



**UNIVERSITÄTS-
BIBLIOTHEK
PADERBORN**

Universitätsbibliothek Paderborn

Satzung zur Änderung der Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Medienwissenschaften an der Universität Paderborn

Universität Paderborn

Paderborn, 2010

urn:nbn:de:hbz:466:1-19218

AMTLICHE MITTEILUNGEN

Verkündungsblatt der Universität Paderborn (AM. Uni. Pb.)

Nr. 54 / 10 vom 26. Oktober 2010

Fakultät für Kulturwissenschaften
Satzung zur Änderung der Prüfungsordnung
für den Bachelorstudiengang
Medienwissenschaften
an der Universität Paderborn

Vom 26. Oktober 2010



UNIVERSITÄT PADERBORN
Die Universität der Informationsgesellschaft

Fakultät für Kulturwissenschaften
Satzung zur Änderung der Prüfungsordnung
für den Bachelorstudiengang
Medienwissenschaften
an der Universität Paderborn

Vom 26. Oktober 2010

Aufgrund des § 2 Abs. 4 und des § 64 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen des Landes Nordrhein-Westfalen (Hochschulgesetz -HG) vom 31. Oktober 2006 (GV.NRW. S. 474), zuletzt geändert durch Art. 2 des Gesetzes zum Ausbau der Fachhochschule für Gesundheitsberufe in Nordrhein-Westfalen vom 08. Oktober 2009 (GV.NRW.2009.S. 516), hat die Universität Paderborn folgende Änderungssatzung erlassen:

Artikel I

Die Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Medienwissenschaften an der Universität Paderborn vom 14. März 2008 (AM.Uni. Pb Nr. 12/08) wird wie folgt geändert:

1. § 15 Abs. 8 erhält folgende Fassung:

In den Veranstaltungen des Fachgebietes Medienökonomie gelten für das Modul Grundzüge der BWL A die entsprechenden Regelungen der Prüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge Wirtschaftswissenschaften in der jeweils geltenden Fassung. Für die Module Medienökonomie sowie Quantitative Methoden und Statistik gelten die entsprechenden Regelungen der Prüfungsordnung des Bachelorstudiengangs Medienwissenschaften (§ 15 Abs. 2 und 3).

2. § 18 Abs. 3 erhält folgende Fassung:

In den Veranstaltungen des Fachgebietes Medienökonomie gelten für das Modul BWL A die entsprechenden Regelungen gemäß der Prüfungsordnung für die Bachelorstudiengänge Wirtschaftswissenschaften in der jeweils geltenden Fassung. Es gilt die Regelung für die Assessmentphase (§ 10 Abs. 1 a), nach der einmal die Möglichkeit besteht, eine Modulprüfung zweimal zu wiederholen. Für die Module Medienökonomie sowie Quantitative Methoden und Statistik gelten die entsprechenden Regelungen der Prüfungsordnung des Bachelorstudiengangs Medienwissenschaften (§ 15 Abs. 1).

3. Der Anhang wird wie folgt geändert:

Die Module 7 und 8 erhalten folgende Fassung:

Modul 7

Modul 7	Modul Medienökonomie				
	Leistungspunkte pro Modul:	Leistungspunkte pro Verant.:	Turnus:	Anzahl der SWS:	Arbeitsaufwand:
	9	4+5 = 9	jährlich	6	270 h
Lehrinhalte:	<p>Medienökonomie: Grundlagen der Medienmärkte aus mikroökonomischer und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive unter Berücksichtigung des Zusammenspiels staatlicher/öffentlich-rechtlicher und privatwirtschaftlicher Institutionen. Dabei werden vor allem kommunikationswissenschaftliche Grundlagen, nicht zuletzt die „zweite Mutter“ der Medienökonomie, inhaltlicher Bestandteil der Darstellung.</p> <p>Medienmanagement: Steuerung und Kontrolle sowie Finanzierung moderner international agierender Medienunternehmen, Konzerne sowie Netzwerken von Medienschaffenden (Projektnetzwerke) vor dem Hintergrund eines modernen, unternehmerisch orientierten Managementverständnis.</p> <p>Medien und Marketing: Die Symbiose aus Marketing, PR, Werbung und Medien ist Arbeitsschwerpunkt, konkurrieren doch die Medienunternehmen sowohl auf dem Rezipienten- als auch Werbemarkt. Die Vermittlung dieses Zusammenhangs ist essentiell zu m Verständnis modernen Medieneinsatzes und moderner Geschäftsmodelle der Medienunternehmen.</p> <p>Medienregulierung: Ob Kinder- und Jugendmedienschutz, Wahrung der Grundrechte oder auch die Selbstregulierung der Medien – Regulierung und staatliche Kontrolle, auch im internationalen Vergleich beeinflussen die Medienmärkte nachhaltig und eindeutig. Daher ist eine Auseinandersetzung sowohl mit den Grundlagen als auch den Folgen integraler Bestandteil einer Medienökonomieausbildung.</p>				
Qualifikationsziele:	<p>Die Studierenden haben</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grundkenntnisse der Medienökonomie und Medienmanagement - Einblick in das Funktionieren der Märkte und Unternehmen der Medien - Kommunikator- wie auch Rezipientenperspektive, - Einblick in die Grundlagen der Medienproduktion und des Marketing, - Grundlagen Medienregulation und Kommunikationswissenschaft,. 				
Schlüsselqualifikationen:	<ul style="list-style-type: none"> - Strategien des Wissenserwerbs - Gezielte Vorbereitung zur Einordnung von Märkten und Unternehmen - Eigenverantwortliche Informationssuche u. a. im Internet 				
Unterrichtsform:	Vorlesung/Vorlesung				
Prüfungsleistungen:	2 Klausuren , benotet, 4+5 = 9 ECTS				
Zulassungsvoraussetzungen:	Keine				

Modul 8

Modul 8	Modul Quantitative Methoden und Statistik				
	Leistungspunkte pro Modul:	Leistungspunkte pro Veranst.:	Turnus:	Anzahl der SWS:	Arbeitsaufwand:
Lehrinhalte:	5	5	jährlich	4	150 h
Qualifikationsziele:	<p>Ziel ist es, dass die Studierenden die grundlegenden Datenerhebungsmethoden, Techniken und einfache statistische Auswertungsverfahren sowie zentrale Parameter und Ergebnisgrößen vermittelt werden.</p> <p>Erreicht werden soll, dass die Studierenden qualitative und quantitative empirische Forschungsarbeiten aus den Bereichen Medienwissenschaften, Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie und Medienmanagement richtig interpretieren und nutzen können. Hierzu ist es wichtig die Grundlagen sowie die Interpretation, nicht aber die einzelnen mathematischen Schritte zu erlernen.</p> <p>Hinzu kommt bei Bedarf die Vermittlung der Nutzungskompetenz grundlegender Statistiksoftwarepakete.</p>				
Schlüsselqualifikationen:	<p>Die Studierenden haben:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fähigkeit zur Bewertung des Leistungsvermögens einzelner Methoden, - Basiswissen grafische Darstellung quantitativer Zusammenhänge - Basiswissen der wichtigsten statistischen Grundbegriffe und Parameter - „Lesefähigkeit“ empirischer Untersuchungen 				
Unterrichtsform:	Vorlesung/Seminar/Übung				
Prüfungsleistungen:	Klausur, benotet, 5 ECTS				
Zulassungsvoraussetzungen:	Keine				

Artikel II

1. Fehlversuche in dem bis zum Inkrafttreten dieser Änderungssatzung von der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften angebotenen Modulen werden nicht gezählt.
2. Die Veranstaltungen zum Modul Quantitative Methoden und Statistik werden erstmals im Wintersemester 2010/11 angeboten.
3. Studierende, die sich erstmals für das Wintersemester 2010/11 für den Bachelorstudiengang Medienwissenschaft eingeschrieben haben, legen die Prüfungen in den Modulen gemäß Artikel I dieser Änderungssatzung ab. Studierende, die sich bereits für das Sommersemester 2010 oder früher eingeschrieben haben, legen die Prüfungen nach der Prüfungsordnung vom 14.03.2008 ab. Auf Antrag können sie die Prüfungen nach dieser Änderungssatzung ablegen. Dieser Antrag ist unwiderruflich.

Artikel III

Diese Satzung tritt mit Wirkung vom 01. April 2010 in Kraft. Sie wird in den Amtlichen Mitteilungen der Universität Paderborn (AM Uni. Pb.) veröffentlicht.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Fakultätsrats der Fakultät für Kulturwissenschaften vom 23. Juni 2010 und der Rechtmäßigkeitsprüfung durch das Präsidium vom 01. September 2010.

Paderborn, den 26. Oktober 2010

Der Präsident
der Universität Paderborn



Professor Dr. Nikolaus Risch

**HRSG: PRÄSIDIUM DER UNIVERSITÄT PADERBORN
WARBURGER STR. 100 · 33098 PADERBORN**