

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.

Dieser Studienplan wird ausschließlich für BA-Studierende, die ihr Studium zum Wintersemester 2012/13 begonnen haben, empfohlen!

	Modul Teilmodul	LV	SW S	Leistungspunkte pro Semester						Σ
				1.	2.	3.	4.	5.	6.	
1	Einführung									[5]
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
2	Mediensystem									[6]
2.1	Presse	V	2	3						3
2.2	Rundfunk und Onlinemedien	V	2		3					3
3	Internationale Medienpolitik									[6]
3.1	Internationale Medien	S/ Exk.	2			3				3
3.2	Medienpolitik	S	2			3				3
4	Medienangebote und Medienanbieter									[12]
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
5	Medienrezeption und Medienwirkung									[12]
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

	Modul Teilmodul	LV	SW S	Leistungspunkte pro Semester						Σ
				1.	2.	3.	4.	5.	6.	
6	Theorie und Praxis des Medienmanagements									[12]
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
7	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre und des Medienrechts									[9]
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
8	Grundlegende Erhebungsmethoden der empirischen Kommunikationsforschung									[12]
8.1	Befragung	S	2	4						4
8.2	Inhaltsanalyse	S	2		4					4
8.3	Qualitative Verfahren	S	2				4			4
9	Spezielle Verfahren der Medien- und Marktforschung									[7]
9.1	Mediaforschung	V	2			3				3
9.2	Ausgewählte Methoden der Medien- und Marktforschung	S	2				4			4
10	Analysemethoden der empirischen Kommunikationsforschung									[12]
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
11	Werkstattseminar	P	4			8	8			[16]
12	Praktikum mit Kolloquium (2-mal)		4	5	7	6		4		[22]
13	Tutorium und Projekte									[17]
13.1	Tutorium		2					3		3
13.2	Projektstätigkeit					2		12		14
14	Integration kommunikationswiss. Wissens	Ü	1						10	[10]
15	Methodenkritik	Ü	1						10	[10]
16	Bachelorarbeit									[12]
16.1	Vorbereitung auf die Bachelorarbeit	Ü	1					2		
16.2	Bachelorarbeit								10	
	Σ LP (SWS)			30 (17)	30 (16)	30 (14)	30 (12)	30 (9)	30 (2)	180 (72)

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