

## Empfohlener Studienplan Bachelorstudiengang Medienmanagement

**Achtung:** Dieser Musterstudienplan ersetzt nicht die Anlage 1 der Studienordnung für den Bachelorstudiengang Medienmanagement (BAMM StO 2010), sondern ist lediglich als eine ergänzende Empfehlung zu betrachten.

**Nicht empfohlen für:** Für BA-Studierende, die ihr Studium zum Wintersemester 2012/13 begonnen haben, wird ein leicht veränderter Studienplan empfohlen. Dieser ist ebenfalls auf der Webseite des IJK unter <http://www.ijk.hmtm-hannover.de/de/studium/studium/> zu finden.

	Modul Teilmodul	LV	SW S	Leistungspunkte pro Semester						Σ
				1.	2.	3.	4.	5.	6.	
<b>1</b>	<b>Einführung</b>									<b>[5]</b>
1.1	Einführung in die Kommunikations- und Medienwissenschaft	S	1	1						1
1.2	Einführung in die empirische Sozialforschung	S	1	1						1
1.3	Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten	S	1	1						1
1.4	Einführung in Medienökonomie und -management	S	1	1						1
1.5	Berufsfelder	Exk.	1	1						1
<b>2</b>	<b>Mediensystem</b>									<b>[6]</b>
2.1	Presse	V	2	3						3
2.2	Rundfunk und Onlinemedien	V	2		3					3
<b>3</b>	<b>Internationale Medienpolitik</b>									<b>[6]</b>
3.1	Internationale Medien	S/ Exk.	2			3				3
3.2	Medienpolitik	S	2			3				3
	Modul Teilmodul	LV	SW S	Leistungspunkte pro Semester						
<b>4</b>	<b>Medienangebote und Medienanbieter</b>									<b>[12]</b>
4.1	Grundlagen der Medieninhaltsforschung	V	2		3					3
4.2	Grundlagen der Kommunikatorforschung	V	2		3					3
4.3	Ausgewählte Bereiche der Medieninhalts- und Kommunikatorforschung	S/P	4			3		3		6
<b>5</b>	<b>Medienrezeption und Medienwirkung</b>									<b>[12]</b>
5.1	Grundlagen der Rezeptionsforschung	V	2	3						3
5.2	Grundlagen der Medienwirkungsforschung	V	2		3					3
5.3	Ausgewählte Bereiche der Rezeptions- und Wirkungsforschung	S/P	4				3	3		6
<b>6</b>	<b>Theorie und Praxis des Medienmanagements</b>									<b>[12]</b>
6.1	Theorien und Modelle für Kommunikation, Medien und Management	V/Ü	2		3					3
6.2	Grundlagen des Medienmanagements	V/Ü	2	3						3
6.3	Ausgewählte Bereiche des Medienmanagements und der Medienökonomie	S/P	4				3	3		6

	Modul Teilmodul	LV	SWS	Leistungspunkte pro Semester						
<b>7</b>	<b>Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und des Medienrechts</b>									<b>[9]</b>
7.1	Nebenfachmodul BWL A (BWL I oder II)	V	2	3						3
7.2	Nebenfachmodul BWL B (BWL III oder IV)	V	2			3				3
7.3	Rechtliche Grundlagen der Medienpraxis	V	2				3			3
<b>8</b>	<b>Grundlegende Erhebungsmethoden der empirischen Kommunikationsforschung</b>									<b>[12]</b>
8.1	Befragung	S	2	4						4
8.2	Inhaltsanalyse	S	2			4				4
8.3	Qualitative Verfahren	S	2				4			4
	Modul Teilmodul	LV	SWS	Leistungspunkte pro Semester						
<b>9</b>	<b>Spezielle Verfahren der Medien- und Marktforschung</b>									<b>[7]</b>
9.1	Mediaforschung	V	2			3				3
9.2	Ausgewählte Methoden der Medien- und Marktforschung	S	2				4			4
<b>10</b>	<b>Analysemethoden der empirischen Kommunikationsforschung</b>									<b>[12]</b>
10.1	Statistik und Datenanalyse I	V	2	4						4
10.2	Statistik und Datenanalyse II	V	2			4				4
10.3	Statistik und Datenanalyse III	V	2				4			4
	Modul Teilmodul	LV	SWS	Leistungspunkte pro Semester						
<b>11</b>	<b>Werkstattseminar</b>	P	4			8	8			<b>[16]</b>
<b>12</b>	<b>Praktikum mit Kolloquium (2-mal)</b>		4	5	7	3		7		<b>[22]</b>
<b>13</b>	<b>Tutorium und Projekte</b>									<b>[17]</b>
13.1	Tutorium		2					3		3
13.2	Projekttätigkeit						5	9		14
<b>14</b>	<b>Integration kommunikationswiss. Wissens</b>	Ü	1						10	<b>[10]</b>
<b>15</b>	<b>Methodenkritik</b>	Ü	1						10	<b>[10]</b>
<b>16</b>	<b>Bachelorarbeit</b>									<b>[12]</b>
16.1	Vorbereitung auf die Bachelorarbeit	Ü	1					2		
16.2	Bachelorarbeit								10	
	<b>Σ LP (SWS)</b>			<b>30</b> (17)	<b>30</b> (16)	<b>30</b> (14)	<b>30</b> (12)	<b>30</b> (9)	<b>30</b> (2)	<b>180</b> (72)

Abkürzungen: Exk. (Exkursion), LV (Lehrveranstaltungsform), P (Projekt), S (Seminar), SWS (Semesterwochenstunden), Ü (Übung), V (Vorlesung)