitsinhalten,
3. eine Betreuungserklärung des betreuenden Hochschullehrers.

(11) Wird die Durchführung der Bachelorarbeit in Form einer Gruppenarbeit beabsichtigt, hat der Studierende dem Antrag auf Zulassung beizufügen:

1. eine Kurzbeschreibung von Aufgabenstellung und Arbeitsinhalten,
2. eine Darstellung, wie für jeden Studierenden den Anforderungen von Absatz 4 entsprochen wird und die Beiträge der einzelnen Studierenden eindeutig unterscheidbar und damit einer Bewertung zugänglich sind,
3. die Betreuungserklärung des betreuenden Hochschullehrers.

Für die Bewertung gemäß § 25 PStO-AB einer als Gruppenarbeit erbrachten Bachelorarbeit ist der individuelle Beitrag jedes Gruppenmitgliedes durch die Angabe von Dokumentabschnitten, Seitenzahlen oder anderer deutlich unterscheidbarer Kriterien auszuweisen. Die Anforderungen für die Teilleistungen der Gruppenmitglieder im Rahmen der Gruppenarbeit haben den Anforderungen bezogen auf Aufwand und Qualität an eine Einzelarbeit zu entsprechen.

(12) Im Rahmen von Doppelabschlussprogrammen können gemäß § 9 in Verbindung mit Anlage 1 PStO-AB in den Kooperationsvereinbarungen und deren Ergänzungen hiervon abweichende Regelungen getroffen werden.

§ 16 Bildung der Gesamtnote

- (1) Gemäß § 17 Absatz 5 PStO-AB legt der Studienplan im Fall von einer Abweichung der regulären Gewichtung der Noten von Abschlussleistungen für die Gesamtnote die konkrete Gewichtung fest.
- (2) Bei der Berechnung der auf dem Bachelorzeugnis auszuweisenden Gesamtnote geht die Gesamtnote der Bachelorarbeit mit dem doppelten des durch die Leistungspunkte vorgegebenen Gewichtes ein.

D. Schlussbestimmungen

§ 17 Inkrafttreten, Außer-Kraft-Treten

- (1) Diese Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ tritt am Tag nach ihrer Veröffentlichung im Verkündungsblatt der Universität in Kraft. Sie gilt für alle ab dem Wintersemester 2021 / 2022 neu immatrikulierten Studierenden.
- (2) Mit Wirkung zum Ablauf des Wintersemesters 2025 / 2026 treten sämtliche Prüfungsordnungen – Besondere Bestimmungen – sowie Studienordnungen für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ außer Kraft. Für Studierende, welche bis zum Außer-Kraft-Treten ihr Studium nicht beendet haben, gilt ab Wirksamkeit des Außer-Kraft-Tretens die Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ in der aktuellen Fassung.

Ilmenau, den 15. April 2021

gez. Univ.-Prof. Dr.-Ing. habil. Kai-Uwe Sattler
Präsident

Anlage Studienplan

Kompetenzfelder/Module	Modulart (Pflicht/ Wahl)	Modulabschlussleistung (Form, Dauer und Details sind in den Modultafeln definiert)	Fachsemester						Summe LP	Ge- wicht	IP
			1.	2.	3.	4.	5.	6.			
			WS LP	SS LP	WS LP	SS LP	WS LP	SS LP			
Kompetenzfeld Kommunikationswissenschaft und Medien								20			
Einführung in die Kommunikationswissenschaft	P	MPL	5					5	5		
Kommunikatorforschung	P	MPL		5				5	5	IP	
Medieninhaltsforschung	P	MPL			5			5	5	IP	
Rezeptions- und Wirkungsforschung	P	MPL			5			5	5	IP	
Kompetenzfeld Sozialwissenschaftliche Methoden								30			
Einführung in die Technik des wissenschaftlichen Arbeitens	P	MPL	5					5	5		
Statistik 1	P	MPL		5				5	5		
Statistik 2	P	MPL			5			5	5		
Quantitative Methoden der Kommunikationswissenschaft	P	MPL		5				5	5		
Qualitative, quantitative und computationale Analysemethoden	P	MPL			5			5	5	IP	
Forschungsseminar	P	MPL					5	5	5	IP	
Kompetenzfeld Berufsfeld- und Schlüsselqualifikation								45			
Berufsfeldorientierung	P	MPL			10			10	5		
Berufsfeldspezialisierung (30 LP aus <u>Wahlkatalog Berufsfeldspezialisierung / Mobilitätsfenster</u>)	P	MPL					30	30	0	IP	
Fachsprache Englisch - Medien (C1)	P	MPL						5	5	IP	
Kompetenzfeld Medientechnik und Informationstechnologien								20			
Mathematik für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften 1	P	MPL	5					5	5		
Angewandte Medientechnik	P	MPL		10				10	10		
Webtechnologien	P	MPL	5					5	5	IP	
Informationstechnische Grundlagen (1 Track aus den 2 folgenden Tracks auswählen)								10	10		
Track Angewandte Medieninformatik											
Virtuelle Welten und Digitale Spiele	P	MPL			5				5		
Angewandte Medieninformatik (5 LP aus <u>Wahlkatalog Angewandte Medieninformatik</u>)	P	MPL							5		
Track Angewandte Wirtschaftsinformatik											
Wirtschaftsinformatik – Einführung in die betriebliche Digitalisierung	P	MPL			5				5		
Angewandte Wirtschaftsinformatik (5 LP aus <u>Wahlkatalog Angewandte Wirtschaftsinformatik</u>)	P	MPL							5		
Kompetenzfeld Medienwirtschaft und Medienrecht								40			
Grundlagen der BWL (für AMW)	P	MPL			5			5	5		
Unternehmensführung	P	MPL			5			5	5		
Marketingmanagement und Onlinemarketing	P	MPL	5					5	5		
Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	P	MPL		5				5	5		
Medienmärkte & Digitalisierung	P	MPL			5			5	5		
Medienmanagement	P	MPL			5			5	5	IP	
Einführung in das Recht	P	MPL			5			5	5		
Einführung in das Medienrecht	P	MPL					5	5	5		
Abschlussarbeit								15	30		
Exposé, Bachelorvorbereitungsseminar und Kolloquium	P	MPL					5				
Bachelorarbeit	P	MPL					10				
Summe LP*			25	30	30	35	30	30	180		

* Die Über- oder Unterschreitung der in Summe angestrebten 30 LP entsteht durch das Erreichen der erreichten LP nach Abschluss der Module.

Legende	
MPL	Modulprüfungsleistung
MSL	Modulstudienleistung
PL	Prüfungsleistung
SL	Studienleistung
SWS	Semesterwochenstunden
V	Vorlesung
Ü	Übung
P	Praktikum
s	schriftlich
m	mündlich
a	alternativ semesterbegleitend
p	praktisch
e	elektronisch
k	Kolloquium
LP	Leistungspunkte
P	Pflichtmodul
W	Wahlmodul
IP	international Program
	Modul erstreckt sich über die markierten Semester

Anlage Profilbeschreibung des Bachelorstudienganges

1. Qualifikationsziele des Bachelor AMW

Der Studiengang „Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft“ (AMW) bietet ein sozialwissenschaftlich orientiertes Studium. Er ist durch die Integration von kommunikations-, technik- und wirtschaftswissenschaftlichen Lehrinhalten geprägt (Ilmenauer Drei-Säulen-Modell). Die Ausbildung wird anwendungsorientiert in enger Kooperation mit Medienunternehmen und anderen Organisationen im Kommunikationsbereich durchgeführt.

Ziel des Studiums ist es, den Studierenden ein fundiertes theoretisches, methodisches und anwendungsorientiertes Wissen im Bereich der Medien- und Kommunikationswissenschaft zu vermitteln, wobei es insbesondere um öffentliche Kommunikation und digitale Medien geht. Mit den wissenschaftlichen Qualifikationen erhalten die Studierenden auch instrumentelle Fertigkeiten, zum Beispiel im Umgang mit und in der Produktion von digitalen Medienangeboten, die vor allem im Rahmen von Lehrveranstaltungen aus den Wahlkatalogen und Wahlangeboten vermittelt werden (siehe Abschnitt 2). Auf diese Weise werden die Studierenden sowohl zu einem wissenschaftlich vertiefenden und stärker forschungsorientierten Master-Studium, als auch zur Ausübung unterschiedlicher Kommunikations- und Medienberufe im Zeitalter der Digitalisierung befähigt.

Die Absolventen des Bachelorstudienganges AMW verfügen über die folgenden Kompetenzen:

Wissen und Verstehen

Die Absolventen haben ein breites und integriertes Wissen und Verstehen der wesentlichen Grundlagen sowohl der Medien- und Kommunikationswissenschaft als auch der zum Studiengang zugehörigen (medien-)technischen, (medien-)wirtschaftlichen und (medien-)rechtlichen Inhalte nachgewiesen, welches auf der Ebene der Hochschulzugangsberechtigung aufbaut und wesentlich über dieses hinausgeht.

Die Absolventen verfügen über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden aus den im Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft gelehrteten Wissenschaftsdisziplinen. Sie sind in der Lage, ihr Wissen über die im Studium vermittelten Lerninhalte hinaus eigenständig zu vertiefen. Ihr Wissen und Verstehen entspricht dem Stand der grundlegenden Lehrliteratur und schließt ausgewählte vertiefte Wissensbestände auf dem aktuellen Stand der Forschung in einem in der Abschlussarbeit behandelten Thema aus dem Fach des Studienganges ein.

Die Absolventen reflektieren situationsbezogen die Richtigkeit fachlicher und praxisrelevanter Aussagen. Diese werden in Bezug zum komplexen Kontext gesehen und kritisch gegeneinander abgewogen. Problemstellungen werden vor dem Hintergrund möglicher Zusammenhänge mit fachlicher Plausibilität und unter Berücksichtigung der Wechselwirkungen zwischen technischen und betriebswirtschaftlichen Zielsetzungen gelöst.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen

Die Absolventen können das im Studium vermittelte Wissen und Verstehen (siehe obenstehender Absatz) auf eine Tätigkeit anwenden und Problemlösungen im Berufsfeld von Medien- und Kommunikationsfachleuten erarbeiten und weiterentwickeln.

Die Absolventen

- sammeln, bewerten und interpretieren relevante Informationen,
- leiten fundierte Urteile ab,
- entwickeln Lösungsansätze und realisieren aufbauend auf dem vermittelten Wissen entsprechende Lösungen,
- führen anwendungsorientierte Projekte durch,
- sind in der Lage, im Team zur Lösung komplexer Aufgaben beizutragen,
- gestalten selbstständig weiterführende Lernprozesse.

Die Absolventen

- leiten offene Fragen ab und interpretieren sie,
- wenden zur Lösung offener Fragen im Studium vermittelte Methoden an,
- legen Arbeitsergebnisse dar und erläutern sie.

Kommunikation und Kooperation

Die Absolventen

- formulieren fachliche und sachbezogene Problemlösungen und können diese im Diskurs mit Fachvertretern sowie fachfremden Beteiligten mit fundierten Argumenten begründen,
- kommunizieren und kooperieren mit Fachvertretern sowie fachfremden Beteiligten, um eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen,
- reflektieren und berücksichtigen unterschiedliche Sichtweisen und Interessen anderer beteiligter Personen oder Anspruchsgruppen.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Absolventen

- entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns in vorwiegend außerhalb der Wissenschaft liegenden Berufsfeldern orientiert,
- begründen das eigene berufliche Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen,
- können die eigenen Fähigkeiten einschätzen und reflektieren, sachbezogene Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten angemessen nutzen,
- erkennen situationsadäquat Rahmenbedingungen beruflichen Handelns und begründen ihre Entscheidungen verantwortungsethisch,
- reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen.

2. Inhaltliche Schwerpunkte / Studienablauf des Bachelorstudienganges AMW

Der Bachelorstudiengang „Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft“ (AMW) ist gemäß dem eingangs genannten Ilmenauer Drei-Säulen-Modell in die zentralen Säulen erstens Kommunikationswissenschaft, zweitens Medientechnik und drittens Medienwirtschaft gegliedert. Die erste, zentrale Säule Kommunikationswissenschaft beinhaltet einen theoretischen, einen methodischen und einen berufsfeldorientierten Schwerpunkt. Dadurch ergeben sich im Studiengang folgende inhaltliche Blöcke mit den jeweils zugeordneten Lehrveranstaltungen:

Kommunikationswissenschaft und Medien:

- Einführung in die Kommunikationswissenschaft
- Kommunikatorforschung
- Medieninhaltsforschung
- Rezeptions- und Wirkungsforschung

Sozialwissenschaftliche Methoden:

- Technik des wissenschaftlichen Arbeitens
- Statistik
- Quantitative Methoden
- Qualitative, quantitative und computationale Analysemethoden
- Forschungsseminar (Wahlangebot: Verschiedene Themen)

Berufsfeld- und Schlüsselqualifikation:

- Berufsfeldorientierung (Wahlangebot: Verschiedene Themen)
- Berufsfeldspezialisierung (Wahlkatalog: Verschiedene Veranstaltungsformen)
- Fachsprache Englisch

Medientechnik und Informationstechnologien:

- Mathematische Grundlagen
- Angewandte Medientechnik
- Webtechnologien
- Informationstechnische Grundlagen (gewählt wird Track A oder B mit je 2 Modulen)
Track A: Angewandte Medieninformatik
 - Virtuelle Welten und digitale Spiele
 - Angewandte Medieninformatik (Wahlkatalog: Verschiedene Veranstaltungsformen)Track B: Angewandte Wirtschaftsinformatik
 - Wirtschaftsinformatik: Einführung in die betriebliche Digitalisierung
 - Angewandte Wirtschaftsinformatik (Wahlkatalog: Verschiedene Veranstaltungsformen)

Medienwirtschaft und Medienrecht:

- Grundlagen der BWL
- Unternehmensführung
- Marketingmanagement und Onlinemarketing

- Grundlagen der VWL
- Medienmärkte und Digitalisierung
- Medienmanagement
- Einführung in das Recht
- Einführung in das Medienrecht

Die Module sind so geplant, dass sie aufeinander aufbauen und die in Abschnitt 1 definierten Qualifikationsziele abdecken. Die Schwerpunkte verschieben sich in allen Säulen mit fortschreitender Studiendauer von der Vermittlung von Grundlagen und Methodenkompetenz immer weiter in Richtung berufs- und arbeitsmarktorientierte sowie forschungsorientierte Qualifizierung. Neben Pflichtangeboten existieren diverse Wahlangebote, die Raum für Vertiefungen gemäß individuellen Interessen der Studierenden erlauben. Das AMW-Studium wird im sechsten Fachsemester mit der Bachelorarbeit abgeschlossen.

Internationalisierung, Studierendenmobilität und Double-Degree-Programme

Der Studiengang AMW ist in deutscher Sprache studierbar. Es werden im Sinne der *Internationalisierung* ergänzend ausreichend *englischsprachige Lehrveranstaltungen und Prüfungen* angeboten (zum Beispiel bei mehreren parallelen Übungen jeweils eine englischsprachige Übungsgruppe; englischsprachige Forschungsseminare), um einerseits Incomings im Rahmen von Studienaustausch (zum Beispiel Erasmus-Programme, Double-Degree-Programme) ein attraktives Angebot in Ilmenau zu bieten und andererseits die Ilmenauer AMW-Studierenden auf Studium, Praktikum oder Beruf im Ausland beziehungsweise in internationalen Kontexten gut vorzubereiten.

Das fünfte Fachsemester ist als *Mobilitätsfenster* geplant und kann bei Interesse vollständig für Studium oder Praktikum im Ausland genutzt werden.

Durch die freiwillige Teilnahme an einem *Double-Degree-Programm* können AMW-Studierende zwei Studienabschlüsse erwerben: einen Bachelor-Abschluss der Universität und gleichzeitig einen Bachelor-Abschluss der Partneruniversität.

Zusatzqualifikationen

Der AMW-Studiengang bietet den Studierenden ergänzend zum Regelprogramm verschiedene Möglichkeiten, studienbegleitend freiwillige Zusatzqualifikationen zu erwerben.

- **Bescheinigung „Applied Media and Communication Science – Career International“**: Das integrierte Programm zum Erwerb der Bescheinigung „Applied Media and Communication Science – Career International“ bietet den teilnehmenden Studierenden die Chance, ab dem zweiten Fachsemester integriert in das Studium fremdsprachliche und interkulturelle Zusatzqualifikationen zu erwerben, indem mehrere Veranstaltungen in englischer Sprache und in der Regel in Kooperation mit internati-

onalen Gästen, zum Beispiel Austauschstudierenden oder Gastlehrenden, absolviert werden.

- **Gender-Diversity-Bescheinigung:** Das integrierte Programm zum Erwerb der „Gender-Diversity-Bescheinigung“ bietet den Studierenden die Möglichkeit, integriert in das Studium gender- und diversitybezogene Kompetenzen zu erwerben. Dabei geht es um den forschungsbasiert bewussten, reflektierten und konstruktiven Umgang mit sozialen Diversity-Merkmalen wie Alter, Ethnizität, Behinderung, Religion, sexuelle Orientierung und auch mit Geschlecht (Gender) in der Gesellschaft, in den Medien und der öffentlichen wie privaten Kommunikation. Die Bescheinigung wird erworben, indem zwei zusätzliche Online-Module absolviert und zudem in ausgewählten Veranstaltungen des regulären Studienplans Gender-Diversity-bezogene Themen bearbeitet werden.
- **Bescheinigung „Unternehmensgründung und -führung“:** Mit dem zusätzlichen Erwerb der Bescheinigung „Unternehmensgründung und -führung“ haben die Studierenden die Möglichkeit, die Förderung von Kompetenzen zur Gründung und Führung von Unternehmen zu fokussieren und eine individuelle Orientierung auf dem Weg zum erfolgreichen Unternehmensmanagement zu entwickeln, indem sie das gleichnamige, aus vier Fächern bestehende Modul ergänzend zum Studienplan absolvieren.

3. Bedarf an Absolventen in der Wirtschaft

Die Nachfrage an Kommunikations- und Medienfachleuten ist bereits seit Jahrzehnten ungebrochen hoch und wird in den kommenden Jahren mit dem Boom digitaler Medien weiterhin wachsen und sich ausdifferenzieren.

Das Bachelorstudium der Angewandten Medien- und Kommunikationswissenschaft bereitet für diesen Arbeitsmarkt ideal vor, indem es eine solide medien- und kommunikationswissenschaftliche Grundlagenausbildung von Anfang an interdisziplinär mit medientechnischen und medienwirtschaftlichen sowie medienrechtlichen Fächern verzahnt und dabei den Fokus auf öffentliche Kommunikation und digitale Medien legt. Der Studiengang ist stark anwendungsorientiert, indem er sich durch enge Praxisbezüge, Unternehmenskooperationen und auch die Vermittlung von Fähigkeiten der digitalen Medienproduktion auszeichnet. Die verschiedenen Möglichkeiten, studienbegleitende Zusatzqualifikationen zu erwerben, erhöhen weiter die beruflichen Chancen.

Das Studium der „Angewandten Medien- und Kommunikationswissenschaft“ bildet für ein breit gefasstes Spektrum von Medien- und Kommunikationsberufen aus, das Berufsfelder im Bereich der öffentlichen Kommunikation und Organisationskommunikation ebenso einschließt wie innovative Berufsfelder in den Bereichen Medienproduktion und Medienmanagement. Es ermöglicht den Absolventen insbesondere, sich an den Schnittstellen verschiedener Unternehmensbereiche kompetent einzubringen und bei der Lösung von Kommunikationsproblemen ökonomische Herausforderungen sowie technische Entwicklungen angemessen zu berücksichtigen.

Die Tätigkeitsfelder der Absolventinnen und Absolventen umfassen unter anderem

- PR-Agenturen
- Werbe- und Marketing-Agenturen
- Markt- und Meinungsforschungsinstitute
- Consulting-Unternehmen
- Öffentliche Verwaltung
- Bildungs- und Forschungseinrichtungen
- Verlage, Multimedia- und Musikunternehmen
- Unternehmen der Gaming-Branche
- Unternehmen im Bereich Social Media
- Medienproduktionsfirmen
- Kommunikations- und Presse-Abteilungen von Industrie- und Handelsunternehmen
- Medienanstalten und Rundfunkunternehmen
- Presseunternehmen
- Eventagenturen
- Kommunikations- und Presse-Abteilungen von Parteien und Verbänden

Anlage Regelungen zur berufspraktischen Ausbildung

1. Ziel und Zweck des Praktikums

- (1) Das Fachpraktikum hat zum Ziel, die Studierenden mit Arbeitsprozessen und Arbeitsmethoden sowie mit organisatorischen und sozialen Verhältnissen in Unternehmen und Institutionen der Kommunikations- und Medienbranche bekannt zu machen und sie an ihre spätere berufliche Tätigkeit heranzuführen.
- (2) Das Fachpraktikum ist Bestandteil des Wahlkatalogs für das Absolvieren des Pflichtmoduls „Berufsfeldspezialisierung“ im Rahmen des Kompetenzfelds „Berufsfeld- und Schlüsselqualifikation“.

2. Dauer und Aufteilung des Praktikums

- (1) Das Fachpraktikum hat als kleines Fachpraktikum einen Umfang von elf Wochen (15 Leistungspunkte) und umfasst als großes Fachpraktikum 22 Wochen (30 Leistungspunkte). Das Praktikum ist in der Regel zusammenhängend zu absolvieren.
- (2) Eine Praktikumswoche umfasst fünf Praktikumsstage mit der für diese Dauer geltenden regulären Wochenarbeitszeit des jeweiligen Unternehmens für Vollzeitbeschäftigte.
- (3) Ausgefallene Praktikumsstage (Urlaub, Krankheit, Betriebsschließung, Kurzarbeit oder ähnliches) sind grundsätzlich nachzuholen. Über die nachgeholt Tage ist ein gesonderter Nachweis erforderlich. Gesetzliche Feiertage müssen nicht nachgeholt werden.

3. Praktikumeinrichtung, Praktikumsvertrag

- (1) Anerkennung finden vornehmlich Unternehmen und Institutionen, die an Entwicklungen der (vorrangig elektronischen) Medien beteiligt sind oder diese nutzen und eine Ausbildung im Sinne der vorliegenden Ordnung ermöglichen. Dazu zählen insbesondere PR-Agenturen, Werbe- und Marketingagenturen, Bildungs- und Forschungseinrichtungen, Medienanstalten und Rundfunkunternehmen, Medienproduktionsfirmen, Verlage sowie Multimedia- und Musikunternehmen. Auch entsprechende Abteilungen von Industrie- und Handelsunternehmen, der öffentlichen Verwaltung sowie Consulting-Unternehmen, Parteien und Verbände bieten Praktikumsmöglichkeiten. Eigene Unternehmen oder solche von Verwandten sowie ein Praktikum an der Universität scheiden in der Regel aus.
- (2) Die Kontaktaufnahme zur Praktikumeinrichtung und der Abschluss des Praktikumsvertrages ist Aufgabe der Studierenden.
- (3) Die Studierenden sind verpflichtet, das Fachpraktikum rechtzeitig vor Aufnahme der Tätigkeit im Prüfungsamt anzumelden und sich einen Prüfer zuweisen zu lassen. Zum Zweck der Vorbereitung der fachlichen Anerkennung des Praktikums gemäß Ziffer 6 erklärt die prüfende Person mit ihrer Unterschrift ihr Einverständnis zur gewählten Praktikumeinrichtung und den geplanten Tätigkeiten.

4. Inhalt des Praktikums

- (1) Das Fachpraktikum beinhaltet Tätigkeiten, die einen kommunikations- und medienwissenschaftlichen, medientechnologischen oder medienwirtschaftlichen Bezug aufweisen.
- (2) Neben der fachlichen Ausbildung sollen sich die Studierenden auch über Betriebsorganisation, Sozialstrukturen, Sicherheits-, Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekte informieren.
- (3) Im Rahmen des Nachteilsausgleichs (§ 28 PStO-AB) können Studierende besondere Regelungen zum Fachpraktikum beim zuständigen Prüfungsausschuss beantragen.

5. Praktikumszeugnis, Tätigkeitsbericht

- (1) Die Studierenden weisen ihre praktischen Tätigkeiten mit einem Praktikumszeugnis und einem Bericht zum Praktikum nach.
- (2) Für das Fachpraktikum ist von der durchführenden Einrichtung ein Praktikumszeugnis in deutscher oder englischer Sprache und mit folgenden Angaben auszustellen:
 - a. Name, Vorname und Geburtstag der Studierenden,
 - b. Praktikumszeitraum,
 - c. Ausbildungsbetrieb, Abteilung, Anschrift,
 - d. Ausbildungsbereiche und Aufgabenstellung,
 - e. Verbale Einschätzung der Studierenden hinsichtlich der Arbeitsaufgabe und des erzielten Ergebnisses,
 - f. Anzahl der Fehltage (Ziffer 2 Absatz 3),
 - g. Nachweis über nachgearbeitete Tage (nur, wenn solche angefallen sind),
 - h. Unterschrift des betrieblichen Betreuers.
- (3) Die Studierenden haben ihre Tätigkeiten im Fachpraktikum sowie die von ihnen erzielten Ergebnisse in einem schriftlichen Bericht im Umfang von circa zehn Seiten darzustellen. Der Bericht sollte inhaltlich und formal nach wissenschaftlichen Anforderungen ausgearbeitet sein und mindestens darstellen:
 - a. Die Praktikumeinrichtung und ihre Arbeitsfelder gemäß Ziffer 3 Absatz 1 und Ziffer 4,
 - b. Die genauen Tätigkeiten der Studierenden während des Praktikums,
 - c. Die Bezüge zwischen den einzelnen Praktikumsaktivitäten und den verschiedenen Inhalten beziehungsweise Fächern des eigenen Studiengangs,
 - d. Eine abschließende Reflexion der Praktikumerfahrung hinsichtlich ihres Bildungswertes für das Studium und die spätere Berufstätigkeit.

6. Fachliche Anerkennung der berufspraktischen Ausbildung

- (1) Die fachliche Anerkennung des Fachpraktikums erfolgt auf Grundlage des Praktikumszeugnisses und des schriftlichen Berichtes der Studierenden durch den Prüfer.
- (2) Für die Entscheidung über die fachliche Anerkennung gilt § 37 PStO-AB.

7. Anrechnung und Anerkennung von Ersatzzeiten

- (1) Ein einschlägiger berufsqualifizierender Abschluss auf kommunikations- und medienwissenschaftlichem Gebiet beziehungsweise ein Volontariat wird als zusätzliches Praktikum anerkannt, jedoch nicht für das Fachpraktikum angerechnet.
- (2) Eine Anerkennung berufspraktischer Tätigkeiten, die im Zusammenhang mit anderen Modulen, zum Beispiel dem Medienprojekt, geleistet werden, ist generell ausgeschlossen.
- (3) Über die Anerkennung eines im Rahmen eines anderen Studiums an der Universität oder einer anderen Hochschule erbrachtes Fachpraktikum entscheidet der Prüfungsausschuss gemäß § 54 Absatz 5 ThürHG in Verbindung mit § 26 Absatz 1 PStO-AB.
- (4) Für die Entscheidung über die Anrechnung oder Anerkennung gilt § 37 PStO-AB.

8. Praktikum im Ausland

- (1) Praktische Tätigkeiten im Ausland werden anerkannt, wenn sie diesen Richtlinien und Vorschriften genügen. Das Absolvieren des Fachpraktikums im Ausland wird ausdrücklich empfohlen. Entsprechende Tätigkeiten müssen in allen Punkten diesen Regelungen zur berufspraktischen Ausbildung entsprechen.
- (2) Falls das Zeugnis nicht in deutscher oder englischer Sprache abgefasst ist, ist eine beglaubigte Übersetzung beizufügen.

Anlage Kompetenzziele und Regelungsbereich Wahlkataloge

Der Studiengang Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ beinhaltet zwei verschiedene Wahlbereiche.

1. Wahlbereich „Berufsfeldspezialisierung / Mobilitätsfenster“

(1) Der Wahlbereich „Berufsfeldspezialisierung / Mobilitätsfenster“ dient im Rahmen des Kompetenzfeldes „Berufsfeld- und Schlüsselqualifikation“ des Studienganges Angewandte Medien- und Kommunikationswissenschaft mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ (BA-Studienganges AMW) dem Erwerb von Kenntnissen, Fähigkeiten und Kompetenzen mit besonderer Nähe zum nationalen und internationalen Berufsfeld des Studienganges. Da das Feld der Medien- und Kommunikationsberufe national wie international weit gefächert ist, sind für die Studierenden sehr unterschiedliche Berufsfelder relevant (siehe Profilbeschreibung des BA-Studienganges AMW). Somit muss eine Berufsfeldspezialisierung Wahlmöglichkeiten lassen. Der Wahlbereich „Berufsfeldspezialisierung“ ist im fünften Fachsemester des BA-Studienganges AMW platziert. Das fünfte Fachsemester dient somit als Mobilitäts- und Flexibilitätsfenster, um verschiedene berufsfeldbezogene Wahlmöglichkeiten im In- und Ausland zu eröffnen (zum Beispiel „Auslandssemester“: Lehrveranstaltungen an ausländischen Partneruniversitäten, Praktika im In- und Ausland; aber auch praxisbezogene Lehrveranstaltungen an der Universität). Dazu gehören auch Lehrveranstaltungen aus dem Studium generale, dem Spracheninstitut und andere praxisorientierte Lehrveranstaltungen der Universität, etwa dem Gründerservice der Universität „Ilmkubator“.

(2) Im Wahlbereich „Berufsfeldspezialisierung“ sind laut Studienplan (siehe Anlage Studienplan) 30 Leistungspunkte zu erwerben.

(3) Die Studierenden sind frei in der Wahl der Module aus dem jeweils gültigen Wahlkatalog im Bereich „Berufsfeldspezialisierung / Mobilitätsfenster“.

2. Wahlbereich „Informationstechnische Grundlagen“

(3) Der Wahlbereich „Informationstechnische Grundlagen“ dient im Rahmen des Kompetenzfeldes Medientechnik und Informationstechnologien des sozialwissenschaftlichen BA-Studienganges AMW dem Erwerb von Kenntnissen, Fähigkeiten und Kompetenzen im Bereich Informationstechnik auf Grundlagenebene. Dies entspricht dem sogenannten „Ilmenauer Drei-Säulen-Modell“ des Studienganges, der kommunikationswissenschaftliche mit wirtschaftswissenschaftlichen und technikwissenschaftlichen Inhalten verzahnt. Informationstechnische Grundlagen, die im Bereich Medien und Kommunikation relevant sind, beziehen sich auf unterschiedliche Inhalte und Fachdisziplinen (zum Beispiel Medieninformatik, Wirtschaftsinformatik). Um Studierende optimal auf zukünftige Medien- und Kommunikationsberufe vorzubereiten, müssen somit im Bereich der Vermittlung informationstechnischer Grundlagen Wahlmöglichkeiten gegeben sein.

(4) Im Wahlbereich „Informationstechnische Grundlagen“ sind laut Studienplan (siehe Anlage Studienplan) zehn Leistungspunkte zu erwerben.

(5) Die Studierenden können im Wahlbereich „Informationstechnische Grundlagen“ zwischen zwei verschiedenen Tracks wählen (siehe Anlage Studienplan).

- Der Wahl-Track „Angewandte Medieninformatik“ besteht aus „Virtuelle Welten und Digitale Spiele“ und einem Wahlkatalog, aus dem die Studierenden ein Modul auswählen.
- Der Wahl-Track „Angewandte Wirtschaftsinformation“ besteht aus dem Modul „Einführung in die betriebliche Digitalisierung“ und einem Wahlkatalog, aus dem die Studierenden ein Modul auswählen.

Die Zusammenstellung und Aktualisierung der Wahlkataloge erfolgen gemäß § 3 Absatz 7 PStO-AB.

TECHNISCHE UNIVERSITÄT ILMENAU

Prüfungs- und Studienordnung -Besondere Bestimmungen - für den Studiengang International Business Economics mit dem Abschluss „Master of Science“

Gemäß § 3 Absatz 1 in Verbindung mit § 38 Absatz 3 des Thüringer Hochschulgesetzes (ThürHG) vom 10. Mai 2018 (GVBl. S. 149), zuletzt geändert durch Artikel 7 des Gesetzes vom 23. März 2021 (GVBl. S. 115, 118), erlässt die Technische Universität Ilmenau (nachstehend „Universität“ genannt) auf der Grundlage der Prüfungs- und Studienordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor“, „Master“ und „Diplom“ der Universität, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nummer 174 / 2019, zuletzt geändert durch die zweite Änderungssatzung, veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nummer 184 / 2020, folgende Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang International Business Economics mit dem Abschluss „Master of Science“.

Der Rat der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien hat diese Ordnung am 9. März 2021 beschlossen. Der Studienausschuss hat zu ihr mit Beschluss vom 29. März 2021 positiv Stellung genommen. Der Präsident hat sie am 20. April 2021 genehmigt.

Inhaltsübersicht

A.	Allgemeiner Teil	
§ 1	Geltungsbereich	25
B.	Studium	
§ 2	Akademischer Grad	25
§ 3	Studienzugangsvoraussetzungen und Studienvorkenntnisse	25
§ 4	Ziel des Studiums, Berufsfeld, Profiltyp	26
§ 5	Regelstudienzeit	26
§ 6	Inhalt, Aufbau und Umfang des Studiums, Studienplan	26
§ 7	Zulassung zu Modulen	27
§ 8	Studienfachberatung	27
§ 9	Lehr- und Prüfungssprache	27
C.	Prüfungen	
§ 10	Zulassung zu Abschlussleistungen	27
§ 11	Art, Form und Dauer der Abschlussleistungen	28
§ 12	Zweite Wiederholung von Prüfungen	28
§ 13	Freiversuch und Notenverbesserungsversuch	28

§ 14	Masterarbeit	28
§ 15	Bildung der Gesamtnote	29
D. Schlussbestimmungen		
§ 16	Inkrafttreten	29
Anlage Besondere Zugangsvoraussetzungen		30
Anlage Studienplan		32
Anlage Profilbeschreibung des Masterstudienganges International Business Economics		33
Anlage Kompetenzziele und Regelungsbereich Wahlkataloge		38

A. Allgemeiner Teil

§ 1 Geltungsbereich

- (1) Die Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang International Business Economics mit dem Abschluss „Master of Science“ regelt auf der Grundlage der Prüfungs- und Studienordnung – Allgemeine Bestimmungen – für Studiengänge mit dem Studienabschluss „Bachelor“, „Master“ und „Diplom“ der Universität (PStO-AB), veröffentlicht im Verkündungsblatt der Universität Nummer 174 / 2019 in der jeweils geltenden Fassung, Inhalte, Ziel, Aufbau und Gliederung des Studiums sowie Details zum Prüfungsverfahren im vorgenannten Studiengang. Die Anlagen sind Bestandteile dieser Ordnung.
- (2) Alle Personen- und Funktionsbezeichnungen gelten genderunabhängig in gleicher Weise.

B. Studium

§ 2 Akademischer Grad

Die Universität verleiht den Studierenden bei erfolgreichem Abschluss dieses Masterstudienganges auf Vorschlag der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien den akademischen Grad

„Master of Science“

als weiteren berufsqualifizierenden Hochschulabschluss.

§ 3 Studienzugangsvoraussetzungen und Studienvorkenntnisse

- (1) Neben den allgemeinen Zugangsvoraussetzungen für die Zulassung zu einem Masterstudiengang nach dem Thüringer Hochschulgesetz gelten die in der Anlage „Besondere Zugangsvoraussetzungen“ geregelten weiteren Zugangsvoraussetzungen für diesen Studiengang.
- (2) Für Module in einer anderen Lehr- und Prüfungssprache als Englisch (§ 9 Absatz 1) sowie im Rahmen von Doppelabschlussprogrammen (§ 9 Absatz 2) wird für den erfolgreichen Abschluss des Studiums empfohlen, über Sprachkenntnisse der Lehr- und Prüfungssprache auf Sprachniveau B2 gemäß Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (GER/CEFR) zu verfügen.

§ 4 Ziel des Studiums, Berufsfeld, Profiltyp

- (1) Das Studium zielt auf eine forschungsorientierte Vertiefung der bereits in einem Hochschulstudium und gegebenenfalls in einer praktischen Berufsausübung erworbenen Fach- und Methodenkompetenz auf dem Gebiet der International Business Economics ab.
- (2) In der Anlage „Profilbeschreibung“ werden die Qualifikationsziele und die inhaltlichen Schwerpunkte des Studienganges sowie der Bedarf an Absolventen auf dem Arbeitsmarkt ausführlich benannt.
- (3) Der Studiengang ist konsekutiv und hat gemäß § 4 Thüringer Studienakkreditierungsverordnung (ThürStAkkrVO) das Profil „forschungsorientiert“.

§ 5 Regelstudienzeit

Die Regelstudienzeit gemäß § 52 ThürHG beträgt vier Semester. Der Studienbeginn liegt jeweils im Winter- oder Sommersemester.

§ 6 Inhalt, Aufbau und Umfang des Studiums, Studienplan

- (1) Der Studienplan (Anlage) stellt den Inhalt sowie den Aufbau des Studiums in der Weise dar, dass das Studium mit allen Abschlussleistungen und der Masterarbeit (§ 14) in der Regelstudienzeit nach § 5 abgeschlossen werden kann.
- (2) Das Studium hat einen Gesamtumfang von 120 Leistungspunkten (LP).
- (3) Den Studierenden wird empfohlen, neben den fachspezifischen Modulen auch über den im Studienplan vorgeschriebenen Umfang hinaus das fakultative Lehrangebot der Universität wahrzunehmen.
- (4) Für den Erwerb des Fachwissens und für die Vertiefung sowie Erweiterung der in den Lehrveranstaltungen dargebotenen Lehrinhalte ist das Selbststudium unerlässlich.
- (5) Studierende, die den akademischen Grad im Rahmen eines Doppelabschlussprogramms (Double Degree) auf der Grundlage einer Kooperationsvereinbarung mit einer Partnerhochschule anstreben, absolvieren abweichend von dem im Studienplan beschriebenen Curriculum Leistungen an der Partnerhochschule gemäß der Bestimmungen der jeweiligen Kooperationsvereinbarung und deren Ergänzungen.
- (6) In der Anlage „Kompetenzziele und Regelungsbereiche für die Wahlkataloge“ sind die entsprechenden Regelungen gemäß § 3 Absatz 7 PStO-AB festgelegt.

(7) Sollte beabsichtigt sein, Leistungen für das Studium während eines Auslandsaufenthalts („Auslandssemester“) zu erbringen, ist hierfür eine individuelle Studienvereinbarung abzuschließen. Für die Anerkennung der im Ausland erbrachten Leistungen gilt § 26 PStO-AB.

(8) Die Studierenden sind aufgefordert, in den Selbstverwaltungsgremien der Universität einschließlich der Studierendenschaft mitzuarbeiten.

§ 7 Zulassung zu Modulen

Es bestehen keine besonderen Voraussetzungen für die Zulassung zu Modulen.

§ 8 Studienfachberatung

Die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien benennt einen Studienfachberater, der gleichzeitig als Mentor tätig ist. Die individuelle Studienberatung zu studienorganisatorischen und prüfungsrechtlichen Fragen wird durch den Studienfachberater sowie das Referat Bildung / Prüfungsamt der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien durchgeführt.

§ 9 Lehr- und Prüfungssprache

(1) Lehr- und Prüfungssprache im Studiengang International Business Economics ist Englisch. Es können auch Module in deutscher Sprache angeboten werden, mindestens sind jedoch 50 Leistungspunkte in englischer Sprache zu erbringen. Die Prüfungssprache entspricht der Lehrveranstaltungssprache.

(2) Für Studierende, die den akademischen Grad im Rahmen eines Doppelabschlussprogramms (Double Degree) auf der Grundlage einer Kooperationsvereinbarung mit einer Partnerhochschule anstreben (§ 9 PStO-AB), finden die Lehrveranstaltungen und Abschlussleistungen an der Partnerhochschule in der dort üblichen Lehr- und Prüfungssprache statt. Für die Masterarbeit gelten die Bestimmungen der Kooperationsvereinbarung und deren Ergänzungsvereinbarungen.

C. Prüfungen

§ 10 Zulassung zu Abschlussleistungen

Es bestehen keine studiengangspezifischen Voraussetzungen für die Zulassung zu Abschlussleistungen.

§ 11 Art, Form und Dauer der Abschlussleistungen

Die Art der zu erbringenden Abschlussleistung (§ 10 Absatz 1 PStO-AB) ist im Studienplan festgelegt. Form und Dauer der Abschlussleistungen bestimmt der Modulverantwortliche in der Modulbeschreibung (§ 11 Absätze 1 bis 7 PStO-AB).

§ 12 Zweite Wiederholung von Prüfungen

Gemäß § 19 Absatz 1 PStO-AB können sechs Prüfungsleistungen ein zweites Mal wiederholt werden.

§ 13 Freiversuch und Notenverbesserungsversuch

(1) Eine erstmals nicht bestandene Prüfungsleistung gilt gemäß § 21 Absatz 1 PStO-AB auf Antrag als nicht unternommen, wenn sie erstmalig vor oder zu dem laut Studienplan empfohlenem Fachsemester abgelegt worden ist (Freiversuch). Für die Inanspruchnahme von Freiversuchen gilt § 21 Absatz 1 PStO-AB.

(2) Für die Notenverbesserung gilt § 21 Absatz 2 PStO-AB.

(3) Gemäß § 21 Absatz 3 PStO-AB können vier Frei- und Notenverbesserungsversuche (Gesamtkontingent) in Anspruch genommen werden.

§ 14 Masterarbeit

(1) Die Masterarbeit als Abschlussarbeit gemäß § 24 PStO-AB ist eine Prüfungsleistung im vierten Fachsemester. Sie besteht aus der schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit (§ 24 Absatz 1 PStO-AB) und umfasst einen Arbeitsaufwand von 30 Leistungspunkten und wird mit einer Gesamtnote bewertet.

(2) Die schriftliche wissenschaftliche Arbeit ist innerhalb eines Zeitraums von sechs Monaten abzuleisten.

(3) Die Ausgabe des Themas der schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit erfolgt in der Regel am Ende des dritten Fachsemesters. Voraussetzung für die Zulassung zur schriftlichen wissenschaftlichen Arbeit ist, dass mindestens 50 Leistungspunkte der laut Studienplan geforderten Leistungspunkte erbracht worden sind.

(4) Die Themenstellung und die Betreuung für die Masterarbeit erfolgen grundsätzlich unter Verantwortung der jeweils betreuenden Hochschullehrenden. Hierbei muss es sich um einen Professor, einen Juniorprofessor oder einen habilitierten Mitarbeiter der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien oder eines Fachgebietes handeln, dessen Module im Studienplan verankert sind.

(5) Im Rahmen der Bestellung der Prüfer gemäß § 25 Absatz 2 und § 33 Absatz 1 PStO-AB hat der betreuende Hochschullehrer ein Vorschlagsrecht.

(6) Die Note für die schriftliche wissenschaftliche Arbeit wird als arithmetisches Mittel aus den Noten der vorliegenden Einzelbewertungen der prüfenden Personen gebildet. Ist es gemäß § 25 Absatz 3 PStO-AB notwendig, dass die schriftliche wissenschaftliche Arbeit von mehr als zwei Prüfern bewertet wird und ist dann das arithmetische Mittel größer als 4,0 und kleiner als 4,5, wird eine 4,0 als Endnote festgelegt.

(7) Im Rahmen von Doppelabschlussprogrammen können gemäß § 9 in Verbindung mit Anlage 1 PStO-AB in den Kooperationsvereinbarungen und deren Ergänzungsvereinbarungen hiervon abweichende Regelungen getroffen werden.

§ 15 Bildung der Gesamtnote

Gemäß § 17 Absatz 5 Satz 2 PStO-AB legt der Studienplan im Fall von einer Abweichung der regulären Gewichtung der Noten von Abschlussleistungen für die Gesamtnote die konkrete Gewichtung fest. Dasselbe gilt für die Masterarbeit.

D. Schlussbestimmungen

§ 16 Inkrafttreten

Diese Prüfungs- und Studienordnung – Besondere Bestimmungen – für den Studiengang International Business Economics mit dem Abschluss „Master of Science“ tritt am Tag nach Ihrer Veröffentlichung im Verkündungsblatt der Universität in Kraft. Sie gilt für alle ab dem Wintersemester 2021 / 2022 immatrikulierten Studierenden.

Ilmenau, den 20. April 2021

gez. Univ.-Prof. Dr.-Ing. habil. Kai-Uwe Sattler
Präsident

Anlage: Besondere Zugangsvoraussetzungen

1. Der Zugang zum Studiengang International Business Economics setzt – unbeschadet der allgemeinen und sonstigen Zugangsvoraussetzungen – das Vorliegen der nachstehend aufgeführten fachlichen Qualifikationen voraus, was im Rahmen der Eignungsüberprüfung gemäß § 4 der Ordnung über den Zugang zu Masterstudiengängen an der Universität (MAZugO) zu überprüfen ist. Die Eignungsüberprüfung dient damit der Feststellung, ob der Bewerber den für den Studiengang International Business Economics besonderen fachspezifischen Anforderungen genügt.

2. Gegenstand der Eignungsüberprüfung ist der Nachweis der fachspezifischen Eignung durch eine Kombination der in nachfolgenden Ziffern 2 und 3 benannten und anhand von Punktzahlen gewichteten vorliegenden fachlichen Qualifikationen

a) in einem Studiengang, in dem der Bewerber fachliche Kenntnisse und Fähigkeiten aus dem Bereich Wirtschaftswissenschaften erworben hat,

- | | |
|---|-----------------|
| - mit mind. 150 LP wirtschaftswissenschaftliche Inhalte | mit 70 Punkten, |
| - mit mind. 120 LP wirtschaftswissenschaftliche Inhalte | mit 60 Punkten, |
| - mit mind. 90 LP wirtschaftswissenschaftliche Inhalte | mit 50 Punkten, |
| - mit mind. 60 LP wirtschaftswissenschaftliche Inhalte | mit 35 Punkten, |
| - mit mind. 30 LP wirtschaftswissenschaftliche Inhalte | mit 20 Punkten. |

b) in einem Studiengang, in dem der Bewerber fachliche Kenntnisse und Fähigkeiten aus den Bereichen Mathematik, Statistik und quantitative Methoden (MSQM) erworben hat,

- | | |
|------------------------|-----------------|
| - mit mind. 90 LP MSQM | mit 40 Punkten, |
| - mit mind. 60 LP MSQM | mit 30 Punkten, |
| - mit mind. 30 LP MSQM | mit 25 Punkten, |
| - mit mind. 15 LP MSQM | mit 15 Punkten. |

c) in einem Studiengang, in dem der Bewerber fachliche Kenntnisse und Fähigkeiten aus dem Bereich Medien- und Kommunikationswissenschaft (MKW) erworben hat,

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| - mit mind. 60 LP MKW | mit 20 Punkten, |
| - mit mind. 20 LP MKW | mit 10 Punkten. |

Unter a) bis c) können jeweils nur einmal Punkte vergeben werden.

d) Bewerber, die keinen Abschluss mit den unter a) bis c) genannten Inhalten vorweisen können, sind für den Masterstudiengang International Business Economics nicht geeignet. Die Eignungsüberprüfung ist in diesem Fall mit „Besondere Zugangsvoraussetzungen nicht vorliegend“ zu bewerten.

3. Zusätzlich wird der Grad der Qualifikation nach der Abschlussnote bewertet:

- | | |
|----------------|-----------------|
| - sehr gut | mit 20 Punkten, |
| - gut | mit 15 Punkten, |
| - befriedigend | mit 10 Punkten. |

4. Erreicht der Bewerber entsprechend der Bewertungen nach Ziffern 2 und 3

a) eine Gesamtpunktzahl von 70 und mehr Punkten, ist die Eignungsüberprüfung mit „Besondere Zugangsvoraussetzungen vorliegend“ zu bewerten.

b) nicht die Gesamtpunktzahl von 70, aber mindestens 50 Punkte, gilt für die Eignungsüberprüfung die positive Prognose als getroffen, dass die zum Zeitpunkt der Entscheidung fehlende fachliche Qualifikationen im Verlauf des angestrebten Masterstudiums erzielt werden können (§ 4 Absatz 4 Satz 1 Buchstabe b) MAZugO). Die Eignungsüberprüfung ist mit „Besondere Zugangsvoraussetzungen vorliegend“ zu bewerten. Der Prüfungsausschuss hat in diesem Fall die für einen erfolgreichen Masterabschluss erforderlichen und als Auflagen während des Studiums zusätzlich zu erbringenden Leistungen festzulegen (§ 4 Absatz 4 Satz 2 MAZugO). Die zu erbringenden Leistungen dürfen bei einer Gesamtpunktzahl von 60 und mehr Punkten einen Arbeitsaufwand von insgesamt nicht mehr als 15 Leistungspunkten und bei einer Gesamtpunktzahl von weniger als 60 Punkten insgesamt nicht mehr als 30 Leistungspunkten umfassen.

c) eine Gesamtpunktzahl von weniger als 50 Punkten, ist die Eignungsüberprüfung mit „Besondere Zugangsvoraussetzungen nicht vorliegend“ zu bewerten (§ 4 Absatz 4 Satz 4, Absatz 6 Satz 1 MAZugO).

5. Die Auflagen bestehen in Modulen der Universität, die im Curriculum des Studienganges International Business Economics verankert sind.

6. Die Bewertungen nach Ziffern 2 und 3 erfolgen auf Basis der Aktenlage. Unberührt hiervon bleibt § 4 Absatz 2 Satz 2 MAZugO.

Anlage Studienplan

Module	Modulart (Pflicht / Wahl)	Modulabschlussleistung (Form, Dauer und Details sind in den Modultafeln definiert)	Fachsemester				Summe LP	Ge- wicht
			1.	2.	3.	4.		
			WS	SS	WS	SS		
			LP	LP	LP	LP		
International Business Administration (20 LP aus dem <u>Wahlkatalog International Business Administration</u>)	P	MPL	5	5	10		20	20
International Economics (20 LP aus dem <u>Wahlkatalog International Business Economics</u>)	P	MPL	5	10	5		20	20
International Communication (20 LP aus dem <u>Wahlkatalog International Communications</u>)	P	MPL	10	5	5		20	20
Graduate Research Seminar / Hauptseminar (10 LP aus dem <u>Wahlkatalog Graduate Research Seminar / Hauptseminar</u>)	P	MPL	5	5			10	10
General / Electives / Languages (20 LP aus dem <u>Wahlkatalog General / Electives / Languages</u>)	P	MPL	5	5	10		20	20
Master Thesis	P	MPL				30	30	30
Summe LP			30	30	30	30	120	
Legende								
	MPL	Modulprüfungsleistung		LP	Leistungspunkte			
	MSL	Modulstudienleistung		P	Pflichtmodul			
	PL	Prüfungsleistung		W	Wahlmodul			
	SL	Studienleistung						
	SWS	Semesterwochenstunden						
	V	Vorlesung						
	Ü	Übung						
	P	Praktikum						
	s	schriftlich						
	m	mündlich						
	a	alternativ semesterbegleitend						
	p	praktisch						
	e	elektronisch						
	k	Kolloquium						

Anlage Profilbeschreibung des Masterstudienganges International Business Economics

1. Qualifikationsziele des Masterstudienganges International Business Economics

Der Studiengang „International Business Economics“ (IBE) ist ein konsekutiver wirtschaftswissenschaftlicher Studiengang in englischer Sprache, der zusätzlich zu einer methodisch fundierten, empirisch-angewandten Ausbildung auch interkulturelle Kompetenz vermittelt. Der Studiengang befähigt Studierende somit, in fachlicher, sprachlicher und persönlicher Hinsicht im internationalen Kontext einer globalisierten Welt erfolgreich zu wirken.

Ziel des forschungsorientierten Studienganges ist es, Studierende im Bereich der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften und der (internationalen) Kommunikation auszubilden, das methodische Rüstzeug für die Analyse wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Problemstellungen zu vermitteln und die Studierenden zu befähigen, fundierte Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Dadurch eröffnen sich den Absolventen dieses Studienganges eine Vielzahl möglicher Beschäftigungsfelder in Wissenschaft, Wirtschaft und Politik.

Die Absolventen des Masterstudienganges IBE verfügen über die folgenden Kompetenzen:

Wissen und Verstehen

Die Absolventen beherrschen ein breites Spektrum an Modellierungs- und Analysetechniken sowie elaborierte Methoden der qualitativen und quantitativen empirischen Forschung. Sie sind in der Lage, komplexe Sachverhalte auf wesentliche Wirkungszusammenhänge zu reduzieren, mit Hilfe empirischer Methoden zu überprüfen, die Effektivität möglicher Handlungsalternativen abzuschätzen und deren Konsequenzen zu evaluieren. Durch die Vertiefung fremdsprachlicher Kenntnisse in Verbindung mit einem optionalen Auslandsaufenthalt sind die Absolventen für eine Karriere mit internationaler Ausrichtung gerüstet.

Im Detail verfügen die Absolventen über die folgenden studiengangspezifischen Kompetenzen:

- Die Absolventen besitzen das analytische Denkvermögen, komplexe Sachverhalte in Wirtschaft und Gesellschaft zu modellieren. Sie sind in der Lage, dieses Wissen auf praktische Sachverhalte erfolgreich zu übertragen und anzuwenden.
- Die Absolventen haben sich in den Bereichen *International Business Administration*, *International Economics* und *International Communication Science* die notwendige analytische, methodische und empirische Expertise erarbeitet, die für eine Tätigkeit in Wissenschaft, Wirtschaft und Politik unabdingbar ist.
- Unabhängig von der individuell getroffenen Wahl der Studieninhalte gemäß vorgeschlagenem Studienplan haben alle Absolventen ebenso das wissenschaftliche Niveau für eine weitere wissenschaftliche Tätigkeit erreicht.

- Die Absolventen verfügen über vertiefte Kenntnisse der einzel- und gesamtwirtschaftlichen Prozesse, die für unternehmerische Entscheidungen auf internationaler Ebene von Bedeutung sind.
- Sie haben die wirtschaftlichen Zusammenhänge einer international verpflichteten Wirtschaftswelt verstanden und sind in die Lage versetzt, Beratungsfunktionen in Wirtschaft und Politik zu übernehmen.
- Ebenso besitzen sie Kompetenzen in der internationalen Kommunikation, die notwendig für einen erfolgreichen Austausch in einem internationalen, interkulturellen Umfeld sind.
- Die Absolventen haben hinsichtlich der Internationalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft angemessene Fremdsprachenkenntnisse und sind dadurch in der Lage, Aufgabenfelder in international tätigen Unternehmen zu übernehmen.
- Durch die interdisziplinäre Ausrichtung des Studienganges können sich die Absolventen als Experten mit Schnittstellenkompetenz ausweisen.
- Absolventen mit entsprechender Vertiefung verfügen über einen fundierten Überblick über die verschiedensten Data-Science-Methoden und haben im Rahmen ihrer selbstentwickelten Spezialisierung Expertenwissen zu einer Auswahl dieser Methoden entwickelt, mit der Befähigung, diese problemorientiert einzusetzen.

Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen

Die Absolventen können das im Studium vermittelte Wissen und die erlernten Fähigkeiten in ihrer Tätigkeit in Wissenschaft, Wirtschaft oder Politik anwenden, sich sowohl analytisch als auch empirisch Problemlösungen erarbeiten und evaluieren.

Die Absolventen:

- sind in der Lage, wissenschaftliche Erkenntnisse in den relevanten Forschungsgebieten der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften zu sammeln, zu bewerten und zu interpretieren,
- entwerfen Forschungsfragen, treffen eine begründete Auswahl der Forschungsmethoden und leiten aus der kritischen Interpretation von Forschungsergebnissen fundierte wissenschaftliche Urteile ab,
- erkennen und verstehen (einzel- und gesamtwirtschaftliche sowie gesellschaftliche und wissenschaftliche) Probleme im Kontext einer globalisierten Welt und realisieren dem Stand der Wissenschaft entsprechende Lösungen,
- gestalten selbstständig weiterführende Lernprozesse im Sinne von intensivem Selbst- und Literaturstudium, der Bearbeitung von Gruppenprojekten und der Teilnahme an weiterführenden Forschungs- und Lehrveranstaltungen sowie (teilweise außeruniversitären) Projekten.

Kommunikation und Kooperation

Die Absolventen

- formulieren innerhalb ihres Handelns fachliche und sachbezogene Problemlösungen und können diese im Diskurs mit Fachvertretern der Wirtschafts- und Sozialwissen-

schaften sowie Fachfremden mit theoretischen und methodisch fundierten Argumenten begründen,

- kommunizieren und kooperieren mit Fachvertretern sowie Fachfremden, um eine Aufgabenstellung verantwortungsvoll zu lösen,
- führen anwendungsorientierte Projekte durch und tragen im Team zur Lösung komplexer Aufgaben bei, reflektieren und berücksichtigen unterschiedliche Sichtweisen und Interessen anderer Beteiligter.

Diese Fähigkeiten und Kompetenzen erarbeiten sich die Absolventen insbesondere durch Lehrveranstaltungen, Seminare, projektbezogene Gruppenarbeiten und möglichen Auslandsaufenthalte.

Wissenschaftliches Selbstverständnis / Professionalität

Die Absolventen

- entwickeln ein berufliches Selbstbild, das sich an Zielen und Standards professionellen Handelns in Wissenschaft, Wirtschaft und Politik beziehungsweise politiknahen Berufsfeldern orientiert,
- begründen das eigene berufliche Handeln sowohl mit theoretischem als auch methodischem Wissen,
- können die eigenen Fähigkeiten einschätzen, reflektieren autonom sachbezogene Gestaltungs- und Entscheidungsfreiheiten und nutzen diese unter Anleitung,
- erkennen situationsadäquat Rahmenbedingungen beruflichen Handelns und begründen ihre Entscheidungen verantwortungsethisch,
- reflektieren ihr berufliches Handeln kritisch in Bezug auf gesellschaftliche Erwartungen und Folgen.

2. Inhaltliche Schwerpunkte/Studienablauf des Masterstudienganges International Business Economics (IBE)

Die Regelstudienzeit im Studiengang International Business Economics beträgt für die Ausbildung zum „Master of Science“ (M. Sc.) vier Semester. Die Studieninhalte beziehen sich auf die drei Hauptfelder *International Business Administration*, *International Economics* und *International Communication Science*, deren Inhalte frei wählbar sind. Zusätzlich sind mindestens zwei Forschungsseminare zu absolvieren, die ebenfalls frei wählbar sind. Im Wahlbereich General / Electives / Languages können Studieninhalte frei gewählt werden, die den Studierenden eine weitere Profilierungsmöglichkeit eröffnen.

Mögliche Lehrveranstaltungen, die sich diesen Blöcken zuordnen lassen, sind:

1. International Business Administration – Wahlkatalog (Beispiel)
 - Accounting & Management Control
 - Sustainable Production Research
 - Supply Chain and Closed Loop Management
 - International Service Marketing

- Organization Theory
 - Motivation & Leadership
 - Strategic Management & Entrepreneurship
2. International Economics – Wahlkatalog (Beispiel)
- Competition, Strategy and Institutions
 - Media Economics
 - The Economics of Entertainment, Culture and Events
 - Econometrics
 - Innovation Economics
 - International Economics

3. International Communication – Wahlkatalog (Beispiel)
- Qualitative and Quantitative Methods
 - Intercultural Communication
 - Academic Skills in Communication Science
 - Communication and Media Theories
 - Information and Communication Technology
 - Research Seminar

4. General / Electives / Languages

Das erste und zweite Semester dieses Studienganges sollen an der Universität absolviert werden. Das dritte Semester soll an einer ausländischen Hochschule durchgeführt werden, das vierte Semester beendet das Studium mit dem erfolgreichen Abschluss einer Masterarbeit.

3. Bedarf an Absolventen in der Wirtschaft

Absolventen des Masterstudienganges *International Business Economics* eröffnen sich durch die interdisziplinäre, methodische, qualitative und quantitative Ausbildung Tätigkeitsfelder in Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und politiknahen Berufsfeldern.

Diese ergeben sich beispielsweise in den folgenden Bereichen:

- Internationale Projektleitung
- Sales Management/Key Account
- Business Development
- Marketing-/Medienmanagement
- Produktmanagement
- Unternehmensberatung
- Unternehmensleitung
- Selbständige Unternehmensführung
- Human Resource Management
- Business-Analyse
- Investment-Banking
- Wissenschaft und Forschung

Die Kombination betriebswirtschaftlicher, volkswirtschaftlicher und kommunikationswissenschaftlicher Kompetenzfelder, ergänzt mit vertieften Fremdsprachkenntnissen und interkulturellen Kommunikationsfähigkeiten, schafft die Basis für eine international ausgerichtete Tätigkeit in den oben genannten Berufsfeldern. Die Fähigkeit, realwirtschaftliche beziehungsweise gesellschaftliche Phänomene auf das Wesentliche zu reduzieren und modellhaft zu begreifen, um Handlungsalternativen in einem komplexen Umfeld abzuleiten und (empirisch) zu überprüfen, schafft die Grundlage für einen fundierten, zielorientierten und treffsicheren Entscheidungsprozess.

Die Nachfrage der Berufspraxis nach Absolventen mit beschriebener Profilierung ist bereits heute sehr hoch und wird aufgrund der wachsenden Komplexität der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Prozesse in der Zukunft weiter steigen.

Anlage Kompetenzziele und Regelungsbereich Wahlkataloge

Im Studiengang International Business Economics mit dem Abschluss „Master of Science“ gibt es fünf Wahlbereiche.

1. Wahlbereich International Business Administration

(1) Der Wahlbereich International Business Administration ermöglicht die Vertiefung von Kenntnissen, Fähigkeiten und Kompetenzen in Spezialgebieten der Betriebswirtschaftslehre mit internationalem Bezug. Dabei wird den Studierenden durch die Wahlmöglichkeit die Gelegenheit gegeben, eigene Schwerpunkte zu setzen, die ihren Neigungen, Interessen und / oder Berufsorientierungen entsprechen. Dies kann auch zur Vorbereitung einer wissenschaftlichen und / oder beruflichen Spezialisierung sowie zur Vorbereitung einer Masterarbeit dienen.

(2) Im Wahlbereich International Business Administration müssen die Studierenden 20 Leistungspunkte erwerben.

(3) Die Studierenden sind frei in der Wahl der Module aus dem jeweils gültigen Wahlkatalog.

2. Wahlbereich International Economics

(1) Der Wahlbereich International Economics dient der Vertiefung theoretischer und empirischer Ansätze im Bereich der Volkswirtschaftslehre, welche sich auf zusätzliche Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen im internationalen Kontext beziehen. Dabei wird den Studierenden durch die Wahlmöglichkeit die Gelegenheit gegeben, eigene Schwerpunkte zu setzen, die ihren Neigungen, Interessen und / oder Berufsorientierungen entsprechen. Dies kann auch zur Vorbereitung einer wissenschaftlichen und / oder beruflichen Spezialisierung sowie zur Vorbereitung einer Masterarbeit dienen.

(2) Im Wahlbereich International Economics müssen die Studierenden 20 Leistungspunkte erwerben.

(3) Die Studierenden sind frei in der Wahl der Module aus dem jeweils gültigen Wahlkatalog.

3. Wahlbereich International Communication

(1) Der Wahlbereich International Communication dient der Vertiefung quantitativer, qualitativer und theoretischer Ansätze im Bereich der Kommunikationswissenschaft, welche sich auf zusätzliche Kenntnisse, Fähigkeiten und Kompetenzen im internationalen Kontext beziehen. Dabei wird den Studierenden durch die Wahlmöglichkeit die Gelegenheit gegeben, eigene Schwerpunkte zu setzen, die ihren Neigungen, Interessen und / oder Berufsorientierungen entsprechen. Dies kann auch zur Vorbereitung einer wissen-

schaftlichen und / oder beruflichen Spezialisierung sowie zur Vorbereitung einer Masterarbeit dienen.

(2) Im Wahlbereich International Communication müssen die Studierenden 20 Leistungspunkte erwerben.

(3) Die Studierenden sind frei in der Wahl der Module aus dem jeweils gültigen Wahlkatalog.

4. Wahlbereich Graduate Research Seminar / Hauptseminar

(1) Der Wahlbereich Hauptseminar dient dem Erwerb von vertieften Kenntnissen, Fähigkeiten und Kompetenzen in wissenschaftlichem Arbeiten als auch zur Vorbereitung der Masterarbeit. Die Themen der Hauptseminare aus dem Wahlbereich Hauptseminar spiegeln das fachliche Spektrum der Fachgebiete der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Medien wider.

(2) Im Wahlbereich Hauptseminar müssen die Studierenden zehn Leistungspunkte erwerben.

(3) Die Studierenden sind frei in der Wahl der Module aus dem jeweils geltenden Wahlkatalog.

5. Wahlbereich General / Electives / Languages

(1) Der Wahlbereich General / Electives / Languages bietet Studierenden die Möglichkeit, Sprachenkenntnisse zu erwerben beziehungsweise zu vertiefen und sich mit fächerübergreifenden Studieninhalten auseinanderzusetzen, welche der Verstärkung interkultureller Kompetenz förderlich sind. Die Studierenden können ihrer Neigung entsprechend weitere Themenschwerpunkte wählen.

(2) Im Wahlbereich General / Electives / Languages müssen die Studierenden 20 Leistungspunkte erwerben.

(3) Die Studierenden sind frei in der Wahl der Module aus dem jeweils gültigen Wahlkatalog.

6. Zusammenstellung und Aktualisierung der Wahlkataloge

Die Zusammenstellung und Aktualisierung der Wahlkataloge erfolgen gemäß § 3 Absatz 7 PStO-AB.