



Amtliche Bekanntmachungen

Herausgegeben im Auftrag des Rektors von der Abteilung Hochschulrechtliche, akademische u. hochschulpolitische Angelegenheiten, Straße der Nationen 62, 09111 Chemnitz - Postanschrift: 09107 Chemnitz

Nr. 2/2007

28. Februar 2007

Inhaltsverzeichnis

Studienordnung für den Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts (B. A.) an der Technischen Universität Chemnitz	Seite 19
Prüfungsordnung für den Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts (B. A.) an der Technischen Universität Chemnitz	Seite 43
Studienordnung für den konsekutiven Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Master of Arts (M. A.) an der Technischen Universität Chemnitz	Seite 52
Prüfungsordnung für den konsekutiven Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Master of Arts (M. A.) an der Technischen Universität Chemnitz	Seite 77
Studienordnung für den berufsbegleitenden Masterstudiengang Eventmarketing (Master of Business Administration (MBA) „Eventmarketing“) an der Technischen Universität Chemnitz	Seite 87
Prüfungsordnung für den berufsbegleitenden Masterstudiengang Eventmarketing (Master of Business Administration (MBA) „Eventmarketing“) an der Technischen Universität Chemnitz	Seite 116

Studienordnung für den Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts (B.A.) an der Technischen Universität Chemnitz Vom 14. Februar 2007

Aufgrund von § 21 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulgesetz - SächsHG) vom 11. Juni 1999 (SächsGVBl. S. 293), zuletzt geändert durch Gesetz vom 16. Januar 2006 (SächsGVBl. S. 7), hat der Senat der Technischen Universität Chemnitz folgende Studienordnung erlassen:

Inhaltsübersicht

Teil 1: Allgemeine Bestimmungen

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Studienbeginn und Regelstudienzeit
- § 3 Zugangsvoraussetzungen
- § 4 Lehrformen
- § 5 Ziele des Studienganges

Teil 2: Aufbau und Inhalte des Studiums

- § 6 Aufbau des Studiums
- § 7 Inhalte des Studiums

Teil 3: Durchführung des Studiums

- § 8 Studienberatung
- § 9 Prüfungen
- § 10 Selbst-, Fern- und Teilzeitstudium

Teil 4: Schlussbestimmungen

- § 11 Inkrafttreten und Veröffentlichung, Übergangsregelung

Anlage 1: Studienablaufplan

Anlage 2: Modulbeschreibungen

In dieser Studienordnung gelten grammatisch maskuline Personenbezeichnungen gleichermaßen für Personen weiblichen und männlichen Geschlechts. Frauen können die Amts- und Funktionsbezeichnungen dieser Studienordnung in grammatisch femininer Form führen. Dies gilt entsprechend für die Verleihung von Hochschulgraden, akademischen Bezeichnungen und Titeln.

**Teil 1
Allgemeine Bestimmungen****§ 1
Geltungsbereich**

Die vorliegende Studienordnung regelt unter Berücksichtigung der jeweils gültigen Prüfungsordnung Ziele, Inhalte, Aufbau, Ablauf und Durchführung des Studiengangs Medienkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts an der Philosophischen Fakultät der Technischen Universität Chemnitz.

**§ 2
Studienbeginn und Regelstudienzeit**

- (1) Das Studium kann im Wintersemester aufgenommen werden.
- (2) Der Studiengang hat eine Regelstudienzeit von sechs Semestern (drei Jahren). Das Studium umfasst Module im Gesamtumfang von 180 Leistungspunkten (LP). Dies entspricht einem Arbeitsaufwand von 5400 Arbeitsstunden.

**§ 3
Zugangsvoraussetzungen**

Als Zugangsvoraussetzung für den Bachelorstudiengang Medienkommunikation gilt die allgemeine Hochschulreife, eine einschlägige fachgebundene Hochschulreife oder eine durch Rechtsvorschrift oder von der zuständigen staatlichen Stelle als gleichwertig anerkannte Hochschulzugangsberechtigung.

**§ 4
Lehrformen**

- (1) Lehrformen können sein: die Vorlesung (V), das Seminar (S), die Übung (Ü), das Projekt (PR), das Kolloquium (K), das Tutorium (T) oder das Praktikum (P).
- (2) Tutorien zur Unterstützung der Studierenden, insbesondere für Studienanfänger, sind in den Modulbeschreibungen geregelt.
- (3) In den Modulbeschreibungen wird geregelt, welche Lehrveranstaltungen in englischer Sprache abgehalten werden.

**§ 5
Ziele des Studienganges**

Das Studium bereitet auf einen beruflichen Einsatz in anwendungs- und lehrbezogenen Tätigkeitsfeldern vor. Die medienbezogenen Schlüsselqualifikationen sollen die Absolventen befähigen, auf dem Schnittfeld von Medien, Multimedia-Text und reflektierter Vermittlung von Medienkompetenz über möglichst breite und flexibel einzusetzende Grundlagen zu verfügen. Zu dem Einsatz in Medien, PR-Abteilungen in Wirtschaftsbetrieben, Verwaltungen und Organisationen kommen Medienagenturen und der Bereich der Medienpädagogik. Ein breites Angebot an ergänzenden Veranstaltungen in den anderen Fakultäten trägt der Vielfalt möglicher Arbeitsbereiche Rechnung.

**Teil 2
Aufbau und Inhalte des Studiums**

§ 6**Aufbau des Studiums**

(1) Im Studium werden 180 LP erworben, die sich wie folgt zusammensetzen:

- Modul I Kommunikation, 18 LP (Pflichtmodul)
- Modul II Medienwissenschaft, 18 LP (Pflichtmodul)
- Modul III Medienproduktion/Medienanalyse, 18 LP (Pflichtmodul)
- Modul IV Medienpsychologie/Mediensoziologie, 18 LP (Pflichtmodul)
- Modul V Medienpädagogik/Mediendidaktik, 18 LP (Pflichtmodul)
- Modul VI Methoden, 18 LP (Pflichtmodul)
- Modul VII Praxis, 18 LP (Pflichtmodul)
- Modul VIII Print- und Medientechnik, 15 LP (Pflichtmodul)
- Modul IX Wirtschaft, Marketing und Medienrecht, 15 LP (Pflichtmodul)
- Modul X Medieninformatik, 15 LP (Pflichtmodul)
- Modul XI Bachelorarbeit, 9 LP

(2) Der empfohlene Ablauf des Studiums im Bachelorstudiengang Medienkommunikation an der Technischen Universität Chemnitz innerhalb der Regelstudienzeit ergibt sich aus der zeitlichen Gliederung im Studienablaufplan (siehe Anlage 1) und dem modularen Aufbau des Studienganges.

§ 7**Inhalte des Studiums**

(1) Der Studiengang Medienkommunikation vermittelt den Studierenden Medienkompetenzen aus der Perspektive verschiedener Disziplinen. Die Vielfalt der beteiligten Fächer erlaubt eine integrative Ausbildung der Studierenden in unterschiedlichen für medienbezogene Berufsfelder relevanten Teilbereichen. Die drei an der Ausbildung beteiligten, an der Philosophischen Fakultät angesiedelten Kernprofessuren (Medienkommunikation, Mediennutzung, E-Learning) repräsentieren selbst ein breites sozial-, kommunikations- und medienwissenschaftliches Spektrum und decken die Studieninhalte Kommunikation, Medienwissenschaft, Medienproduktion/Medienanalyse, Medienpsychologie/Mediensoziologie, Medienpädagogik/Mediendidaktik, Methoden und Praxis ab. Des Weiteren ist der Studiengang Medienkommunikation inter fakultär ausgerichtet. Neben der Philosophischen Fakultät sind die Fakultät für Maschinenbau (Institut für Print- und Medientechnik), die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und die Fakultät für Informatik an der Bachelorausbildung und die Fakultät für Wirtschaftswissenschaften sowie die Fakultät für Informatik an der Masterausbildung beteiligt. Neben der inhaltlichen besteht zwischen den an der Ausbildung beteiligten Fakultäten auch eine institutionelle Verzahnung, die durch fakultätsübergreifende Vereinbarungen sicher gestellt ist.

Die Breite der Ausbildung ist Voraussetzung für eine vielseitige akademische und berufliche Einsetzbarkeit der Absolventen. Im Studium werden neben Schlüsselqualifikationen wie die Entwicklung der Fähigkeit zur Teamarbeit, Moderations- und Medienkompetenz sowie Präsentationstechniken fächerübergreifend und inter fakultär medienbezogene Schlüsselkompetenzen multimedialer Textherstellung und -gestaltung vermittelt, darüber hinaus allgemeine Medienkompetenz und deren Reflexion und medienpädagogische Vermittlung, insbesondere im Umgang mit neuen Medien. Im Zentrum steht der multimediale Text mit seinen medienspezifischen Produktions- und Rezeptionsbedingungen.

(2) Inhalte, Ziele, Lehrformen, Leistungspunkte, Prüfungen sowie Häufigkeit des Angebots und Dauer der einzelnen Module sind in den Modulbeschreibungen (siehe Anlage 2) dargestellt.

Teil 3**Durchführung des Studiums****§ 8****Studienberatung**

(1) Neben der zentralen Studienberatung an der Technischen Universität Chemnitz findet eine Fachstudienberatung für den Bachelorstudiengang Medienkommunikation statt. Der Fakultätsrat der Philosophischen Fakultät beauftragt ein Mitglied der Fakultät mit der Wahrnehmung dieser Beratungsaufgabe.

(2) Studierende müssen an einer Studienberatung im dritten Semester teilnehmen, wenn bis zum Beginn des dritten Semesters nicht mindestens eine Modulprüfung erfolgreich abgelegt wurde.

(3) Eine Studienberatung soll darüber hinaus insbesondere in folgenden Fällen in Anspruch genommen werden:

1. vor Beginn des Studiums,
2. vor einem Studienaufenthalt im Ausland,

3. vor einem Praktikum,
4. im Falle von Studiengangs- oder Hochschulwechsel,
5. nach nicht bestandenen Prüfungen.

§ 9

Prüfungen

Die Bestimmungen über Prüfungen sind in der Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts an der Technischen Universität Chemnitz geregelt.

§ 10

Selbst-, Fern- und Teilzeitstudium

(1) Die Studierenden sollen die Inhalte der Lehrveranstaltungen in selbständiger Arbeit vertiefen und sich auf die zu besuchenden Lehrveranstaltungen vorbereiten. Die für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Kenntnisse werden nicht ausschließlich durch den Besuch von Lehrveranstaltungen erworben, sondern müssen durch zusätzliche Studien ergänzt werden.

(2) Ein Fernstudium oder Teilzeitstudium des Bachelorstudiengangs Medienkommunikation ist an der Technischen Universität Chemnitz nicht vorgesehen.

Teil 4

Schlussbestimmungen

§ 11

Inkrafttreten und Veröffentlichung, Übergangsregelung

Diese Studienordnung gilt für die ab Wintersemester 2006/2007 Immatrikulierten. Für die vor dem Wintersemester 2006/2007 im Bachelorstudiengang Medienkommunikation immatrikulierten Studierenden gilt die Studienordnung für den Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts vom 11. Juli 2003 fort.

Die Studienordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Amtlichen Bekanntmachungen der Technischen Universität Chemnitz in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senates vom 12. Dezember 2006 und der Genehmigung durch das Rektoratskollegium der Technischen Universität Chemnitz vom 3. Januar 2007.

Chemnitz, den 14. Februar 2007

Der Rektor
der Technischen Universität Chemnitz

Prof. Dr. Klaus-Jürgen Matthes

Anlage 1: Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts

Studienablaufplan

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	5. Semester	6. Semester	Workload Leistungspunkte Gesamt
Modul I Kommunikation	540 AS 8 LVS (V4/S4/Ü0) 2 PVL: Referat mit Präsentation; Erarbeitung eines Seminarthemas 2 PL: Klausur, Hausarbeit						540 AS / 18 LP
Modul II Medienwissenschaft		180 AS 4 LVS (V2/S0/Ü2) 1 PVL: Referat mit Präsentation 1 PL: Klausur	360 AS 6 LVS (V2/S4/Ü0) 1 PVL: Erarbeitung eines Projektes 1 PL: Hausarbeit				540 AS / 18 LP
Modul III Medienproduktion/Medienanalyse	270 AS 4 LVS (V2/S2/Ü0) 2 PVL: Klausur; Referat mit Präsentation und Hausarbeit	270 AS 4 LVS (V0/S2/Ü2) 1 PVL: Referat mit Präsentation und Hausarbeit 1 PL: mündliche Prüfung					540 AS / 18 LP
Modul IV Medienpsychologie/Mediensoziologie	90 AS 4 LVS (V2/S2/Ü0) 1 PVL: Referat 1 PL: Klausur	450 AS 4 LVS (V2/S2/Ü0) 1 PVL: Referat mit Präsentation und Hausarbeit 1 PL: Klausur					540 AS / 18 LP
Modul V Medienpädagogik/Mediendidaktik			270 AS 4 LVS (V2/S2/Ü0) 1 PVL: Hausarbeit 1 PL: Klausur	270 AS 4 LVS (V0/S2/Ü2) 1 PVL: praktische Seminararbeit 1 PL: Hausarbeit			540 AS / 18 LP
Modul VI Methoden				270 AS 6 LVS (V0/S0/Ü6) 3 PVL: 2 Klausuren, Hausarbeit	270 AS 4 LVS (V0/S2/Ü2) 2 PVL: 2 Klausuren 1 PL: Klausur		540 AS / 18 LP

Modul VII Praxis				180 AS 4 LVS (V0/S0/Ü4)	360 AS 4 LVS (V0/S0/Ü4) Praktikum (8 Wochen) PVL: Nachweis des Praktikums 2 ASL: alternative Studienleistungen		540 AS / 18 LP
Modul VIII Print- und Medientechnik			270 AS 6 LVS (V6/S0/Ü0) 3 PL: Klausuren	180 AS 4 LVS (V4/S0/Ü0) 1 PVL: Gestaltungsarbeit 2 PL: Klausur, mündliche Prüfung			450 AS / 15 LP
Modul IX Wirtschaft, Marketing und Medienrecht					180 AS 3 LVS (V2/S0/Ü1) 1 PL: Klausur	270 AS 7 LVS (V4/S0/Ü3) 2 PL: Klausuren	450 AS / 15 LP
Modul X Medieninformatik					270 AS 7 LVS (V3/Ü2/P2) 2 PVL: Nachweis Übungsaufgaben, Referat 1 PL: Klausur	180 AS 4 LVS (V2/S0/P2) 1 PVL: Referat 1 PL: Klausur	450 AS / 15 LP
Modul XI Bachelorarbeit						270 AS 1 PL: Bachelorarbeit	270 AS / 9 LP
Gesamt LVS	16	12	16	18	18	11	91
Gesamt AS	900	900	900	900	1080	720	5400 AS / 180 LP

PL Prüfungsleistung
 PVL Prüfungsvorleistung
 ASL anrechenbare Studienleistung
 AS Arbeitsstunden
 LP Leistungspunkte
 LVS Lehrveranstaltungsstunden pro Woche
 S Seminar
 Ü Übung

V Vorlesung
 T Tutorium
 P Praktikum
 E Exkursion
 K Kolloquium
 PR Projekt

Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts

Modulnummer	I
Modulname	Kommunikation
Modulverantwortlich	Professur Medienkommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Vermittlung von Grundlagen aus den Bereichen interpersonale und Medienkommunikation, visuelle Kommunikation, Kommunikations- und Interaktionsformen mit neuen Medien, Sozialpsychologie, Interkulturelle Kommunikation, Experten-Laien-Kommunikation und Unternehmenskommunikation</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Erwerb von grundlegenden Kenntnissen zum Verständnis kommunikativer Prozesse in unterschiedlichen Zusammenhängen, die Entwicklung der Fähigkeit zur Teamarbeit, Moderations- und Medienkompetenz sowie Präsentationstechniken</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Seminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Kommunikation (2 LVS) • S: Visuelle Kommunikation (2 LVS) • S: Kommunikations- und Interaktionsformen mit neuen Medien (2 LVS) <p>Aus folgenden vier Vorlesungen ist eine auszuwählen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Sozialpsychologie (2 LVS) • V: Interkulturelle Kommunikation (2 LVS) • V: Experten-Laien-Kommunikation (2 LVS) • V: Unternehmenskommunikation (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen für die einzelnen Prüfungsleistungen und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung sind Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten.</p> <p>Zulassungsvoraussetzungen für die Prüfungsleistung Hausarbeit sind folgende Prüfungsvorleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 30-minütiges Referat mit Präsentation zu Visuelle Kommunikation • Erarbeitung eines der Seminarthemen im Team, interaktive Gestaltung (Präsentation und Moderation) des betreffenden Themas zum Seminar Kommunikations- und Interaktionsformen mit neuen Medien
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 90-minütige Klausur zur Vorlesung Kommunikation • Hausarbeit (Umfang ca. 15 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Wochen) zu einem der beiden Seminare
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 18 Leistungspunkte erworben.</p> <p>Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p>

	Prüfungsleistung: <ul style="list-style-type: none">• Klausur zur Vorlesung Kommunikation, Gewichtung 1• Hausarbeit zu einem der Seminare, Gewichtung 2
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 540 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf ein Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts

Modulnummer	II
Modulname	Medienwissenschaft
Modulverantwortlich	Professur Medienkommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Vermittlung von Grundlagen aus den Bereichen Medienwissenschaft, Mediengeschichte, Filmwissenschaft und Medienphilosophie</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Erwerb von grundlegenden Kenntnissen und Fertigkeiten zu medialen Phänomenen in unterschiedlichen Zusammenhängen, die Entwicklung der Fähigkeit zur Teamarbeit, Moderations- und Medienkompetenz sowie Präsentationstechniken</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung, Seminar und Übung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Mediengeschichte (2 LVS) • V: Medienphilosophie (2 LVS) • S: Filmwissenschaft (2 LVS) • Ü: Medienwissenschaft (2 LVS) • S: Medienwechsel (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen für die einzelnen Prüfungsleistungen und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung sind Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten.</p> <p>Zulassungsvoraussetzungen für die Prüfungsleistung Hausarbeit sind folgende Prüfungsvorleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 30-minütiges Referat mit Präsentation zu Medienwissenschaft • Erarbeitung eines Projektes im Team und Präsentation der Ergebnisse im Seminar Medienwechsel
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 90-minütige Klausur zur Vorlesung Mediengeschichte • Hausarbeit (Umfang ca. 15 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Wochen) zu einem der zwei Seminare
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 18 Leistungspunkte erworben.</p> <p>Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p> <p>Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klausur zur Vorlesung Mediengeschichte, Gewichtung 1 • Hausarbeit zu einem der Seminare, Gewichtung 2
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 540 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts

Modulnummer	III
Modulname	Medienproduktion/Medienanalyse
Modulverantwortlich	Professur Medienkommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Vermittlung von Wissen über (online-)journalistische Textsorten, visuelle Kommunikation und Grundlagen hermeneutisch-interpretativer Methoden der Medienanalyse</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Erwerb und Anwendung von grundlegenden Kenntnissen im Bereich Analyse und Produktion (online-)journalistischer Texte und visueller Gestaltung von Print- und Online-Medien, die Entwicklung der Fähigkeit zur Teamarbeit, Moderations- und Medienkompetenz sowie Präsentationstechniken</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung, Seminar und Projekt: V: Textwissenschaft (2 LVS) Ü: Medien-Projekt (Zeitung, Online, Plakat etc.) (2 LVS)</p> <p>Aus folgenden Seminaren sind zwei auszuwählen: S: Mediensemiotik (2 LVS) S: Textanalyse (2 LVS) S: Fotografie (2 LVS) S: Kommunikations- und Webdesign (2 LVS) S: Journalistische Textsorten (2 LVS)</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen für die Prüfungsleistung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung sind Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten.</p> <p>Zulassungsvoraussetzungen für die Prüfungsleistung sind drei Prüfungsvorleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 90-minütige Klausur zu Textwissenschaft • 30-minütiges Referat mit Präsentation und Hausarbeit (Umfang ca. 15 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Wochen) zu Medien-Projekt <p>sowie eine der nachfolgenden Prüfungsvorleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 30-minütiges Referat mit Präsentation und Hausarbeit (Umfang ca. 15 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Wochen) zu Mediensemiotik <u>oder</u> • 30-minütiges Referat mit Präsentation und Hausarbeit (Umfang ca. 15 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Wochen) zu Textanalyse <u>oder</u> • 30-minütiges Referat mit Präsentation und Hausarbeit (Umfang ca. 15 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Wochen) zu Fotografie <u>oder</u> • 30-minütiges Referat mit Präsentation und Hausarbeit (Umfang ca. 15 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Wochen) zu Kommunikations- und Webdesign <u>oder</u> • 30-minütiges Referat mit Präsentation und Hausarbeit (Umfang ca. 15 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Wochen) zu Journalistische Textsorten
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 30-minütige mündliche Prüfung zu einem gewählten Seminar, in welchem keine Prüfungsvorleistung abgelegt wurde.

Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 18 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 540 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts

Modulnummer	IV
Modulname	Medienpsychologie/Mediensoziologie
Modulverantwortlich	Professur Mediennutzung (Medienpsychologie/Mediensoziologie)
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Vermittlung von Wissen über die psychologischen und soziologischen Grundlagen der Mediennutzung und Medienwirkung, Grundlagen im Bereich interner und externer Repräsentationssysteme</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Erwerb von Grundkenntnissen und Anwendungskompetenzen in den Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medien als Repräsentationssysteme - Kognitive, emotionale und motivationale Grundlagen - Sozialpsychologische und soziologische Grundlagen - Kinder und Medien <p>Entwicklung der Fähigkeit zur Teamarbeit, Moderations- und Medienkompetenz sowie Präsentationstechniken</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Seminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Medienpsychologie (2 LVS) • V: Repräsentationen (2 LVS) • S: Mediensoziologie (2 LVS) <p>Aus folgenden Seminaren ist eines auszuwählen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • S: Mediennutzung/Medienwirkung (2 LVS) • S: Medieneinflüsse auf Kinder und Jugendliche (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen für die einzelnen Prüfungsleistungen und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung sind Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten.</p> <p>Zulassungsvoraussetzungen sind folgende Prüfungsvorleistungen:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. für die Prüfungsleistung zu Medienpsychologie: <ul style="list-style-type: none"> • 30-minütiges Referat zu Mediensoziologie 2. für die Prüfungsleistung zu Repräsentationen ist eine der folgenden Prüfungsvorleistungen zu wählen: <ul style="list-style-type: none"> • 30-minütiges Referat mit Präsentation und Hausarbeit (Umfang ca. 15 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Wochen) zu Mediennutzung/Medienwirkung <u>oder</u> • 30-minütiges Referat mit Präsentation und Hausarbeit (Umfang ca. 15 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Wochen) zu Medieneinflüsse auf Kinder und Jugendliche
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 90-minütige Klausur zu Medienpsychologie • 90-minütige Klausur zu Repräsentationen
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 18 Leistungspunkte erworben.</p> <p>Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p>

	Prüfungsleistung: <ul style="list-style-type: none">• Klausur zu Medienpsychologie, Gewichtung 1• Klausur zu Repräsentationen, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 540 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts

Modulnummer	V
Modulname	Medienpädagogik/Mediendidaktik
Modulverantwortlich	Professur Pädagogik des E-Learning und der Neuen Medien
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Vermittlung von Wissen über die pädagogisch-psychologischen Grundlagen des E-Learning und der Neuen Medien, Medienpädagogik und Instruktionsdesign</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Erwerb von Grundkenntnissen und Anwendungskompetenzen in den Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lernen mit Neuen Medien - Konzeption und Gestaltung virtueller Lernangebote - Medienpädagogik und Medienkompetenz <p>Entwicklung der Fähigkeit zur Teamarbeit, Moderations- und Medienkompetenz sowie Präsentationstechniken</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung, Seminar und Übung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Pädagogisch-psychologische Grundlagen des E-Learning (2 LVS) • S: Lernen mit Neuen Medien (2 LVS) • Ü: Tools & Software (2 LVS) <p>Aus folgenden Seminaren ist eines auszuwählen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • S: Instruktionsdesign & Mediengestaltung (2 LVS) • S: Medienpädagogik (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen für die einzelnen Prüfungsleistungen und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung sind Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten.</p> <p>Zulassungsvoraussetzungen für die Prüfungsleistung Hausarbeit zum gewählten Seminar sind folgende Prüfungsvorleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Praktische Seminararbeit (Bearbeitungszeit 4 Wochen) zu Tools & Software • Hausarbeit (Umfang ca. 15 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Wochen) zum Seminar Lernen mit Neuen Medien
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 90-minütige Klausur zu Pädagogisch-psychologische Grundlagen des E-Learning • Hausarbeit (Umfang ca. 15 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Wochen) zum gewählten Seminar
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 18 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p> <p>Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klausur zu Pädagogisch-psychologische Grundlagen des E-Learning, Gewichtung 1 • Hausarbeit zum gewählten Seminar, Gewichtung 2
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 540 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts

Modulnummer	VI
Modulname	Methoden
Modulverantwortlich	Professur Mediennutzung (Medienpsychologie/Mediensoziologie)
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Einführung in die wissenschaftliche Methode, Übersicht über alle Phasen der empirischen Forschung in der Medienwissenschaft, Behandlung grundlegender Verfahren im Bereich der Diagnostik, des experimentellen Designs und der deskriptiven und inferentiellen Statistik</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Grundlegende Kenntnisse über alle Stadien empirischer Medienforschung, Erwerb von Fertigkeiten, die die Anwendung von verbreiteten Methoden und statistischen Verfahren in eigenen (geleiteten) Studien ermöglichen, grundlegende Kenntnisse quantitativer und qualitativer Evaluierungsverfahren</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Seminar und Übung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • S: Deskriptive und Inferenzstatistik (2 LVS) • Ü: Grundlagen der empirischen Sozial- und Medienforschung (quantitativ) (2 LVS) • Ü: Grundlagen der empirischen Sozial- und Medienforschung (qualitativ) (2 LVS) • Ü: Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten (2 LVS) • Ü: Experiment, Fragebogen- und Testdiagnostik (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen für die Prüfungsleistung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung sind Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten.</p> <p>Zulassungsvoraussetzungen sind folgende Prüfungsvorleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 90-minütige Klausur zu Deskriptive und Inferenzstatistik • Hausarbeit (Umfang ca. 15 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Wochen) zu Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten • 60-minütige Klausur zu Grundlagen der empirischen Sozial- und Medienforschung (quantitativ) • 60-minütige Klausur zu Grundlagen der empirischen Sozial- und Medienforschung (qualitativ) • 60-minütige Klausur zu Experiment, Fragebogen- und Testdiagnostik
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 90-minütige Klausur zum Inhalt des Moduls
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 18 Leistungspunkte erworben.</p> <p>Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p>
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 540 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Bachelor of Arts**

Modulnummer	VII
Modulname	Praxis
Modulverantwortlich	Professuren Medienkommunikation und Mediennutzung (Medienpsychologie/Mediensozioologie)
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Vermittlung von grundlegenden Kompetenzen und praktischen Fertigkeiten aus den Bereichen Medienproduktion, Mediengestaltung und Rhetorik</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Erwerb von grundlegenden Kenntnissen und Anwendungskompetenzen in den Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medienkonzeption - Mediendesign - Kommunikationspraxis - Audiovisualität - Information
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Übung und Praktikum:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ü: Mediendesign (2 LVS) • Ü: Kommunikationspraxis (2 LVS) • Ü: Audiovisualität (2 LVS) • P: Praktikum (8 Wochen) <p>Aus folgenden drei Übungen ist eine auszuwählen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ü: Medienkonzeption (2 LVS) • Ü: Information (2 LVS) • Ü: E-Content (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	<p>Die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzung für die einzelnen Prüfungsleistungen und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung sind Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten.</p> <p>Zulassungsvoraussetzung ist folgende Prüfungsvorleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nachweis des Praktikums
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • anrechenbare Studienleistung: alternative Prüfungsleistung (Konzeption, Produktion und Evaluation eines Medienproduktes) zu Mediendesign • anrechenbare Studienleistung: alternative Prüfungsleistung (Konzeption, Produktion und Evaluation eines Medienproduktes) zu Audiovisualität
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 18 Leistungspunkte erworben.</p> <p>Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p> <p>Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • anrechenbare Studienleistung zu Mediendesign, Gewichtung 1 • anrechenbare Studienleistung zu Audiovisualität, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.

Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 540 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts

Modulnummer	VIII
Modulname	Print- und Medientechnik
Modulverantwortlich	Professur Printmedientechnik
Inhalte und Qualifikationsziele	<p>Medien als technische Träger von Information sind die zentrale industrielle Basis der Wissensgesellschaft von morgen und haben schon heute die Automobilindustrie als weltweite Leitbranche abgelöst. Dabei sucht die Innovationsrate der neuen Medientechnologien im Vergleich zu anderen Bereichen ihresgleichen: In keiner anderen Branche setzen sich neue Technologien so schnell und weltweit am Markt durch; nirgendwo eröffnen sich damit immer wieder so umfassend neue Marktchancen für Firmen und auch für Regionen und ganze Länder.</p> <p><u>Inhalte:</u> Die Studierenden werden in den Vorlesungen Einführung in die Medientechnik und Einführung in die Druckereitechnik anhand von Themen wie Bedeutung von Medien, Medienanwendungen und aktuelle Entwicklungen, Digitalisierung, Datenformate, Speichermedien, Netzwerktechnik und Ausgabetechnologien in das Fachgebiet Print- und Medientechnik eingeführt. Entsprechend der thematischen Ausrichtung des Fachgebietes an der TU Chemnitz werden konventionelle und digitale Druckverfahren sowie die Druckvorstufe und -weiterverarbeitung eingehender behandelt. In den weiterführenden Vorlesungen Druckvorstufe I, Typografie und Gestaltung und Medienunternehmungen werden ferner Funktionen, Geräte und Prozesse in der Druckvorstufe behandelt, gestalterische Grundlagen wie Farbenlehre, Typografie- und Layoutkenntnisse vermittelt und ein Überblick über Produkte und Märkte als Anwendungsfelder der Medientechnik gegeben – dabei wird auf wichtige Teilmärkte wie Presse, Buch, Radio, Fernsehen, Film, Internet-Dienstleistungen und E-Commerce genauer eingegangen.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studierenden erhalten einen Überblick über das Fachgebiet Print- und Medientechnik, das Teilgebiet Druckvorstufe und das angrenzende Gebiet Mediengestaltung sowie über die Medienindustrie. Sie entwickeln ein Verständnis der technischen Möglichkeiten der Text- und Bildverarbeitung sowie der verschiedenen Ein- und Ausgabetechnologien und Weiterverarbeitung von Produkten der Print- und Medientechnik. Sie werden befähigt, Entwicklungen der Print- und Medientechnik zu beurteilen und sich in neue Bereiche des Fachgebietes einzuarbeiten. Sie erwerben somit wichtige fachliche Voraussetzungen für eine spätere Zusammenarbeit mit den verschiedenen Institutionen der Medienindustrie, seien es Verlage, Druckereien oder andere herstellende Unternehmen, der Medienvertrieb oder Bibliotheken.</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist die Vorlesung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Einführung in die Medientechnik (2 LVS) • V: Einführung in die Druckereitechnik (2 LVS) • V: Druckvorstufe I (2 LVS) • V: Typografie und Gestaltung (2 LVS) • V: Medienunternehmungen (2 LVS) <p>Die Lehrveranstaltungen können ganz oder teilweise in englischer Sprache abgehalten werden.</p>
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul kann in allen Studiengängen verwendet werden.

Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzung für die einzelnen Prüfungsleistungen und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung sind Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten. Zulassungsvoraussetzung ist folgende Prüfungsvorleistung für die Prüfungsleistung zu Typografie und Gestaltung: <ul style="list-style-type: none">• Gestaltungsarbeit (Umfang ca. 15 AS, Bearbeitungszeit 2 Wochen)
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus fünf Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen: <ul style="list-style-type: none">• 180-minütige Klausur zu Einführung in die Medientechnik• 120-minütige Klausur zu Einführung in die Druckereitechnik• 180-minütige Klausur zu Druckvorstufe I• 30-minütige mündliche Prüfung zu Typografie und Gestaltung• 180-minütige Klausur zu Medienunternehmungen
Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 15 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistung: <ul style="list-style-type: none">• Klausur zu Einführung in die Medientechnik, Gewichtung 1 - Bestehen erforderlich• Klausur zu Einführung in die Druckereitechnik, Gewichtung 1 - Bestehen erforderlich• Klausur zu Druckvorstufe I, Gewichtung 1 - Bestehen erforderlich• mündliche Prüfung zu Typografie und Gestaltung, Gewichtung 1 - Bestehen erforderlich• Klausur zu Medienunternehmungen, Gewichtung 1 - Bestehen erforderlich
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 450 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Bachelor of Arts**

Modulnummer	IX
Modulname	Wirtschaft, Marketing und Medienrecht
Modulverantwortlich	Professur für Organisation und Arbeitswissenschaft Professur für Marketing und Handelsbetriebslehre Professur Jura I – Öffentliches Recht und Öffentliches Wirtschaftsrecht
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Vermittlung von Grundlagen aus den Bereichen Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung, Marketing und Medienrecht</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Erwerb von grundlegenden Kenntnissen und Fertigkeiten zu betriebswirtschaftlichen und medienrechtlichen Phänomenen in unterschiedlichen Zusammenhängen sowie zu Fragen des Marketing</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Übung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: BWL I (2 LVS) • Ü: BWL I (1 LVS) • V: Recht der Information und Kommunikation I (2 LVS) • Ü: Recht der Information und Kommunikation I (2 LVS) • V: Grundlagen des Marketing (2 LVS) • Ü: Grundlagen des Marketing (1 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus drei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60-minütige Klausur zu BWL I • 90-minütige Klausur zu Recht der Information und Kommunikation I • 60-minütige Klausur zu Grundlagen des Marketing
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 15 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p> <p>Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klausur zu BWL I, Gewichtung 1 • Klausur zu Recht der Information und Kommunikation I, Gewichtung 1 • Klausur zu Grundlagen des Marketing, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 450 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts

Modulnummer	X
Modulname	Medieninformatik
Modulverantwortlich	Professur Medieninformatik (Fakultät für Informatik)
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Das Modul vermittelt Fachwissen im Bereich der Medieninformatik. Hierbei geht es um Aspekte der Generierung, Kodierung, Verarbeitung, Distribution und Präsentation digitaler Medien und der Gestaltung von multimedialen Informationssystemen. Im Einzelnen sind das:</p> <p><u>Medientools:</u> In der Vorlesung werden die grundlegenden Aspekte, Technologien und Standards im Bereich Medieninformatik vorgestellt. Die vorlesungsbegleitende Übung führt in den Umgang mit verschiedenen Technologien ein.</p> <p><u>Mediengestaltung:</u> Die Vorlesung behandelt: Grundlagen der Gestaltung aus Wahrnehmungs-, Arbeits- und Kognitionspsychologie; Besonderheiten der Gestaltung einzelner Medien, insbesondere Text, Bild, Video, Audio und Animation; Hypermedia; Informationsvisualisierung; Grundlagen der Software- und Medienergonomie; Webdesign und Digitaltypographie. Im Praktikum werden Gruppenprojekte im Bereich Mediengestaltung durchgeführt. Solche können sein: Videoproduktion; erstellen einer Web-Site; Hörspiel u.a.</p> <p><u>Medienapplikationen:</u> In der Vorlesung werden technische Grundlagen von Multimedia-Systemen behandelt, wie zum Beispiel: Hypertext / Hypermedia; eLearning; Multimedia; Datenbanken; Multimedia Retrieval; Streaming / On Demand-Systeme; Interactive TV; Kooperative Systeme; Virtual Communities; Multimodale Systeme / Sprache; Mobile Systeme; Digital Rights Management. Im Praktikum werden Gruppenarbeiten zur Thematik durchgeführt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studierenden erhalten einen Überblick über das Fachgebiet Medieninformatik. Sie entwickeln ein Verständnis der technischen Möglichkeiten audiovisueller Medien sowie der unterschiedlichen Aspekte der Mensch-Maschine-Kommunikation.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung, Übung und Praktikum:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Medientools (1 LVS) • Ü: Medientools (2 LVS) • V: Mediengestaltung (2 LVS) • P: Mediengestaltung (2 LVS) • V: Medienapplikationen (2 LVS) • P: Medienapplikationen (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen für die einzelnen Prüfungsleistungen und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung sind Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten.

	<p>Zulassungsvoraussetzungen sind folgende Prüfungsvorleistungen:</p> <ul style="list-style-type: none">• für die Prüfungsleistung zu Mediengestaltung: 20-minütiges Referat zum Praktikum Mediengestaltung• für die Prüfungsleistung zu Medienapplikationen: 20-minütiges Referat zum Praktikum Medienapplikationen• Nachweis über den erfolgreichen Abschluss von 1 bis 5 Übungsaufgaben in Medientools. Der Nachweis ist erbracht, wenn alle geforderten Übungsaufgaben bestanden sind.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none">• 90-minütige Klausur zu Mediengestaltung• 90-minütige Klausur zu Medienapplikationen
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 15 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none">• Klausur zu Mediengestaltung, Gewichtung 1• Klausur zu Medienapplikationen, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	<p>Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.</p>
Arbeitsaufwand	<p>Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 450 AS.</p>
Dauer des Moduls	<p>Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.</p>

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Bachelor of Arts**

Modulnummer	XI
Modulname	Bachelorarbeit
Modulverantwortlich	Professuren Medienkommunikation, Mediennutzung (Medienpsychologie/Mediensoziologie) und Professur Pädagogik des E-Learning und der Neuen Medien
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Anwendung und Umsetzung der in den Modulen des Bachelorstudiums erworbenen Kenntnisse in Form einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit. Themenbezogen können Bachelorarbeiten in den Themen der Module I bis VI angefertigt werden.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Anwendung der erworbenen Kenntnisse bei der selbstständigen Lösung eines fachspezifischen Problems auf der Basis wissenschaftlicher Methoden in einer vorgegebenen Frist</p>
Lehrformen	---
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung: <ul style="list-style-type: none"> • Bachelorarbeit (Umfang ca. 40 Seiten, Bearbeitungszeit 18 Wochen)
Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 9 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 270 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf ein Semester.

**Prüfungsordnung für den Studiengang Medienkommunikation
mit dem Abschluss Bachelor of Arts (B. A.)
an der Technischen Universität Chemnitz
Vom 14. Februar 2007**

Aufgrund von § 24 des Gesetzes über die Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulgesetz – SächsHG) vom 11. Juni 1999 (SächsGVBl. S. 293), zuletzt geändert durch Gesetz vom 6. Januar 2006 (SächsGVBl. S. 7), hat der Senat der Technischen Universität Chemnitz die folgende Prüfungsordnung erlassen:

Inhaltsübersicht

Teil 1: Allgemeine Bestimmungen

- § 1 Regelstudienzeit
- § 2 Prüfungsaufbau
- § 3 Fristen
- § 4 Zulassungsverfahren, Bekanntgabe von Prüfungsterminen und Prüfungsergebnissen
- § 5 Arten der Prüfungsleistungen
- § 6 Mündliche Prüfungsleistungen
- § 7 Klausurarbeiten und sonstige schriftliche Arbeiten
- § 8 Alternative Prüfungsleistungen
- § 9 Projektarbeiten
- § 10 Bewertung der Prüfungsleistungen, Bildung und Gewichtung der Noten
- § 11 Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß
- § 12 Freiversuch
- § 13 Bestehen und Nichtbestehen
- § 14 Wiederholung von Modulprüfungen
- § 15 Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen
- § 16 Prüfungsausschuss
- § 17 Prüfer und Beisitzer
- § 18 Zweck der Bachelorprüfung
- § 19 Ausgabe des Themas, Abgabe, Bewertung und Wiederholung der Bachelorarbeit
- § 20 Zeugnis und Bachelorurkunde
- § 21 Ungültigkeit der Bachelorprüfung
- § 22 Einsicht in die Prüfungsakte
- § 23 Zuständigkeiten

Teil 2: Fachspezifische Bestimmungen

- § 24 Studienaufbau und Studienumfang
- § 25 Gegenstand, Art und Umfang der Bachelorprüfung
- § 26 Bearbeitungszeit der Bachelorarbeit
- § 27 Hochschulgrad

Teil 3: Schlussbestimmungen

- § 28 Inkrafttreten und Veröffentlichung, Übergangsregelung

In dieser Prüfungsordnung gelten grammatisch maskuline Personenbezeichnungen gleichermaßen für Personen weiblichen und männlichen Geschlechts. Frauen können die Amts- und Funktionsbezeichnungen dieser Prüfungsordnung in grammatisch femininer Form führen. Dies gilt entsprechend für die Verleihung von Hochschulgraden, akademischen Bezeichnungen und Titeln.

**Teil 1
Allgemeine Bestimmungen**

**§ 1
Regelstudienzeit**

Der Studiengang hat eine Regelstudienzeit von sechs Semestern (drei Jahren). Die Regelstudienzeit umfasst das Studium und alle Modulprüfungen einschließlich des Moduls Bachelorarbeit.

§ 2**Prüfungsaufbau**

Die Bachelorprüfung besteht aus Modulprüfungen. Modulprüfungen bestehen in der Regel aus einer oder bis zu drei Prüfungsleistungen. Modulprüfungen werden studienbegleitend abgenommen.

§ 3**Fristen**

- (1) Die Bachelorprüfung sollte innerhalb der Regelstudienzeit abgelegt werden.
- (2) Durch die Studienordnung und das Lehrangebot wird sichergestellt, dass Prüfungsvorleistungen und Modulprüfungen in den in der Studienordnung festgesetzten Zeiträumen (Prüfungsleistungen in der Regel im Anschluss an die Vorlesungszeit) abgelegt werden können. Der Prüfling wird rechtzeitig sowohl über Art, Anzahl, Gegenstand und Ausgestaltung der zu erbringenden Prüfungsvorleistungen und der zu absolvierenden Modulprüfungen als auch über die Termine, zu denen sie zu erbringen sind, und ebenso über die Aus- und Abgabezeitpunkte der Hausarbeiten und der Bachelorarbeit informiert.

§ 4**Zulassungsverfahren, Bekanntgabe von Prüfungsterminen und Prüfungsergebnissen**

- (1) Die Bachelorprüfung kann nur ablegen, wer
 1. in den Bachelorstudiengang Medienkommunikation an der Technischen Universität Chemnitz immatrikuliert ist und
 2. die Bachelorprüfung im gleichen oder (nach Maßgabe des Landesrechts) in einem verwandten Studiengang nicht „endgültig nicht bestanden“ hat und
 3. die im Einzelnen bestimmten Prüfungsvorleistungen für die jeweilige Prüfungsleistung erbracht hat, die in den Modulbeschreibungen für die jeweilige Prüfungsleistung festgelegt sind.
- (2) Der Antrag auf Zulassung zur Bachelorprüfung ist für jede Prüfungsleistung bis spätestens drei Wochen vor Beginn des zentralen Prüfungszeitraumes der Technischen Universität Chemnitz bzw. bei Prüfungsleistungen außerhalb des zentralen Prüfungszeitraumes bis spätestens drei Wochen vor dem Prüfungstermin schriftlich an das Prüfungsamt zu richten. Dem Antrag sind beizufügen:
 1. eine Angabe des Moduls, auf das sich die Prüfungsleistung beziehen soll,
 2. Nachweise über das Vorliegen der genannten Zulassungsvoraussetzungen,
 3. eine Erklärung des Prüflings darüber, dass die Prüfungsordnung bekannt ist und ob er bereits eine Bachelorprüfung im gleichen Studiengang oder (nach Maßgabe des Landesrechts) in einem verwandten Studiengang an einer wissenschaftlichen Hochschule in der Bundesrepublik Deutschland nicht bestanden oder endgültig nicht bestanden hat oder ob er sich in einem schwebenden Prüfungsverfahren befindet und ob er seinen Prüfungsanspruch nach Maßgabe des Landesrechts durch Überschreiten der Fristen für die Meldung zu der jeweiligen Prüfung oder deren Ablegung verloren hat.
- (3) Über die Zulassung entscheidet der Prüfungsausschuss, in dringenden Fällen dessen Vorsitzender.
- (4) Personen, die sich in ihrer Berufspraxis, im Rahmen der Weiterbildung oder durch autodidaktische Studien ein der Studien- und Prüfungsordnung entsprechendes Wissen und Können angeeignet haben, können den berufsqualifizierenden Abschluss im externen Verfahren erwerben. Über den Antrag auf Zulassung zur Bachelorprüfung sowie über das Prüfungsverfahren und über die zu erbringenden Prüfungsleistungen, die den Anforderungen der Prüfungsordnung entsprechen müssen, entscheidet der Prüfungsausschuss.
- (5) Die Zulassung zu einer Prüfungsleistung der Bachelorprüfung darf nur abgelehnt werden, wenn
 1. die in Absatz 1 genannten Voraussetzungen oder die Verfahrensvorschriften nach Absatz 2 nicht erfüllt sind,
 2. die Unterlagen unvollständig sind,
 3. der Prüfling im gleichen oder (nach Maßgabe des Landesrechts) in einem verwandten Studiengang die Bachelorprüfung endgültig nicht bestanden hat oder sich in einem Prüfungsverfahren befindet oder
 4. der Prüfling nach Maßgabe des Landesrechts seinen Prüfungsanspruch durch Überschreiten der Fristen für die Meldung zu der jeweiligen Prüfungsleistung oder deren Ablegung verloren hat.
- (6) Ablehnende Entscheidungen sind dem Prüfling spätestens zwei Wochen vor Prüfungsbeginn mit Angabe von Gründen und einer Rechtsbehelfsbelehrung schriftlich bekannt zu geben.
- (7) Die Bekanntgabe von Prüfungsterminen, Zulassungslisten und Prüfungsergebnissen erfolgt im Prüfungsamt.

§ 5**Arten der Prüfungsleistungen**

- (1) Prüfungsleistungen sind
 1. mündlich (§ 6) und/oder
 2. durch Klausurarbeiten und sonstige schriftliche Arbeiten (§ 7) und/oder
 3. durch alternative Prüfungsleistungen (§ 8) und/oder

4. durch Projektarbeiten (§ 9) zu erbringen.

(2) Macht ein Prüfling durch ein ärztliches Zeugnis glaubhaft, dass er wegen länger andauernder oder ständiger körperlicher Behinderung nicht in der Lage ist, die Prüfungsleistung ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form abzulegen, so kann der Prüfungsausschuss dem Prüfling gestatten, für die Fortsetzung des Studiums notwendige Leistungen in anderer Form zu erbringen.

(3) Die Prüfungssprache ist Deutsch. In geeigneten Fällen kann die Prüfungssprache Englisch sein. Regelungen dazu sind in den Modulbeschreibungen getroffen. Auf Antrag des Prüflings können Prüfungsleistungen in englischer Sprache erbracht werden. Der Antrag begründet keinen Anspruch.

§ 6

Mündliche Prüfungsleistungen

(1) Durch mündliche Prüfungsleistungen soll der Prüfling nachweisen, dass er die Zusammenhänge des Prüfungsgebietes erkennt und spezielle Fragestellungen in diese Zusammenhänge einzuordnen vermag. Ferner soll festgestellt werden, ob der Prüfling über ein dem Stand des Studiums entsprechendes Grundlagenwissen verfügt.

(2) Mündliche Prüfungsleistungen sind von mehreren Prüfern oder von einem Prüfer in Gegenwart eines sachkundigen Beisitzers abzunehmen.

(3) Mündliche Prüfungsleistungen können als Gruppen- oder als Einzelprüfungsleistungen abgelegt werden. Die Prüfungsdauer für jeden einzelnen Prüfling beträgt mindestens 15 Minuten und höchstens 45 Minuten.

(4) Im Rahmen der mündlichen Prüfungsleistung können auch Aufgaben mit angemessenem Umfang zur schriftlichen Behandlung gestellt werden, wenn dadurch der mündliche Charakter der Prüfungsleistung nicht aufgehoben wird.

(5) Die wesentlichen Gegenstände, Dauer, Verlauf und Note der mündlichen Prüfungsleistung sind in einem Protokoll festzuhalten, das von den Prüfern bzw. bei Gegenwart eines Beisitzers von dem Prüfer und dem Beisitzer zu unterzeichnen ist. Ergebnis und Note sind dem Prüfling jeweils im Anschluss an die mündliche Prüfungsleistung bekannt zu geben. Das Protokoll ist der Prüfungsakte beizulegen.

(6) Studierende, die sich zu einem späteren Prüfungstermin der gleichen Prüfungsleistung unterziehen wollen, sollen nach Maßgabe der räumlichen Verhältnisse als Zuhörer zugelassen werden, es sei denn, der Prüfling widerspricht. Die Zulassung erstreckt sich nicht auf die Beratung und Bekanntgabe des Prüfungsergebnisses.

(7) Die Prüfungsleistung kann aus einem wichtigen Grund unterbrochen werden. Ein neuer Prüfungstermin ist so festzusetzen, dass die Prüfungsleistung unverzüglich nach Wegfall des Unterbrechungsgrundes stattfindet. Die Gründe, die zur Unterbrechung geführt haben, sind im Prüfungsprotokoll zu vermerken.

§ 7

Klausurarbeiten und sonstige schriftliche Arbeiten

(1) Die schriftlichen Prüfungsleistungen umfassen Klausurarbeiten und sonstige schriftliche Arbeiten, in denen der Prüfling nachweist, dass er auf der Basis des notwendigen Grundlagenwissens in begrenzter Zeit mit den gängigen Methoden seines Faches Aufgaben lösen und Themen bearbeiten kann. Bei schriftlichen Prüfungsleistungen können dem Prüfling Themen zur Auswahl gegeben werden.

(2) Zu den sonstigen schriftlichen Arbeiten zählt das Antwort-Wahl-Verfahren (Multiple choice). Es darf in einer Modulprüfung nicht den überwiegenden Teil der Prüfungsleistungen ausmachen. Die Aufgaben für das Antwort-Wahl-Verfahren sind in der Regel durch zwei Prüfer zu entwerfen. Der Bewertungsmaßstab ist von den Prüfern festzulegen. Der Bewertungsmaßstab jeder Frage und die Notenskala sind auf dem Fragebogen anzugeben. Die Auswertung von Antwort-Wahl-Verfahren kann automatisiert erfolgen.

(3) Schriftliche Prüfungsleistungen, deren Bestehen Voraussetzung für die Fortsetzung des Studiums ist, sind in der Regel von mindestens zwei Prüfern zu bewerten. Die Note ergibt sich aus dem arithmetischen Mittel der Einzelbewertungen. Das Bewertungsverfahren soll vier Wochen nicht überschreiten.

(4) Die Dauer von schriftlichen Prüfungsleistungen darf 60 Minuten nicht unterschreiten und die Höchstdauer von fünf Stunden nicht überschreiten.

(5) Über Hilfsmittel, die bei einer schriftlichen Prüfungsleistung benutzt werden dürfen, entscheidet der Prüfer. Die zugelassenen Hilfsmittel sind mit der Ankündigung des Prüfungstermins bekannt zu geben.

§ 8

Alternative Prüfungsleistungen

(1) Alternative Prüfungsleistungen werden im Rahmen von Seminaren, Praktika oder Übungen erbracht. Die Leistung erfolgt in Form von schriftlichen Ausarbeitungen, Hausarbeiten, Referaten oder protokollierten praktischen Leistungen im Rahmen einer oder mehrerer Lehrveranstaltung/en. Die Leistungen müssen individuell zurechenbar sein. Bei Hausarbeiten und in der Regel bei schriftlichen Ausarbeitungen hat der Prüfling an Eides statt zu versichern, dass sie selbstständig angefertigt und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt wurden.

(6) Werden benotete Studienleistungen als Prüfungsleistungen angerechnet, müssen sie in Art und Umfang Prüfungsleistungen entsprechen. Die Bachelorprüfung darf nicht überwiegend durch Anrechnung von benoteten Studienleistungen erbracht werden. Über die Anrechnung entscheidet der Prüfungsausschuss.

§ 11

Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

- (1) Der Prüfling kann die Anmeldung zu einer Prüfungsleistung ohne Angabe von Gründen zurückziehen, sofern er dieses dem Prüfungsamt bis eine Woche vor dem jeweiligen Prüfungstermin mitteilt.
- (2) Eine Prüfungsleistung gilt als mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet, wenn der Prüfling einen für ihn bindenden Prüfungstermin ohne triftigen Grund versäumt oder wenn er von einer Prüfung, die er angetreten hat, ohne triftigen Grund zurücktritt. Dasselbe gilt, wenn eine schriftliche Prüfungsleistung nicht innerhalb der vorgegebenen Bearbeitungszeit erbracht wird.
- (3) Die für den Rücktritt oder das Versäumnis geltend gemachten Gründe müssen unverzüglich beim Prüfungsausschuss schriftlich angezeigt und glaubhaft gemacht werden. Bei Krankheit des Prüflings kann die Vorlage eines ärztlichen Attestes und in Zweifelsfällen eines amtsärztlichen Attestes verlangt werden. Soweit die Einhaltung von Fristen für die erstmalige Meldung zur Prüfung, die Wiederholung von Prüfungen, die Gründe für das Versäumnis von Prüfungen und die Einhaltung von Bearbeitungszeiten für Prüfungsarbeiten betroffen sind, steht der Krankheit des Prüflings die Krankheit eines von ihm überwiegend allein zu versorgenden Kindes gleich.
- (4) Erkennt der Prüfungsausschuss die Gründe an, so setzt er im Benehmen mit dem Prüfling einen neuen Prüfungstermin fest.
- (5) Versucht der Prüfling das Ergebnis seiner Prüfungsleistung durch Täuschung oder Benutzung nicht zugelassener Hilfsmittel zu beeinflussen, wird die betreffende Prüfungsleistung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet.
- (6) Ein Prüfling, der den ordnungsgemäßen Ablauf der Prüfung stört, kann von dem jeweiligen Prüfer oder Aufsichtsführenden von der Fortsetzung der Prüfungsleistung ausgeschlossen werden; in diesem Fall wird die Prüfungsleistung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet.
- (7) Der Prüfling kann innerhalb von zwei Wochen nach Vorliegen von Entscheidungen nach Absatz 5 oder 6 verlangen, dass diese vom Prüfungsausschuss überprüft werden.
- (8) Belastende Entscheidungen sind dem Prüfling durch den Prüfungsausschuss unverzüglich schriftlich mitzuteilen, zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.

§ 12

Freiversuch

- (1) Prüfungsleistungen können bei Vorliegen der Zulassungsvoraussetzungen vor Ablauf des im Studienablaufplan vorgesehenen Zeitpunktes abgelegt werden.
- (2) Im Falle einer nicht bestandenen Prüfung gilt diese Prüfung auf Antrag des Kandidaten als nicht unternommen. Im Fall einer bestandenen Prüfung kann die Prüfungsleistung auf Antrag des Kandidaten zur Aufbesserung der Note zum nächsten regulären Prüfungstermin wiederholt werden. In diesen Fällen zählt die bessere Note.

§ 13

Bestehen und Nichtbestehen

- (1) Modulprüfungen sind bestanden, wenn sie mindestens mit „ausreichend“ (4,0) bewertet wurden. Sind in den Modulbeschreibungen mit „Bestehen erforderlich“ gekennzeichnete Prüfungsleistungen mit „nicht ausreichend“ bewertet, ist die Modulprüfung nicht bestanden. Nicht bestandene Modulprüfungen, welche nicht innerhalb eines Jahres (§ 14) wiederholt wurden oder die bei Wiederholung mit „nicht ausreichend“ bewertet wurden, führen zum endgültigen Nichtbestehen der Modulprüfung.
- (2) Mit dem endgültigen Nichtbestehen einer Modulprüfung gilt die Bachelorprüfung als „endgültig nicht bestanden“.
- (3) Die Bachelorprüfung ist bestanden, wenn die erforderlichen Prüfungsvorleistungen erbracht und sämtliche Modulprüfungen bestanden sind. Eine Bachelorprüfung, die nicht innerhalb von vier Semestern nach Abschluss der Regelstudienzeit abgelegt worden ist, gilt als „nicht bestanden“.
- (4) Erweist sich, dass das Prüfungsverfahren mit Mängeln behaftet war, die die Prüfungsleistung beeinflussen haben, so kann auf Antrag eines Prüflings oder von Amts wegen angeordnet werden, dass für einen bestimmten Prüfling oder alle Prüflinge die Prüfung oder einzelne Teile derselben neu angesetzt werden. In diesem Fall sind die bereits erbrachten Prüfungsergebnisse ungültig.
- (5) Mängel im Prüfungsverfahren müssen unverzüglich, spätestens innerhalb eines Monats nach dem jeweiligen Prüfungstag beim Vorsitzenden des Prüfungsausschusses oder bei dem Prüfer geltend gemacht werden. Anordnungen nach Absatz 4 dürfen nur bis zu dem Zeitpunkt erfolgen, zu dem eine Meldung zum darauf folgenden Prüfungszeitraum noch möglich ist.

§ 14

Wiederholung von Modulprüfungen

- (1) Bei Nichtbestehen einer Modulprüfung (Modulnote „nicht ausreichend“) ist eine Wiederholungsprüfung möglich. Besteht die Modulprüfung aus mehreren Prüfungsleistungen, so können mit „nicht ausreichend“ bewertete Prüfungsleistungen in dem Umfang wiederholt werden, dass ein Bestehen der Modulprüfung möglich ist. Unabhängig davon sind Prüfungsleistungen, die in der Modulbeschreibung mit „Bestehen erforderlich“ gekennzeichnet sind und mit „nicht ausreichend“ bewertet wurden, zu wiederholen. Eine Wiederholungsprüfung ist nur innerhalb eines Jahres zulässig. Diese Frist beginnt mit Abschluss der letzten Prüfungsleistung der jeweiligen Modulprüfung. Nach Ablauf dieser Frist gilt sie als „endgültig nicht bestanden“.
- (2) Eine zweite Wiederholungsprüfung kann nur in besonders begründeten Ausnahmefällen zum nächstmöglichen Prüfungstermin durchgeführt werden. Der Prüfling hat dafür umgehend einen begründeten Antrag an den Prüfungsausschuss zu stellen.
- (3) Die Wiederholung einer bestandenen Prüfungsleistung ist, abgesehen von dem in § 12 geregelten Fall, nicht zulässig.
- (4) Nicht bestandene Modulprüfungen an anderen Universitäten und gleichgestellten Hochschulen sind anzurechnen.

§ 15

Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen

- (1) Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen aus anderen Studiengängen werden angerechnet, soweit die Gleichwertigkeit gegeben ist. Die Anrechnung kann versagt werden, wenn mehr als 120 Leistungspunkte oder die Bachelorarbeit angerechnet werden soll. Über die Anrechnung entscheidet der Prüfungsausschuss. Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen sind gleichwertig, wenn sie in Inhalt, Umfang und in den Anforderungen denjenigen dieses Studienganges im Wesentlichen entsprechen. Dabei ist kein schematischer Vergleich, sondern eine Gesamtbetrachtung und Gesamtbewertung vorzunehmen. Bei der Anerkennung und Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen, die außerhalb der Bundesrepublik Deutschland erbracht wurden, sind die von der Kultusministerkonferenz (KMK) und Hochschulrektorenkonferenz (HRK) gebilligten Äquivalenzvereinbarungen sowie Absprachen im Rahmen von Hochschulkooperationsvereinbarungen zu beachten.
- (2) Einschlägige berufspraktische Tätigkeiten kann der Prüfungsausschuss anrechnen.
- (3) In einer besonderen Hochschulprüfung (Einstufungsprüfung) können Studienbewerber mit Hochschulzugangsberechtigung nachweisen, dass sie über Kenntnisse und Fähigkeiten verfügen, die eine Einstufung in ein höheres Fachsemester rechtfertigen.
- (4) Werden Studien- und Prüfungsleistungen angerechnet, sind die Leistungspunkte und die Noten - soweit die Notensysteme vergleichbar sind - zu übernehmen. Bei unvergleichbaren Notensystemen wird der Vermerk „bestanden“ aufgenommen. Eine Kennzeichnung der Anrechnung im Zeugnis ist zulässig.
- (5) Die Studierenden haben die für die Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen erforderlichen Unterlagen vorzulegen.

§ 16

Prüfungsausschuss

- (1) Für die Organisation der Prüfungen und zur Wahrnehmung der durch diese Prüfungsordnung zugewiesenen Aufgaben bestellt der Fakultätsrat der Philosophischen Fakultät einen Prüfungsausschuss.
- (2) Der Prüfungsausschuss besteht aus dem Vorsitzenden, dessen Stellvertreter und zwei weiteren Mitgliedern aus dem Kreis der an der Philosophischen Fakultät tätigen Hochschullehrer, zwei Mitgliedern aus dem Kreis der wissenschaftlichen Mitarbeiter und einem Mitglied aus dem Kreis der Studierenden.
- (3) Die Amtszeit beträgt in der Regel drei Jahre, für studentische Mitglieder ein Jahr.
- (4) Der Prüfungsausschuss ist für alle Fragen im Zusammenhang mit der Prüfungsordnung zuständig, insbesondere für:
 1. die Organisation der Prüfungen,
 2. die Anrechnung von Studienzeiten sowie von Studien- und Prüfungsleistungen,
 3. die Aufstellung der Listen der Prüfer und der Beisitzer,
 4. die Entscheidung über angemessene Prüfungsbedingungen für Studierende während der Inanspruchnahme der gesetzlichen Mutterschutzfristen und der Fristen der Elternzeit,
 5. die Entscheidung über angemessene Prüfungsbedingungen für behinderte Studierende und chronisch Kranke.
- (5) Der Prüfungsausschuss kann Aufgaben an den Vorsitzenden zur Erledigung übertragen. Dies gilt nicht für Entscheidungen nach § 11 und für Berichte an den Fakultätsrat.
- (6) Der Prüfungsausschuss berichtet dem Fakultätsrat über die Entwicklung des Workload, der Prüfungs- und Studienzeiten, der tatsächlichen Bearbeitungszeiten für die Bachelorarbeit, über die Verteilung der Modul- und Gesamtnoten und gibt Anregungen zur Reform der Studien- und Prüfungsordnung.

- (7) Der Prüfungsausschuss ist beschlussfähig, wenn der Vorsitzende oder dessen Stellvertreter und die Mehrheit der Mitglieder anwesend sind und die Hochschullehrer über die Mehrheit der Stimmen verfügen. Die Sitzungen des Prüfungsausschusses sind nicht öffentlich.
- (8) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses haben das Recht, der Abnahme von Prüfungen beizuwohnen. Sie können Zuständigkeiten des Prüfungsausschusses nicht wahrnehmen, wenn sie selbst Beteiligte der Prüfungsangelegenheit sind.
- (9) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses unterliegen der Amtsverschwiegenheit. Sofern sie nicht im öffentlichen Dienst stehen, sind sie durch den Vorsitzenden zur Verschwiegenheit zu verpflichten.
- (10) Der Prüfungsausschuss ist in Angelegenheiten, welche die Prüfungsordnung betreffen, Widerspruchsbehörde.

§ 17

Prüfer und Beisitzer

- (1) Der Prüfungsausschuss bestellt die Prüfer und Beisitzer. Zu Prüfern werden Mitglieder und Angehörige der Hochschule oder anderer Hochschulen bestellt, die in einem Prüfungsfach zur selbständigen Lehre berechtigt sind; soweit ein Bedürfnis besteht, kann auch zum Prüfer bestellt werden, wer die Befugnis zur selbständigen Lehre nur für ein Teilgebiet eines Prüfungsfaches besitzt. Entsprechend dem Zweck und der Eigenart der Hochschulprüfung können auch Lehrkräfte für besondere Aufgaben sowie in der beruflichen Praxis und Ausbildung erfahrene Personen zu Prüfern bestellt werden. Prüfungsleistungen dürfen nur von Personen bewertet werden, die selbst mindestens die durch die Prüfung festzustellende oder eine gleichwertige Qualifikation besitzen.
- (2) Die Prüfer und Beisitzer sind bei ihrer Prüfungstätigkeit unabhängig.
- (3) Der Prüfling kann für die Bewertung der Bachelorarbeit (§ 19) und der mündlichen Prüfungsleistung (§ 6) den Prüfer oder eine Gruppe von Prüfern dem Prüfungsausschuss vorschlagen. Der Vorschlag begründet keinen Anspruch.
- (4) Der Prüfungsausschuss sorgt dafür, dass dem Prüfling die Namen der Prüfer und Beisitzer mindestens zwei Wochen vor dem Prüfungstermin bekannt gegeben werden.
- (5) Für die Prüfer und die Beisitzer gilt § 16 Abs. 9 entsprechend.

§ 18

Zweck der Bachelorprüfung

Die Bachelorprüfung bildet den berufsqualifizierenden Abschluss des Bachelorstudiums. Durch die Bachelorprüfung wird festgestellt, ob der Prüfling die notwendigen wissenschaftlichen Grundlagen, eine fachspezifische und fachübergreifende Methodenkompetenz und berufsfeldbezogene Qualifikationen erworben hat, durch die er auf lebenslanges Lernen und auf den Einsatz in unterschiedlichen Berufsfeldern vorbereitet ist.

§ 19

Ausgabe des Themas, Abgabe, Bewertung und Wiederholung der Bachelorarbeit

- (1) Die Bachelorarbeit soll zeigen, dass der Prüfling in der Lage ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein fachspezifisches bzw. fachübergreifendes Problem selbständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.
- (2) Das Thema der Bachelorarbeit muss in einem inhaltlichen Zusammenhang mit dem Studiengang stehen. Die Bachelorarbeit kann von jedem Prüfungsberechtigten betreut werden. Der Prüfling hat das Recht, einen Betreuer sowie ein Thema vorzuschlagen. Ein Rechtsanspruch darauf, dass dem Vorschlag entsprochen wird, besteht nicht.
- (3) Bei der Abgabe der Bachelorarbeit hat der Prüfling an Eides statt zu versichern, dass sie selbständig angefertigt und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt wurden. Bei einer Gruppenarbeit ist der individuelle Anteil jedes Prüflings genau auszuweisen.
- (4) Die Bachelorarbeit ist in drei Exemplaren in maschinenschriftlicher und gebundener Ausfertigung termingemäß abzugeben.
- (5) Die Themenausgabe und der Abgabezeitpunkt sind aktenkundig zu machen.
- (6) Das Thema der Bachelorarbeit kann einmal zurückgegeben werden, jedoch nur innerhalb von vier Wochen nach Ausgabe des Themas.
- (7) Die Bachelorarbeit ist in der Regel von mindestens zwei Prüfern selbständig zu bewerten. Darunter soll der Betreuer der Bachelorarbeit sein. Die Bewertung erfolgt nach § 10 Abs. 1 dieser Prüfungsordnung. Das Bewertungsverfahren soll vier Wochen nicht überschreiten.
- (8) Nicht fristgemäß eingereichte Bachelorarbeiten werden mit der Note „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet. Wird die Bachelorarbeit mit schlechter als „ausreichend“ (4,0) bewertet, kann sie nur einmal wiederholt werden. Bei Wiederholung der Bachelorarbeit ist eine Rückgabe des Themas in der in Absatz 6 genannten Frist jedoch nur zulässig, wenn der Prüfling bei der Anfertigung seiner mit „nicht ausreichend“ bewerteten Bachelorarbeit von dieser Möglichkeit keinen Gebrauch gemacht hat.

§ 20**Zeugnis und Bachelorurkunde**

- (1) Nach dem erfolgreichen Abschluss der Bachelorprüfung wird unverzüglich, möglichst innerhalb von vier Wochen ein Zeugnis ausgestellt. In das Zeugnis der Bachelorprüfung sind die Bezeichnungen der Module, die Modulnoten und die erreichten Leistungspunkte, das Thema der Bachelorarbeit, die Gesamtnote (deutsche Note und ECTS-Note) und die Gesamtleistungspunkte aufzunehmen.
- (2) Das Zeugnis trägt das Datum des Tages, an dem die letzte Prüfungsleistung erbracht worden ist, und wird vom Vorsitzenden des Prüfungsausschusses unterzeichnet.
- (3) Gleichzeitig mit dem Zeugnis der Bachelorprüfung erhält der Prüfling die Bachelorurkunde mit dem Datum des Zeugnisses. Darin wird die Verleihung des Bachelorgrades beurkundet. Die Bachelorurkunde wird vom Dekan und dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses unterzeichnet und mit dem Siegel der Technischen Universität versehen. Der Bachelorurkunde ist eine englischsprachige Übersetzung beizufügen.
- (4) Es wird ein Diploma Supplement (DS) ausgestellt. Als Darstellung des nationalen Bildungssystems ist der zwischen KMK und HRK abgestimmte Text in der jeweiligen Fassung zu verwenden.
- (5) Sorben können den Grad in sorbischer Sprache führen und eine sorbischsprachige Fassung der Bachelorurkunde und des Zeugnisses erhalten.
- (6) Die Hochschule stellt Studenten, die ihr Studium nicht abschließen, auf Antrag ein Studienzeugnis über die erbrachten Leistungen aus.

§ 21**Ungültigkeit der Bachelorprüfung**

- (1) Hat der Prüfling bei einer Prüfungsleistung getäuscht und wird diese Tatsache erst nach Aushändigung des Zeugnisses bekannt, so kann die Note der Prüfungsleistung entsprechend § 11 Abs. 5 berichtigt werden. Gegebenenfalls kann die Modulprüfung für „nicht ausreichend“ und die Bachelorprüfung für „nicht bestanden“ erklärt werden.
- (2) Waren die Voraussetzungen für die Zulassung zu einer Prüfung nicht erfüllt, ohne dass der Prüfling hierüber täuschen wollte, und wird diese Tatsache erst nach der Aushändigung des Zeugnisses bekannt, so wird dieser Mangel durch das Bestehen der Prüfung geheilt. Hat der Prüfling die Zulassung vorsätzlich zu Unrecht erwirkt, so kann die Modulprüfung für „nicht ausreichend“ und die Bachelorprüfung für „nicht bestanden“ erklärt werden.
- (3) Das unrichtige Zeugnis ist einzuziehen und gegebenenfalls ein neues zu erteilen. Mit dem unrichtigen Zeugnis ist auch die Bachelorurkunde, deren englische Übersetzung und das Diploma Supplement einzuziehen, wenn die Bachelorprüfung aufgrund einer Täuschung für „nicht bestanden“ erklärt wurde. Eine Entscheidung nach Absatz 1 und Absatz 2 Satz 2 ist nach einer Frist von fünf Jahren nach Ausstellen des Zeugnisses ausgeschlossen.
- (4) Dem Prüfling ist vor einer Entscheidung nach Absatz 1 oder Absatz 2 Gelegenheit zur Äußerung zu geben.

§ 22**Einsicht in die Prüfungsakte**

Innerhalb eines Jahres nach Abschluss des Prüfungsverfahrens wird dem Absolventen auf Antrag in angemessener Frist Einsicht in seine schriftlichen Prüfungsarbeiten, in die darauf bezogenen Gutachten und in die Prüfungsprotokolle gewährt.

§ 23**Zuständigkeiten**

Insbesondere Entscheidungen über die Folgen von Verstößen gegen Prüfungsvorschriften (§ 11), das Bestehen und Nichtbestehen (§ 13), die Anrechnung von Prüfungs- und Studienleistungen (§ 15), die Bestellung der Prüfer und Beisitzer (§ 17), die Berechtigung zur Ausgabe der Bachelorarbeit (§ 19) und über die Ungültigkeit der Bachelorprüfung (§ 21) werden durch den Prüfungsausschuss getroffen. Die Ausstellung von Zeugnissen und Urkunden obliegt dem Prüfungsamt.

Teil 2**Fachspezifische Bestimmungen****§ 24****Studienaufbau und Studienumfang**

- (1) Der Studiengang hat einen modularen Aufbau. Er besteht aus 10 Modulen, die als Pflichtmodule angeboten werden, und dem Modul Bachelorarbeit.
- (2) Für den erfolgreichen Abschluss des Bachelorstudiums sind 180 Leistungspunkte erforderlich.

(3) Der zeitliche Umfang der erforderlichen Arbeitsleistung des Studierenden beträgt pro Semester durchschnittlich 900 Arbeitsstunden. Bei erfolgreichem Abschluss von Modulprüfungen werden die dafür vorgesehenen Leistungspunkte vergeben.

§ 25

Gegenstand, Art und Umfang der Bachelorprüfung

(1) Folgende Module sind Bestandteile der Bachelorprüfung:

- Modul I Kommunikation, 18 LP (Pflichtmodul), Gewichtung 1
- Modul II Medienwissenschaft, 18 LP (Pflichtmodul), Gewichtung 1
- Modul III Medienproduktion/Medienanalyse, 18 LP (Pflichtmodul), Gewichtung 1
- Modul IV Medienpsychologie/Mediensoziologie, 18 LP (Pflichtmodul), Gewichtung 1
- Modul V Medienpädagogik/Mediendidaktik, 18 LP (Pflichtmodul), Gewichtung 1
- Modul VI Methoden, 18 LP (Pflichtmodul), Gewichtung 1
- Modul VII Praxis, 18 LP (Pflichtmodul), Gewichtung 1
- Modul VIII Print- und Medientechnik, 15 LP (Pflichtmodul), Gewichtung 1
- Modul IX Wirtschaft, Marketing und Medienrecht, 15 LP (Pflichtmodul), Gewichtung 1
- Modul X Medieninformatik, 15 LP (Pflichtmodul), Gewichtung 1
- Modul XI Bachelorarbeit, 9 LP, Gewichtung 5

(2) In den Modulbeschreibungen, die Bestandteil der Studienordnung sind, sind Anzahl, Art, Gegenstand und Ausgestaltung der Prüfungsleistungen und Prüfungsvoraussetzungen festgelegt.

§ 26

Bearbeitungszeit der Bachelorarbeit

- (1) Die Bearbeitungszeit für die Bachelorarbeit beträgt 18 Wochen bei gleichzeitig fortlaufenden Lehrveranstaltungen.
- (2) Im Einzelfall kann auf begründeten Antrag der Prüfungsausschuss die Bearbeitungszeit um höchstens drei Wochen verlängern.
- (3) Thema, Aufgabenstellung und Umfang der Bachelorarbeit sind vom Betreuer so zu begrenzen, dass die Frist zur Bearbeitung der Bachelorarbeit eingehalten werden kann.

§ 27

Hochschulgrad

Ist die Bachelorprüfung bestanden, verleiht die Technische Universität Chemnitz den Grad „Bachelor of Arts (B. A)“.

Teil 3

Schlussbestimmungen

§ 28

Inkrafttreten und Veröffentlichung, Übergangsregelung

Diese Prüfungsordnung gilt für die ab Wintersemester 2006/2007 Immatrikulierten. Für die vor dem Wintersemester 2006/2007 im Bachelorstudiengang Medienkommunikation immatrikulierten Studierenden gilt die Prüfungsordnung für den Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts vom 11. Juli 2003 fort.

Die Prüfungsordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Amtlichen Bekanntmachungen der Technischen Universität Chemnitz in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senates vom 12. Dezember 2006 und der Genehmigung durch das Rektoratskollegium der Technischen Universität Chemnitz vom 3. Januar 2007.

Chemnitz, den 14. Februar 2007

Der Rektor
der Technischen Universität Chemnitz

Prof. Dr. Klaus-Jürgen Matthes

**Studienordnung für den konsekutiven Studiengang Medienkommunikation
mit dem Abschluss Master of Arts (M. A.)
an der Technischen Universität Chemnitz
Vom 14. Februar 2007**

Aufgrund von § 21 Abs. 1 des Gesetzes über die Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulgesetz - SächsHG) vom 11. Juni 1999 (SächsGVBl. S. 293), zuletzt geändert durch Gesetz vom 16. Januar 2006 (SächsGVBl. S. 7), hat der Senat der Technischen Universität Chemnitz die folgende Studienordnung erlassen:

Inhaltsübersicht

Teil 1: Allgemeine Bestimmungen

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Studienbeginn und Regelstudienzeit
- § 3 Zugangsvoraussetzungen
- § 4 Lehrformen
- § 5 Ziele des Studienganges

Teil 2: Aufbau und Inhalte des Studiums

- § 6 Aufbau des Studiums
- § 7 Inhalte des Studiums

Teil 3: Durchführung des Studiums

- § 8 Studienberatung
- § 9 Prüfungen
- § 10 Selbst-, Fern- und Teilzeitstudium

Teil 4: Schlussbestimmungen

- § 11 Inkrafttreten und Veröffentlichung, Übergangsregelung

- Anlage 1: Studienablaufplan
- Anlage 2: Modulbeschreibungen

In dieser Studienordnung gelten grammatisch maskuline Personenbezeichnungen gleichermaßen für Personen weiblichen und männlichen Geschlechts. Frauen können die Amts- und Funktionsbezeichnungen dieser Studienordnung in grammatisch femininer Form führen. Dies gilt entsprechend für die Verleihung von Hochschulgraden, akademischen Bezeichnungen und Titeln.

**Teil 1
Allgemeine Bestimmungen**

**§ 1
Geltungsbereich**

Die vorliegende Studienordnung regelt unter Berücksichtigung der jeweils gültigen Prüfungsordnung Ziele, Inhalte, Aufbau, Ablauf und Durchführung des Studiengangs Medienkommunikation mit dem Abschluss Master of Arts an der Philosophischen Fakultät der Technischen Universität Chemnitz.

**§ 2
Studienbeginn und Regelstudienzeit**

- (1) Das Studium kann im Wintersemester aufgenommen werden.
- (2) Der Studiengang hat eine Regelstudienzeit von vier Semestern (zwei Jahren). Das Studium umfasst Module im Gesamtumfang von 120 Leistungspunkten (LP). Dies entspricht einem durchschnittlichen Arbeitsaufwand von 3600 Arbeitsstunden.

§ 3

Zugangsvoraussetzungen

(1) Die Zugangsvoraussetzung für den Masterstudiengang Medienkommunikation erfüllt, wer an der Technischen Universität Chemnitz im Bachelorstudiengang Medienkommunikation einen berufsqualifizierenden Hochschulabschluss erworben hat.

(2) Über den Zugang von Bewerbern mit äquivalenten Abschlüssen der Technischen Universität Chemnitz oder anderer Hochschulen entscheidet der Prüfungsausschuss.

§ 4

Lehrformen

Lehrformen können sein: die Vorlesung (V), das Seminar (S), die Übung (Ü), das Projekt (PR), das Kolloquium (K) oder das Tutorium (T).

§ 5

Ziele des Studienganges

Ziele des Studienganges sind der Erwerb vertiefter Kenntnisse zum Verständnis kommunikativer Prozesse und von weitergehenden Fertigkeiten zur Medienanalyse, erweiterter und vertiefter medienpsychologischer Kenntnisse sowie erweiterter und vertiefter Kenntnisse im Bereich der Lehr-Lernmedien. Des Weiteren soll eine Vertiefung von Schlüsselkompetenzen wie Fähigkeit zur Teamarbeit, Durchführung teambasierter Forschungsprojekte, Projektmanagement, Moderations- und Medienkompetenz erzielt werden. Die Fähigkeiten zur Anwendung von Forschungsmethoden sollen ausgebaut werden. Darüber hinaus werden tiefere Kenntnisse zur Informatik oder Betriebswirtschaftslehre (BWL) vermittelt.

Teil 2

Aufbau und Inhalte des Studiums

§ 6

Aufbau des Studiums

(1) Im Studium werden 120 LP erworben, die sich wie folgt zusammensetzen:

1. Basismodule:

Modul I	Kommunikation	18 LP	(Pflichtmodul)
Modul II	Medienanalyse	18 LP	(Pflichtmodul)
Modul III	Medienpsychologie	18 LP	(Pflichtmodul)
Modul IV	Lehr-Lernmedien	18 LP	(Pflichtmodul)

Zwischen Modul V und Modul VI ist zu wählen:

Modul V	Wirtschaft, Marketing und Medienrecht	15 LP	(Wahlpflichtmodul)
Modul VI	Medieninformatik	15 LP	(Wahlpflichtmodul)

2. Ergänzungsmodule: Aus nachfolgend genannten Ergänzungsmodulen ist ein Modul zu wählen:

Modul VII/1	Medienphilosophie	12 LP	(Wahlpflichtmodul)
Modul VII/2	Technikkommunikation	12 LP	(Wahlpflichtmodul)
Modul VII/3	Psychologie	12 LP	(Wahlpflichtmodul)
Modul VII/4	Germanistik	12 LP	(Wahlpflichtmodul)
Modul VII/5	Grundlagen der Pädagogik	12 LP	(Wahlpflichtmodul)
Modul VII/6	Soziologie	12 LP	(Wahlpflichtmodul)
Modul VII/7	Interkulturelle Kommunikation und interkulturelle Kompetenz	12 LP	(Wahlpflichtmodul)

3. Modul Masterarbeit:

Modul VIII	Masterarbeit	21 LP
------------	--------------	-------

(2) Der empfohlene Ablauf des Studiums im Masterstudiengang Medienkommunikation an der Technischen Universität Chemnitz innerhalb der Regelstudienzeit ergibt sich aus der zeitlichen Gliederung im Studienablaufplan (siehe Anlage 1) und dem modularen Aufbau des Studienganges.

§ 7**Inhalte des Studiums**

(1) Das Masterstudium beinhaltet eine Vertiefung der Kenntnisse aus dem Bereich Medienkommunikation, wie z. B. visuelle Kommunikation, persuasive Kommunikation, Kommunikations- und Interaktionsformen mit neuen Medien, Mediensemiotik, Kommunikations- und Medienkultur, Forschungsmethoden, die Vermittlung von vertieftem Wissen über die psychologischen Grundlagen der Mediennutzung und Medienwirkung, Vertiefung der Kenntnisse im Bereich interner und externer Repräsentationssysteme sowie den Erwerb von vertieftem Wissen in den Bereichen Instruktionspsychologie, Wissenserwerb mit Neuen Medien und Medienpädagogik. Des Weiteren sind vertiefte Kenntnisse aus den Bereichen Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung, Marketing und Medienrecht oder Fachwissen im Bereich der Medieninformatik zu erwerben. Ferner werden ergänzend grundlegende Kenntnisse in einem der folgenden Bereiche vermittelt: Medienphilosophie, Technikkommunikation, Psychologie, Germanistik, Pädagogik, Soziologie oder Interkulturelle Kommunikation.

(2) Inhalte, Ziele, Lehrformen, Leistungspunkte, Prüfungen sowie Häufigkeit des Angebots und Dauer der einzelnen Module sind in den Modulbeschreibungen (siehe Anlage 2) dargestellt.

Teil 3**Durchführung des Studiums****§ 8****Studienberatung**

(1) Neben der zentralen Studienberatung an der Technischen Universität Chemnitz findet eine Fachstudienberatung statt. Der Fakultätsrat der Philosophischen Fakultät beauftragt ein Mitglied der Fakultät mit der Wahrnehmung dieser Beratungsaufgabe.

(2) Eine Studienberatung soll insbesondere in folgenden Fällen in Anspruch genommen werden:

1. vor Beginn des Studiums,
2. vor einem Studienaufenthalt im Ausland,
3. im Falle von Studiengangs- oder Hochschulwechsel,
4. nach nicht bestandenen Prüfungen.

§ 9**Prüfungen**

Die Bestimmungen über Prüfungen sind in der Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Master of Arts an der Technischen Universität Chemnitz geregelt.

§ 10**Selbst-, Fern- und Teilzeitstudium**

(1) Diese Studienordnung geht davon aus, dass die Studierenden die Inhalte der Lehrveranstaltungen in selbständiger Arbeit vertiefen und sich auf die zu besuchenden Lehrveranstaltungen vorbereiten. Die für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Kenntnisse werden nicht ausschließlich durch den Besuch von Lehrveranstaltungen erworben, sondern müssen durch zusätzliche Studien ergänzt werden.

(2) Ein Fernstudium oder Teilzeitstudium ist an der Technischen Universität Chemnitz nicht vorgesehen.

Teil 4**Schlussbestimmungen****§ 11****Inkrafttreten und Veröffentlichung, Übergangsregelung**

Diese Studienordnung gilt für die ab Wintersemester 2006/2007 Immatrikulierten. Für die vor dem Wintersemester 2006/2007 im Masterstudiengang Medienkommunikation immatrikulierten Studierenden gilt die Studienordnung für den konsekutiven Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Master of Arts vom 11. Juli 2003 fort.

Die Studienordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Amtlichen Bekanntmachungen der Technischen Universität Chemnitz in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senates vom 12. Dezember 2006 und der Genehmigung durch das Rektoratskollegium der Technischen Universität Chemnitz vom 3. Januar 2007.

Chemnitz, den 14. Februar 2007

Der Rektor
der Technischen Universität Chemnitz

Prof. Dr. Klaus-Jürgen Matthes

**Anlage 1: Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Master of Arts
Studienablaufplan**

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	Arbeitsaufwand (workload) Leistungspunkte Gesamt
Basismodule:					
Modul I Kommunikation	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0)	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0)	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) PL Hausarbeit zu einem der Seminare		540 AS / 18 LP
Modul II Medienanalyse	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0)	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0)	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) PL mündliche Prüfung zu einem der Seminare		540 AS / 18 LP
Modul III Medienpsychologie	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0)	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) PL Hausarbeit	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) PL Hausarbeit		540 AS / 18 LP
Modul IV Lehr-Lernmedien	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0)	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0)	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) PL Hausarbeit zu einem der Seminare		540 AS / 18 LP
Modul V Wirtschaft, Marketing und Medienrecht	150 AS 2 LVS (V2/S0/Ü0) PL Klausur	150 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) PL Referat und Präsentation	150 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) PVL Referat PL Hausarbeit		450 AS / 15 LP
Oder					
Modul VI Medieninformatik	150 AS 4 LVS (V2/S0/Ü2) PL Klausur	150 AS 2 LVS (V2/S0/Ü0) PL Klausur	150 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) PVL Referat PL Hausarbeit		450 AS / 15 LP
Ergänzungsmodule:					

Aus den Modulen VII / 1 bis VII / 7 ist mindestens eines auszuwählen (Auswahl siehe Anlage Modulbeschreibungen). Hier beispielhaft Modul VII / 1 Medienphilosophie				360 AS 4 LVS (V0/S4/Ü0) 2 PL Klausur und Hausarbeit	360 AS / 12 LP
--	--	--	--	--	----------------

Modul Masterarbeit:					
Modul VIII Masterarbeit			90 AS 2 LVS (V0/S0/K2)	540 AS PL Masterarbeit	630 AS / 21 LP
Gesamt LVS	10 (12)	10	12	4	36 (38)
Gesamt AS	870	870	960	900	3600 AS/ 120 LP

PL Prüfungsleistung
 PVL Prüfungsvorleistung
 AS Arbeitsstunden
 LP Leistungspunkte
 LVS Lehrveranstaltungsstunden
 V Vorlesung
 S Seminar
 Ü Übung

T Tutorium
 P Praktikum
 E Exkursion
 K Kolloquium
 PR Projekt

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Master of Arts**

Basismodul

Modulnummer	I
Modulname	Kommunikation
Modulverantwortlich	Professur Medienkommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Vertiefung der Kenntnisse aus dem Bereich Medienkommunikation, wie z. B. visuelle Kommunikation, persuasive Kommunikation, Kommunikations- und Interaktionsformen mit neuen Medien</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Erwerb von vertieften Kenntnissen zum Verständnis kommunikativer Prozesse in unterschiedlichen Zusammenhängen, Vertiefung der Fähigkeit zur Teamarbeit und zur Konzeption und Durchführung eines Projektes, Vertiefung der Moderations- und Medienkompetenz sowie Vertiefung von Präsentationstechniken</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist das Seminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • S: Interaktions- und Kommunikationsformen mit neuen Medien (2 LVS) • S: Visuelle Kommunikation (2 LVS) • S: Persuasive Kommunikation (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine Hausarbeit (Umfang ca. 25 Seiten, Bearbeitungszeit 8 Wochen) zu einem der drei Seminare
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 18 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p>
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 540 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf drei Semester.

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Master of Arts**

Basismodul

Modulnummer	II
Modulname	Medienanalyse
Modulverantwortlich	Professur Medienkommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Vertiefung der Kenntnisse aus dem Bereich Medienkommunikation, wie z. B. Mediensemiotik, Kommunikations- und Medienkultur, Forschungsmethoden</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Erwerb methodologischer Kenntnisse zur Analyse multimodaler Medientexte und zur Analyse von Interaktions- und Kommunikationsformen mit neuen Medien, Vertiefung der Fähigkeit zur Teamarbeit und zur Konzeption und Durchführung eines Projektes, Vertiefung der Moderations- und Medienkompetenz sowie Vertiefung von Präsentationstechniken</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist das Seminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • S: Mediensemiotik (2 LVS) • S: Kommunikations- und Medienkultur (2 LVS) • S: Forschungsmethoden (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 20-minütige mündliche Prüfung zu einem der drei Seminare
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 18 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p>
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 540 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf drei Semester.

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Master of Arts**

Basismodul

Modulnummer	III
Modulname	Medienpsychologie
Modulverantwortlich	Professur Mediennutzung (Medienpsychologie/Mediensoziologie)
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Vermittlung von vertieftem Wissen über die psychologischen Grundlagen der Mediennutzung und Medienwirkung, Vertiefung der Kenntnisse im Bereich interner und externer Repräsentationssysteme</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Erwerb von erweiterten Kenntnissen und Anwendungskompetenzen in den Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medien als Repräsentationssysteme - Kognition und Emotion - Sozialpsychologische Grundlagen - Kinder/Jugendliche und Medien, <p>Vertiefung der Fähigkeit zur Teamarbeit sowie zur Konzeption und Durchführung eines teambasierten Forschungsprojektes, Vertiefung der Moderations- und Medienkompetenz</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist das Seminar.</p> <p>Aus folgenden zwei Angeboten sind mindestens drei Seminare wie folgt auszuwählen: Es sind aus jedem Angebot jeweils ein Seminar und ein weiteres Seminar aus Angebot 1 oder Angebot 2 zu wählen.</p> <p><u>Angebot 1:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • S: Medienpsychologie (2 LVS) • S: Interne und externe Repräsentationen (2 LVS) <p><u>Angebot 2:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • S: Kognition (2 LVS) • S: Emotion (2 LVS) • S: Medienkompetenz (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hausarbeit (Umfang ca. 25 Seiten, Bearbeitungszeit 8 Wochen) zu einem gewählten Seminar aus Angebot 1 • Hausarbeit (Umfang ca. 25 Seiten, Bearbeitungszeit 8 Wochen) zu einem gewählten Seminar aus Angebot 2
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 18 Leistungspunkte erworben.</p> <p>Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p>

	Prüfungsleistung: <ul style="list-style-type: none">• Hausarbeit zu einem gewählten Seminar aus Angebot 1, Gewichtung 1• Hausarbeit zu einem gewählten Seminar aus Angebot 2, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 540 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf drei Semester.

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Master of Arts**

Basismodul

Modulnummer	IV
Modulname	Lehr-Lernmedien
Modulverantwortlich	Professur Pädagogik des E-Learning und der Neuen Medien
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Vermittlung von vertieftem Wissen in den Bereichen Instruktionspsychologie, Wissenserwerb mit Neuen Medien und Medienpädagogik</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Erwerb von vertieften Kenntnissen und Anwendungskompetenzen in den Bereichen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instruktionsdesign und Mediendidaktik - Gestaltung und Evaluation von Lehr-Lernmedien - Empirische Medienforschung und Medienwirkungsforschung, <p>Vertiefung der Fähigkeit zur Teamarbeit und zur Konzeption und Durchführung eines Projektes, Vertiefung der Moderations- und Medienkompetenz sowie Vertiefung von Präsentationstechniken</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist das Seminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • S: Wissenserwerb und Motivation (2 LVS) • S: Instruktionspsychologie (2 LVS) • S: Medienpädagogik und Mediendidaktik (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • eine Hausarbeit (Umfang ca. 25 Seiten, Bearbeitungszeit 8 Wochen) zu einem der Seminare
Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 18 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 540 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf drei Semester.

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Master of Arts**

Basismodul

Modulnummer	V
Modulname	Wirtschaft, Marketing und Medienrecht
Modulverantwortlich	Professur für Organisation und Arbeitswissenschaft Professur für Marketing und Handelsbetriebslehre Professur Jura I - Öffentliches Recht und Öffentliches Wirtschaftsrecht
Inhalte und Qualifikationsziele	<u>Inhalte:</u> Vermittlung von vertieften Kenntnissen aus den Bereichen Betriebswirtschaftslehre, Unternehmensführung, Marketing und Medienrecht <u>Qualifikationsziele:</u> Erwerb von vertieften Kenntnissen und Fertigkeiten zu betriebswirtschaftlichen und medienrechtlichen Phänomenen in unterschiedlichen Zusammenhängen sowie zu Fragen des Marketing
Lehrformen	Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Seminar: <ul style="list-style-type: none"> • S: Organisation und Personal (BWL II-c) (2 LVS) • S: Medienrecht/Medienpolitik (2 LVS) • V: Marketingmanagement (2 LVS) oder • V: Marketinginstrumente (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Kenntnisse aus den Veranstaltungen BWL I, Recht der Information und Kommunikation I und Grundlagen des Marketing (Modul IX im Bachelorstudiengang Medienkommunikation)
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzung für die einzelnen Prüfungsleistungen und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung sind Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten. Zulassungsvoraussetzung ist folgende Prüfungsvorleistung für die Prüfungsleistung zu Organisation und Personal (BWL II-c): <ul style="list-style-type: none"> • 20-minütiges Referat im Seminar Organisation und Personal (BWL II-c)
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus drei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen: <ul style="list-style-type: none"> • 60-minütige Klausur zu Marketingmanagement oder zu Marketinginstrumente • Hausarbeit (Umfang ca. 10 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Wochen) zu Organisation und Personal (BWL II-c) • 30-minütiges Referat und Präsentation zum Seminar Medienrecht/Medienpolitik
Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 15 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistung: <ul style="list-style-type: none"> • Klausur zu Marketingmanagement oder zu Marketinginstrumente, Gewichtung 1 • Hausarbeit zu Organisation und Personal (BWL II-c), Gewichtung 1 • Referat und Präsentation zu Medienrecht/Medienpolitik, Gewichtung 1

Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 450 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf drei Semester.

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Master of Arts**

Basismodul

Modulnummer	VI
Modulname	Medieninformatik
Modulverantwortlich	Professur Medieninformatik (Fakultät für Informatik)
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Das Modul vermittelt Fachwissen im Bereich der Medieninformatik. Hierbei geht es um Aspekte der Generierung, Kodierung, Verarbeitung, Distribution und Präsentation digitaler Medien und der Gestaltung von multimedialen Informationssystemen. Im Einzelnen sind das:</p> <p><u>Medienergonomie:</u> Die Medienergonomie behandelt Interaktionsmöglichkeiten zwischen Mensch und Computer insbesondere bei multimedialen Inhalten. Ziel ist eine benutzergerechte Gestaltung von Benutzungsoberflächen.</p> <p><u>Medienretrieval:</u> Medienretrieval beschäftigt sich mit der Suche in multimedialen Datenbeständen.</p> <p><u>Mediencodierung:</u> Es werden zentrale Aspekte der Codierung medialer Daten besprochen. Kompressionstechniken, Dateiformate, Streamingverfahren stehen im Mittelpunkt.</p> <p><u>Medienprogrammierung:</u> Auf der Basis der Programmiersprache Java werden verschiedenste Aspekte der Programmierung multimedialer Inhalte besprochen wie Graphikprogrammierung, Bildmanipulation, Video-Audiostreaming, Telephonie, etc.</p> <p><u>Hauptseminar:</u> Im Hauptseminar werden aktuelle Themen der Medieninformatik vertiefend behandelt. Die Studenten bearbeiten ein vorgegebenes Thema und stellen es mündlich und schriftlich vor.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Studierenden erhalten ein tiefes Verständnis über die Theorien, Konzepte, Methoden, Techniken und Wirkungsweisen der Medien und üben wissenschaftliches Arbeiten.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Seminar, Vorlesung und Übung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • S: Hauptseminar Medieninformatik (2 LVS) <p>Aus folgenden Angeboten sind zwei Vorlesungen und eine Übung zu einer gewählten Vorlesung auszuwählen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Medienergonomie (2 LVS) • Ü: Medienergonomie (2 LVS) • V: Medienretrieval (2 LVS) • Ü: Medienretrieval (2 LVS) • V: Mediencodierung (2 LVS) • Ü: Mediencodierung (2 LVS) • V: Medienprogrammierung (2 LVS) • Ü: Medienprogrammierung (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzung für die einzelnen Prüfungsleistungen und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung sind Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten.

	<p>Zulassungsvoraussetzung für die Prüfungsleistung zum Hauptseminar Medieninformatik ist folgende Prüfungsvorleistung:</p> <ul style="list-style-type: none">• 45-minütiges Referat im Hauptseminar Medieninformatik
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus drei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none">• je eine 90-minütige Klausur zu den zwei gewählten Vorlesungen• Hausarbeit (Umfang ca. 20 Seiten, Bearbeitungszeit 6 Wochen) zum Hauptseminar Medieninformatik
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 15 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none">• Klausur zu einer gewählten Vorlesung, Gewichtung 1• Klausur zur anderen gewählten Vorlesung, Gewichtung 1• Hausarbeit zum Hauptseminar Medieninformatik, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	<p>Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.</p>
Arbeitsaufwand	<p>Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 450 AS.</p>
Dauer des Moduls	<p>Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf drei Semester.</p>

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Master of Arts**

Ergänzungsmodul

Modulnummer	VII / 1
Modulname	Medienphilosophie
Modulverantwortlich	Professur Philosophie und Wissenschaftstheorie
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Das Modul thematisiert in historisch-systematischer Perspektive die philosophischen Grundlagen der Medienwissenschaften. In Ergänzung zur kommunikations- und informationstheoretischen Beschäftigung mit dem Thema ‚Medialisierung‘ zeichnet sich das Modul durch einen sprachphilosophisch-hermeneutischen Zugang zu Medien unterschiedlichen Formats aus. Anhand der Hauptvertreter medienphilosophischen Denkens in Geschichte und Gegenwart werden dabei neben klassisch erkenntnistheoretischen und hermeneutischen Fragestellungen auch medienethische und medienästhetische Probleme diskutiert.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Das Modul qualifiziert die Teilnehmer dazu, die bestehenden Zusammenhänge zwischen der europäischen Geistes-tradition und den aktuellen Entwicklungen in der Medientheorie zu erkennen. Weiterhin befähigt es die Studierenden dazu, den mit der Medialisierung verbundenen lebensweltlichen Strukturwandel unter ethischen Gesichtspunkten zu bewerten.</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist das Seminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • S: Medienphilosophie I (2 LVS) • S: Medienphilosophie II (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 90-minütige Klausur zum Seminar Medienphilosophie I • Hausarbeit (Umfang ca. 10 Seiten, Bearbeitungszeit 8 Wochen) zum Seminar Medienphilosophie II
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 12 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p> <p>Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klausur zu Medienphilosophie I, Gewichtung 1 • Hausarbeit zu Medienphilosophie II, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 360 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf ein Semester.

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Master of Arts**

Ergänzungsmodul

Modulnummer	VII / 2
Modulname	Technikkommunikation
Modulverantwortlich	Professur Technikkommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Kommunikation über technische Gegenstände und Sachverhalte gehört zum privaten wie auch professionellen Alltag. Die Vermittlung von Informationen zum Gebrauch von Technologie und den durch Technologie erzeugten Produkten ist mittlerweile selbst professionalisiert. Experten-Laien-Kommunikation, Technische Redaktion und Dokumentation, Informations- und Wissensmanagement, Dokumentenerstellung nach Normen und Richtlinien, Einsatz von Software-Werkzeugen, multilinguale Arbeit am Text, verbale und visuelle Präsentationen in Printmedien und Multimedia: dies sind Merkmale neuer Berufsbilder, die in Presse, Industrie und Verwaltung zum Zuge kommen.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Im Ergänzungsmodul Technikkommunikation erwirbt man Kenntnisse und Fertigkeiten in folgenden Bereichen: Textlinguistik, Experten-Nichtexpertenkommunikation, Unternehmenskommunikation.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Seminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Texte – Strukturen und Prozesse (2 LVS) • S: Experten – Nichtexpertenkommunikation (2 LVS) • V: Unternehmenskommunikation (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 90-minütige Klausur zur Vorlesung Texte – Strukturen und Prozesse • Hausarbeit (Umfang ca. 15 Seiten, Bearbeitungszeit 8 Wochen) zum Seminar Experten – Nichtexpertenkommunikation
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 12 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klausur zu Texte – Strukturen und Prozesse, Gewichtung 1 • Hausarbeit zu Experten – Nichtexpertenkommunikation, Gewichtung 1
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 360 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Master of Arts**

Ergänzungsmodul

Modulnummer	VII / 3
Modulname	Psychologie
Modulverantwortlich	Professur Allgemeine Psychologie und Arbeitspsychologie
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Das Institut für Psychologie bietet Lehrveranstaltungen für Studierende nicht-psychologischer Fächer zu folgenden Rahmenthemen an: Motivationspsychologie, Persönlichkeitspsychologie, Entwicklungspsychologie, Kognition I und Kognition II, Sozialpsychologie, Organisationspsychologie und Arbeitspsychologie. Damit ist es möglich, wesentliche Arbeitsgebiete der modernen Psychologie kennen zu lernen.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Für an diesem Ergänzungsmodul interessierte Studierende der Medienkommunikation geht es einerseits darum, grundlegende Kenntnisse über die wichtigsten Teilgebiete und Berufsfelder sowie eine methodische Orientierung des Faches Psychologie zu erhalten, und andererseits darum, sie mit den auch in der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Ausbildung wirkenden psychologischen Fundierungen zu verbinden.</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist die Vorlesung. Aus dem folgenden Angebot sind drei Vorlesungen auszuwählen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Einführung in die Motivationspsychologie (2 LVS) • V: Grundlagen der Persönlichkeitspsychologie (2 LVS) • V: Grundlagen der Entwicklungspsychologie (2 LVS) • V: Kognition I (2 LVS) • V: Kognition II (2 LVS) • V: Einführung in die Sozialpsychologie (2 LVS) • V: Einführung in die Organisationspsychologie (2 LVS) • V: Einführung in die Arbeitspsychologie (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus drei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • je eine 90-minütige Klausur zu jeder der drei gewählten Vorlesungen
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 12 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Die Noten der Prüfungsleistungen gehen jeweils mit der Gewichtung 1 in die Modulnote ein.</p>
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 360 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf drei Semester.

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Master of Arts**

Ergänzungsmodul

Modulnummer	VII / 4
Modulname	Germanistik
Modulverantwortlich	Professur für Germanistische Sprachwissenschaft
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Germanistik als Wissenschaft von der deutschen Sprache, Literatur und Kultur (sowie ihrer Geschichte) im europäischen Kontext einer industriellen Wissensgesellschaft und Medienwelt kann einen zentralen und nach vielen Seiten hin impulsgebenden Bereich darstellen. An der Technischen Universität Chemnitz beschäftigt sich die Germanistik mit der Erforschung und Vermittlung von sprachlich-kommunikativen und literarisch-kulturellen Inhalten in ihrer jeweiligen historischen Bedingtheit.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Das Modul vermittelt grundlegende Kenntnisse in den Teilgebieten Sprachwissenschaft, Mediävistik, Literaturwissenschaft und Deutsch als Fremdsprache. Die Gegenstände leisten einen Beitrag zum qualifizierten Umgang mit Sprache und Literatur. Es wird die Voraussetzung für eine kritische Förderung der Reflexionsfähigkeit bezüglich kommunikativer und literarischer Abläufe geschaffen, auf eine grundlegende Methodenkompetenz gezielt und somit am Aufbau einer (meta) kommunikativen Schlüsselqualifikation gearbeitet.</p>
Lehrformen	<p>Lehrformen des Moduls sind Vorlesung und Seminar. Aus folgenden sechs Vorlesungen sind zwei Vorlesungen aus unterschiedlichen Fachteilgebieten auszuwählen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Sprachwissenschaft - <i>Sprachsystem/Strukturaspekte</i> (2 LVS) • V: Sprachwissenschaft - <i>Kommunikation/Gebrauchsaspekte</i> (2 LVS) • V: Mediävistik - <i>Aspekte mediävistischer Forschung</i> (2 LVS) • V: Literaturwissenschaft - <i>Aspekte Literaturwissenschaft</i> (2 LVS) • V: Literaturwissenschaft - <i>Antike und europäische Literatur</i> (2 LVS) • V: Deutsch als Fremdsprache - <i>Einführung in DaFZ</i> (2 LVS) <p>Aus nachfolgenden Seminaren ist ein Seminar aus einem Fachteilgebiet, in dem zuvor eine Vorlesung besucht wurde, zu belegen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • S: Sprachwissenschaft - <i>Kommunikation</i> (2 LVS) • S: Sprachwissenschaft - <i>Gebrauchsaspekte</i> (2 LVS) • S: Sprachwissenschaft - <i>Theorien, Modelle, Methoden</i> (2 LVS) • S: Sprachwissenschaft - <i>Strukturaspekte</i> (2 LVS) • S: Mediävistik - <i>Sprachgeschichte</i> (2 LVS) • S: Literaturwissenschaft - <i>Autor, Werk, Epoche</i> (2 LVS) • S: Literaturwissenschaft - <i>Literaturgeschichte und Gattungspoetik</i> (2 LVS) • S: Deutsch als Fremdsprache - <i>Grundlagen des Deutschen als Fremd- und Zweitsprache</i> (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen für die Prüfungsleistung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung sind Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten.

Modulprüfung	Zulassungsvoraussetzungen sind zwei Prüfungsvorleistungen: <ul style="list-style-type: none">• je eine 90-minütige Klausur zu den beiden gewählten Vorlesungen Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung: <ul style="list-style-type: none">• Hausarbeit (Umfang ca. 10 Seiten, Bearbeitungszeit 8 Wochen) zum gewählten Seminar
Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 12 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 360 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Master of Arts**

Ergänzungsmodul

Modulnummer	VII / 5
Modulname	Grundlagen der Pädagogik
Modulverantwortlich	Professur für Allgemeine Erziehungswissenschaft
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Einführung in die Erziehungswissenschaft, in die Erwachsenenbildung und betriebliche Weiterbildung; Grundlagen der Fachdidaktik</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Grundlegende Kenntnisse zum Verständnis der Erziehungswissenschaft sowie ein Überblickswissen über die wichtigsten pädagogischen Grundbegriffe unter besonderer Berücksichtigung des Lernens Erwachsener</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist die Vorlesung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Einführung in die Erziehungswissenschaft (2 LVS) • V: Einführung in die Erwachsenenbildung und betriebliche Weiterbildung (2 LVS) • V: Allgemeine Fachdidaktik (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus drei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • je eine 90-minütige Klausur zu den drei Vorlesungen <p>Das Bestehen jeder der drei Prüfungsleistungen ist erforderlich.</p>
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 12 Leistungspunkte erworben.</p> <p>Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.</p> <p>Die Noten der einzelnen Prüfungsleistungen gehen jeweils mit der Gewichtung 1 in die Modulnote ein.</p>
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 360 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Master of Arts**

Ergänzungsmodul

Modulnummer	VII / 6
Modulname	Soziologie
Modulverantwortlich	Professur für Industrie- und Techniksoziologie
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Grundlagen der Soziologie sowie Einführung in ausgewählte spezielle Soziologien</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Erwerb grundlegender Kenntnisse aus der Soziologie</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist die Vorlesung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Einführung in ausgewählte spezielle Soziologien (2 LVS) <p>Zusätzlich sind zwei der folgenden vier Vorlesungen zu wählen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Bevölkerungs- und Migrationssoziologie (2 LVS) • V: Moderne Gesellschaften (2 LVS) • V: Soziologie des Raums (2 LVS) • V: Arbeits- und Industriesoziologie (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus drei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 90-minütige Klausur zu Einführung in ausgewählte spezielle Soziologien • je eine 90-minütige Klausur zu den beiden gewählten Vorlesungen
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 12 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Die Noten der einzelnen Prüfungsleistungen gehen jeweils mit der Gewichtung 1 in die Modulnote ein.</p>
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 360 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Master of Arts**

Ergänzungsmodul

Modulnummer	VII / 7
Modulname	Interkulturelle Kommunikation und interkulturelle Kompetenz
Modulverantwortlich	Professur für Interkulturelle Kommunikation, Juniorprofessur Interkulturelles Training
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Relevanz interkultureller Kommunikation in multikulturellen Gesellschaften und transnationalen Beziehungen (unter Bedingungen der Globalisierung); Klärung von theoretischen Grundbegriffen wie „Kultur“, „Interkulturalität“, „Kommunikation“, „Kompetenz“; exemplarische Einsichten in Forschungs- und Praxisfelder wie z. B.: interkulturelle Kommunikation/Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • in der Arbeitswelt von international operierenden Fach- und Führungskräften • in Behörden und Institutionen wie z. B. Kindergarten, Schule, Hochschule und andere Bildungs- und Erziehungseinrichtungen; Sozialämter; Polizei, Militär; Verwaltungsbehörden; Einrichtungen der Gesundheitsversorgung (Medizin, Psychiatrie, psychologische Beratung und Therapie), etc. • in der Entwicklungshilfe • bei Einsätzen in Krisengebieten • im Auslandsstudium • im Tourismus • in bikulturellen Ehen und Partnerschaften, usw.; <p>Vermittlung von exemplarischen länderspezifischen Kenntnissen, methodischen Ansätzen bei der Erforschung interkultureller Kommunikation, von Kenntnissen über die Förderung interkultureller Kompetenz in interkulturellen Trainings (Typen, Konzeption und Evaluation interkultureller Trainings) sowie verwandten Qualifizierungsmaßnahmen</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Aneignung von grundlegenden Kenntnissen im Bereich der interkulturellen Kommunikation und Kompetenz (theoretische Grundbegriffe und Modelle, exemplarische empirische Befunde, Forschungsmethoden, Anwendungsbereiche, Qualifizierungs-/Trainingsverfahren); Beitrag zur Qualifizierung von Universitätsabsolventen für eine Berufstätigkeit mit Bezügen zur interkulturellen Kommunikation/Kooperation in multikulturellen Gesellschaften und den internationalen Praxisfeldern einer globalisierten Welt; Förderung von kulturbezogener Differenzsensibilität, von Methoden- und Reflexionskompetenz im Sinne einer (meta-)kommunikativen Schlüsselqualifikation („soft skill“ in kulturell komplex strukturierten Berufsfeldern)</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist die Vorlesung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Interkulturelle Kommunikation – interkulturelle Kompetenz [nach Kapazität mit Tutorium] (2 LVS) • V: Interkulturelles Training: Qualifizierungsbedarf und Qualifizierungsmaßnahmen in verschiedenen Kontexten [nach Kapazität mit Tutorium] (2 LVS) • V: Kulturelle Differenz, Alterität und Fremdheit: Historische und systematische Vorlesungen zur Geschichte der europäischen Wissenschaften I (2 LVS)

	<p>und konsekutiv</p> <ul style="list-style-type: none"> • V: Kulturelle Differenz, Alterität und Fremdheit: Historische und systematische Vorlesungen zur Geschichte der europäischen Wissenschaften II (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	Keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus drei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60-minütige Klausur zur Vorlesung Interkulturelle Kommunikation – interkulturelle Kompetenz • 60-minütige Klausur zur Vorlesung Interkulturelles Training: Qualifizierungsbedarf und Qualifizierungsmaßnahmen in verschiedenen Kontexten • 60-minütige Klausur zu den Vorlesungen Kulturelle Differenz, Alterität und Fremdheit: Historische und systematische Vorlesungen zur Geschichte der europäischen Wissenschaften I und II
Leistungspunkte und Noten	<p>In dem Modul werden 12 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Die Noten der drei Prüfungsleistungen gehen jeweils mit der Gewichtung 1 in die Modulnote ein.</p>
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 360 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

**Anlage 2: Modulbeschreibung zum Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss
Master of Arts**

Modul Masterarbeit

Modulnummer	VIII
Modulname	Masterarbeit
Modulverantwortlich	Professuren Medienkommunikation, Mediennutzung (Medienpsychologie/Mediensoziologie) und Professur Pädagogik des E-Learning und der Neuen Medien
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Anwendung vertiefter fachspezifischer oder fachübergreifender, in den Modulen I bis VI erworbener Kenntnisse sowie Umsetzung methodischer Fertigkeiten in Form einer wissenschaftlichen Abschlussarbeit. Themenbezogen können Masterarbeiten in den Themen der Module I bis IV angefertigt werden.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Anwendung vertiefter Kenntnisse bei der selbständigen Lösung eines fachspezifischen oder fachübergreifenden Problems auf der Basis wissenschaftlicher Methoden in einer vorgegebenen Frist</p>
Lehrformen	<p>Lehrform des Moduls ist das Kolloquium:</p> <ul style="list-style-type: none"> • K: Kolloquium zur Masterarbeit (2 LVS)
Voraussetzungen für die Teilnahme	keine
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung ist Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten.
Modulprüfung	<p>Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Masterarbeit (Umfang ca. 60 Seiten, Bearbeitungszeit 23 Wochen)
Leistungspunkte und Noten	In dem Modul werden 21 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 630 AS.
Dauer des Moduls	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf zwei Semester.

**Prüfungsordnung für den konsekutiven Studiengang Medienkommunikation
mit dem Abschluss Master of Arts (M. A.)
an der Technischen Universität Chemnitz
Vom 14. Februar 2007**

Aufgrund von § 24 des Gesetzes über die Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulgesetz – SächsHG) vom 11. Juni 1999 (SächsGVBl. S. 293), zuletzt geändert durch Gesetz vom 16. Januar 2006 (SächsGVBl. S. 7), hat der Senat der Technischen Universität Chemnitz die folgende Prüfungsordnung erlassen:

Inhaltsübersicht

Teil 1: Allgemeine Bestimmungen

- § 1 Regelstudienzeit
- § 2 Prüfungsaufbau
- § 3 Fristen
- § 4 Zulassungsverfahren, Bekanntgabe von Prüfungsterminen und Prüfungsergebnissen
- § 5 Arten der Prüfungsleistungen
- § 6 Mündliche Prüfungsleistungen
- § 7 Klausurarbeiten und sonstige schriftliche Arbeiten
- § 8 Alternative Prüfungsleistungen
- § 9 Projektarbeiten
- § 10 Bewertung der Prüfungsleistungen, Bildung und Gewichtung der Noten
- § 11 Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß
- § 12 Freiversuch
- § 13 Bestehen und Nichtbestehen
- § 14 Wiederholung von Modulprüfungen
- § 15 Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen
- § 16 Prüfungsausschuss
- § 17 Prüfer und Beisitzer
- § 18 Zweck der Masterprüfung
- § 19 Ausgabe des Themas, Abgabe, Bewertung und Wiederholung der Masterarbeit
- § 20 Zeugnis und Masterurkunde
- § 21 Ungültigkeit der Masterprüfung
- § 22 Einsicht in die Prüfungsakte
- § 23 Zuständigkeiten

Teil 2: Fachspezifische Bestimmungen

- § 24 Studienaufbau und Studienumfang
- § 25 Gegenstand, Art und Umfang der Masterprüfung
- § 26 Bearbeitungszeit der Masterarbeit
- § 27 Hochschulgrad

Teil 3: Schlussbestimmungen

- § 28 Inkrafttreten und Veröffentlichung, Übergangsregelung

In dieser Prüfungsordnung gelten grammatisch maskuline Personenbezeichnungen gleichermaßen für Personen weiblichen und männlichen Geschlechts. Frauen können die Amts- und Funktionsbezeichnungen dieser Prüfungsordnung in grammatisch femininer Form führen. Dies gilt entsprechend für die Verleihung von Hochschulgraden, akademischen Bezeichnungen und Titeln.

**Teil 1
Allgemeine Bestimmungen**

**§ 1
Regelstudienzeit**

Der Studiengang hat eine Regelstudienzeit von vier Semestern (zwei Jahren). Die Regelstudienzeit umfasst das Studium und alle Modulprüfungen einschließlich des Moduls Masterarbeit.

§ 2**Prüfungsaufbau**

Die Masterprüfung besteht aus Modulprüfungen. Modulprüfungen bestehen in der Regel aus einer oder bis zu drei Prüfungsleistungen. Modulprüfungen werden studienbegleitend abgenommen.

§ 3**Fristen**

- (1) Die Masterprüfung sollte innerhalb der Regelstudienzeit abgelegt werden.
- (2) Durch das Lehrangebot wird sichergestellt, dass Prüfungsvorleistungen und Modulprüfungen in den in der Studienordnung vorgesehenen Zeiträumen (Prüfungsleistungen in der Regel im Anschluss an die Vorlesungszeit) abgelegt werden können. Der Prüfling wird rechtzeitig sowohl über Art, Anzahl, Gegenstand und Ausgestaltung der zu erbringenden Prüfungsvorleistungen und der zu absolvierenden Modulprüfungen als auch über die Termine, zu denen sie zu erbringen sind, und ebenso über die Aus- und Abgabezeitpunkte der Hausarbeiten und der Masterarbeit informiert.

§ 4**Zulassungsverfahren, Bekanntgabe von Prüfungsterminen und Prüfungsergebnissen**

- (1) Die Masterprüfung kann nur ablegen, wer
 1. in den Masterstudiengang Medienkommunikation an der Technischen Universität Chemnitz immatrikuliert ist und
 2. die Masterprüfung im gleichen oder (nach Maßgabe des Landesrechts) in einem verwandten Studiengang nicht „endgültig nicht bestanden“ hat und
 3. die im Einzelnen bestimmten Prüfungsvorleistungen für die jeweilige Prüfungsleistung erbracht hat, die in den Modulbeschreibungen für die jeweilige Prüfungsleistung festgelegt sind.
- (2) Der Antrag auf Zulassung zur Masterprüfung ist für jede Prüfungsleistung bis spätestens drei Wochen vor Beginn des zentralen Prüfungszeitraumes der Technischen Universität Chemnitz bzw. bei Prüfungsleistungen außerhalb des zentralen Prüfungszeitraumes bis spätestens drei Wochen vor dem Prüfungstermin schriftlich an das Prüfungsamt zu richten. Dem Antrag sind beizufügen:
 1. eine Angabe des Moduls, auf das sich die Prüfungsleistung beziehen soll,
 2. Nachweise über das Vorliegen der genannten Zulassungsvoraussetzungen,
 3. eine Erklärung des Prüflings darüber, dass die Prüfungsordnung bekannt ist und ob er bereits eine Masterprüfung im gleichen Studiengang oder (nach Maßgabe des Landesrechts) in einem verwandten Studiengang an einer wissenschaftlichen Hochschule in der Bundesrepublik Deutschland nicht bestanden oder endgültig nicht bestanden hat oder ob er sich in einem schwebenden Prüfungsverfahren befindet und ob er seinen Prüfungsanspruch nach Maßgabe des Landesrechts durch Überschreiten der Fristen für die Meldung zu der jeweiligen Prüfung oder deren Ablegung verloren hat.
- (3) Über die Zulassung entscheidet der Prüfungsausschuss, in dringenden Fällen dessen Vorsitzender.
- (4) Personen, die sich in ihrer Berufspraxis, im Rahmen der Weiterbildung oder durch autodidaktische Studien ein der Studien- und Prüfungsordnung entsprechendes Wissen und Können angeeignet haben, können den berufsqualifizierenden Abschluss im externen Verfahren erwerben. Über den Antrag auf Zulassung zur Masterprüfung sowie über das Prüfungsverfahren und über die zu erbringenden Prüfungsleistungen, die den Anforderungen der Prüfungsordnung entsprechen müssen, entscheidet der Prüfungsausschuss.
- (5) Die Zulassung zu einer Prüfungsleistung der Masterprüfung darf nur abgelehnt werden, wenn
 1. die in Absatz 1 genannten Voraussetzungen oder die Verfahrensvorschriften nach Absatz 2 nicht erfüllt sind,
 2. die Unterlagen unvollständig sind,
 3. der Prüfling im gleichen oder (nach Maßgabe des Landesrechts) in einem verwandten Studiengang die Masterprüfung endgültig nicht bestanden hat oder sich in einem Prüfungsverfahren befindet oder
 4. der Prüfling nach Maßgabe des Landesrechts seinen Prüfungsanspruch durch Überschreiten der Fristen für die Meldung zu der jeweiligen Prüfungsleistung oder deren Ablegung verloren hat.
- (6) Ablehnende Entscheidungen sind dem Prüfling spätestens zwei Wochen vor Prüfungsbeginn mit Angabe von Gründen und einer Rechtsbehelfsbelehrung schriftlich bekannt zu geben.
- (7) Die Bekanntgabe von Prüfungsterminen, Zulassungslisten und Prüfungsergebnissen erfolgt im Prüfungsamt.

§ 5**Arten der Prüfungsleistungen**

- (1) Prüfungsleistungen sind
 1. mündlich (§ 6) und/oder
 2. durch Klausurarbeiten und sonstige schriftliche Arbeiten (§ 7) und/oder
 3. durch alternative Prüfungsleistungen (§ 8) und/oder

4. durch Projektarbeiten (§ 9) zu erbringen.

(2) Macht ein Prüfling durch ein ärztliches Zeugnis glaubhaft, dass er wegen längerer andauernder oder ständiger körperlicher Behinderung nicht in der Lage ist, die Prüfungsleistung ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form abzulegen, so kann der Prüfungsausschuss dem Prüfling gestatten, für die Fortsetzung des Studiums notwendige Leistungen in anderer Form zu erbringen.

(3) Die Prüfungssprache ist Deutsch. Auf Antrag des Prüflings können Prüfungsleistungen auch in englischer Sprache erbracht werden. Der Antrag begründet keinen Anspruch.

§ 6

Mündliche Prüfungsleistungen

(1) Durch mündliche Prüfungsleistungen soll der Prüfling nachweisen, dass er die Zusammenhänge des Prüfungsgebietes erkennt und spezielle Fragestellungen in diese Zusammenhänge einzuordnen vermag. Ferner soll festgestellt werden, ob der Prüfling über ein dem Stand des Studiums entsprechendes Grundlagenwissen verfügt.

(2) Mündliche Prüfungsleistungen sind von mehreren Prüfern oder von einem Prüfer in Gegenwart eines sachkundigen Beisitzers abzunehmen.

(3) Mündliche Prüfungsleistungen können als Gruppen- oder als Einzelprüfungsleistungen abgelegt werden. Die Prüfungsdauer für jeden einzelnen Prüfling beträgt mindestens 15 Minuten und höchstens 45 Minuten.

(4) Im Rahmen der mündlichen Prüfungsleistung können auch Aufgaben mit angemessenem Umfang zur schriftlichen Behandlung gestellt werden, wenn dadurch der mündliche Charakter der Prüfungsleistung nicht aufgehoben wird.

(5) Die wesentlichen Gegenstände, Dauer, Verlauf und Note der mündlichen Prüfungsleistung sind in einem Protokoll festzuhalten, das von den Prüfern bzw. bei Gegenwart eines Beisitzers von dem Prüfer und dem Beisitzer zu unterzeichnen ist. Ergebnis und Note sind dem Prüfling jeweils im Anschluss an die mündliche Prüfungsleistung bekannt zu geben. Das Protokoll ist der Prüfungsakte beizulegen.

(6) Studierende, die sich zu einem späteren Prüfungstermin der gleichen Prüfungsleistung unterziehen wollen, sollen nach Maßgabe der räumlichen Verhältnisse als Zuhörer zugelassen werden, es sei denn, der Prüfling widerspricht. Die Zulassung erstreckt sich nicht auf die Beratung und Bekanntgabe des Prüfungsergebnisses.

(7) Die Prüfungsleistung kann aus einem wichtigen Grund unterbrochen werden. Ein neuer Prüfungstermin ist so festzusetzen, dass die Prüfungsleistung unverzüglich nach Wegfall des Unterbrechungsgrundes stattfindet. Die Gründe, die zur Unterbrechung geführt haben, sind im Prüfungsprotokoll zu vermerken.

§ 7

Klausurarbeiten und sonstige schriftliche Arbeiten

(1) Die schriftlichen Prüfungsleistungen umfassen Klausurarbeiten und sonstige schriftliche Arbeiten, in denen der Prüfling nachweist, dass er auf der Basis des notwendigen Wissens in begrenzter Zeit mit den gängigen Methoden seines Faches Aufgaben lösen und Themen bearbeiten kann. Bei schriftlichen Prüfungsleistungen können dem Prüfling Themen zur Auswahl gegeben werden.

(2) Zu den sonstigen schriftlichen Arbeiten zählt das Antwort-Wahl-Verfahren (Multiple choice). Es darf in einer Modulprüfung nicht den überwiegenden Teil der Prüfungsleistungen ausmachen. Die Aufgaben für das Antwort-Wahl-Verfahren sind in der Regel durch zwei Prüfer zu entwerfen. Der Bewertungsmaßstab ist von den Prüfern festzulegen. Der Bewertungsmaßstab jeder Frage und die Notenskala sind auf dem Fragebogen anzugeben. Die Auswertung von Antwort-Wahl-Verfahren kann automatisiert erfolgen.

(3) Schriftliche Prüfungsleistungen, deren Bestehen Voraussetzung für die Fortsetzung des Studiums sind, sind in der Regel von mindestens zwei Prüfern zu bewerten. Die Note ergibt sich aus dem arithmetischen Mittel der Einzelbewertungen. Das Bewertungsverfahren soll vier Wochen nicht überschreiten.

(4) Die Dauer von schriftlichen Prüfungsleistungen darf 60 Minuten nicht überschreiten und die Höchstdauer von fünf Stunden nicht überschreiten.

(5) Über Hilfsmittel, die bei einer schriftlichen Prüfungsleistung benutzt werden dürfen, entscheidet der Prüfer. Die zugelassenen Hilfsmittel sind mit der Ankündigung des Prüfungstermins bekannt zu geben.

§ 8

Alternative Prüfungsleistungen

(1) Alternative Prüfungsleistungen werden im Rahmen von Seminaren, Praktika oder Übungen erbracht. Die Leistung erfolgt in Form von schriftlichen Ausarbeitungen, Hausarbeiten, Referaten oder protokollierten praktischen Leistungen im Rahmen einer oder mehrerer Lehrveranstaltung/en. Die Leistungen müssen individuell zurechenbar sein. Bei Hausarbeiten und in der Regel bei schriftlichen Ausarbeitungen hat der Prüfling an Eides statt zu versichern, dass sie selbstständig angefertigt und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt wurden.

(2) Für die Bewertung von alternativen Prüfungsleistungen gelten § 6 Abs. 2 und § 7 Abs. 3 entsprechend.

(6) Werden benotete Studienleistungen als Prüfungsleistungen angerechnet, müssen sie in Art und Umfang Prüfungsleistungen entsprechen. Die Masterprüfung darf nicht überwiegend durch die Anrechnung von benoteten Studienleistungen erbracht werden. Über die Anrechnung entscheidet der Prüfungsausschuss.

§ 11

Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

(1) Der Prüfling kann die Anmeldung zu einer Prüfungsleistung ohne Angabe von Gründen zurückziehen, sofern er dieses dem Prüfungsamt bis eine Woche vor dem jeweiligen Prüfungstermin mitteilt.

(2) Eine Prüfungsleistung gilt als mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet, wenn der Prüfling einen für ihn bindenden Prüfungstermin ohne triftigen Grund versäumt oder wenn er von einer Prüfung, die er angetreten hat, ohne triftigen Grund zurücktritt. Dasselbe gilt, wenn eine schriftliche Prüfungsleistung nicht innerhalb der vorgegebenen Bearbeitungszeit erbracht wird.

(3) Die für den Rücktritt oder das Versäumnis geltend gemachten Gründe müssen unverzüglich beim Prüfungsausschuss schriftlich angezeigt und glaubhaft gemacht werden. Bei Krankheit des Prüflings kann die Vorlage eines ärztlichen Attestes und in Zweifelsfällen eines amtsärztlichen Attestes verlangt werden. Soweit die Einhaltung von Fristen für die erstmalige Meldung zur Prüfung, die Wiederholung von Prüfungen, die Gründe für das Versäumnis von Prüfungen und die Einhaltung von Bearbeitungszeiten für Prüfungsarbeiten betroffen sind, steht der Krankheit des Prüflings die Krankheit eines von ihm überwiegend allein zu versorgenden Kindes gleich.

(4) Erkennt der Prüfungsausschuss die Gründe an, so setzt er im Benehmen mit dem Prüfling einen neuen Prüfungstermin fest.

(5) Versucht der Prüfling das Ergebnis seiner Prüfungsleistung durch Täuschung oder Benutzung nicht zugelassener Hilfsmittel zu beeinflussen, wird die betreffende Prüfungsleistung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet.

(6) Ein Prüfling, der den ordnungsgemäßen Ablauf der Prüfung stört, kann von dem jeweiligen Prüfer oder Aufsichtsführenden von der Fortsetzung der Prüfungsleistung ausgeschlossen werden; in diesem Fall wird die Prüfungsleistung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet.

(7) Der Prüfling kann innerhalb von zwei Wochen nach Vorliegen von Entscheidungen nach Absatz 5 oder 6 verlangen, dass diese vom Prüfungsausschuss überprüft werden.

(8) Belastende Entscheidungen sind dem Prüfling durch den Prüfungsausschuss unverzüglich schriftlich mitzuteilen, zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.

§ 12

Freiversuch

(1) Prüfungsleistungen können bei Vorliegen der Zulassungsvoraussetzungen vor Ablauf des im Studienablaufplan vorgesehenen Zeitpunktes abgelegt werden.

(2) Im Falle einer nicht bestandenen Prüfung gilt diese Prüfung auf Antrag des Kandidaten als nicht unternommen. Im Falle einer bestandenen Prüfung kann die Prüfungsleistung auf Antrag des Kandidaten zur Aufbesserung der Note zum nächsten regulären Prüfungstermin wiederholt werden. In diesen Fällen zählt die bessere Note.

§ 13

Bestehen und Nichtbestehen

(1) Modulprüfungen sind bestanden, wenn sie mindestens mit „ausreichend“ (4,0) bewertet wurden. Werden in den Modulbeschreibungen mit „Bestehen erforderlich“ gekennzeichnete Prüfungsleistungen mit „nicht ausreichend“ bewertet, ist die Modulprüfung nicht bestanden. Nicht bestandene Modulprüfungen, welche nicht innerhalb eines Jahres (§ 14) wiederholt wurden oder die bei Wiederholung mit „nicht ausreichend“ bewertet wurden, führen zum endgültigen Nichtbestehen der Modulprüfung.

(2) Mit dem endgültigen Nichtbestehen einer Modulprüfung gilt die Masterprüfung als „endgültig nicht bestanden“.

(3) Die Masterprüfung ist bestanden, wenn die erforderlichen Prüfungsvorleistungen erbracht und sämtliche Modulprüfungen bestanden sind. Eine Masterprüfung, die nicht innerhalb von vier Semestern nach Abschluss der Regelstudienzeit abgelegt worden ist, gilt als „nicht bestanden“.

(4) Erweist sich, dass das Prüfungsverfahren mit Mängeln behaftet war, die die Prüfungsleistung beeinflusst haben, so kann auf Antrag eines Prüflings oder von Amts wegen angeordnet werden, dass für einen bestimmten Prüfling oder alle Prüflinge die Prüfung oder einzelne Teile derselben neu angesetzt werden. In diesem Fall sind die bereits erbrachten Prüfungsergebnisse ungültig.

(5) Mängel im Prüfungsverfahren müssen unverzüglich, spätestens innerhalb eines Monats nach dem jeweiligen Prüfungstag beim Vorsitzenden des Prüfungsausschusses oder bei dem Prüfer geltend gemacht werden. Anordnungen nach Absatz 4 dürfen nur bis zu dem Zeitpunkt erfolgen, zu dem eine Meldung zum darauf folgenden Prüfungszeitraum noch möglich ist.

§ 14**Wiederholung von Modulprüfungen**

- (1) Bei Nichtbestehen einer Modulprüfung (Modulnote „nicht ausreichend“) ist eine Wiederholungsprüfung möglich. Besteht die Modulprüfung aus mehreren Prüfungsleistungen, so können mit „nicht ausreichend“ bewertete Prüfungsleistungen nur insoweit wiederholt werden, wie dies zum Bestehen der Modulprüfung erforderlich ist. Unabhängig davon sind Prüfungsleistungen, die in der Modulbeschreibung mit „Bestehen erforderlich“ gekennzeichnet sind und mit „nicht ausreichend“ bewertet wurden, zu wiederholen. Eine Wiederholungsprüfung ist nur innerhalb eines Jahres zulässig. Diese Frist beginnt mit dem Abschluss der letzten Prüfungsleistung der jeweiligen Modulprüfung. Nach Ablauf dieser Frist gilt sie als „endgültig nicht bestanden“.
- (2) Eine zweite Wiederholungsprüfung kann nur in besonderen Ausnahmefällen zum nächstmöglichen Prüfungstermin durchgeführt werden. Der Prüfling hat dafür umgehend einen begründeten Antrag an den Prüfungsausschuss zu stellen.
- (3) Die Wiederholung einer bestandenen Prüfungsleistung ist, abgesehen von dem in § 12 geregelten Fall, nicht zulässig.
- (4) Nicht bestandene Modulprüfungen an anderen Universitäten und gleichgestellten Hochschulen sind anzurechnen.

§ 15**Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen**

- (1) Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen aus anderen Studiengängen werden angerechnet, soweit die Gleichwertigkeit gegeben ist. Die Anrechnung kann versagt werden, wenn mehr als 80 Leistungspunkte oder die Masterarbeit angerechnet werden soll. Über die Anrechnung entscheidet der Prüfungsausschuss. Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen sind gleichwertig, wenn sie in Inhalt, Umfang und in den Anforderungen denjenigen dieses Studienganges im Wesentlichen entsprechen. Dabei ist kein schematischer Vergleich, sondern eine Gesamtbetrachtung und Gesamtbewertung vorzunehmen. Bei der Anerkennung und Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen, die außerhalb der Bundesrepublik Deutschland erbracht wurden, sind die von der Kultusministerkonferenz (KMK) und Hochschulrektorenkonferenz (HRK) gebilligten Äquivalenzvereinbarungen sowie Absprachen im Rahmen von Hochschulkooperationsvereinbarungen zu beachten.
- (2) Einschlägige berufspraktische Tätigkeiten kann der Prüfungsausschuss anrechnen.
- (3) In einer besonderen Hochschulprüfung (Einstufungsprüfung) können Studienbewerber, die die Zugangsvoraussetzung für diesen Masterstudiengang erfüllen, nachweisen, dass sie über Kenntnisse und Fähigkeiten verfügen, die eine Einstufung in ein höheres Fachsemester rechtfertigen.
- (4) Werden Studien- und Prüfungsleistungen angerechnet, sind die Leistungspunkte und die Noten - soweit die Notensysteme vergleichbar sind - zu übernehmen. Bei unvergleichbaren Notensystemen wird der Vermerk „bestanden“ aufgenommen. Eine Kennzeichnung der Anrechnung im Zeugnis ist zulässig.
- (5) Die Studierenden haben die für die Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen erforderlichen Unterlagen vorzulegen.

§ 16**Prüfungsausschuss**

- (1) Für die Organisation der Prüfungen und zur Wahrnehmung der durch diese Prüfungsordnung zugewiesenen Aufgaben bestellt der Fakultätsrat der Philosophischen Fakultät einen Prüfungsausschuss.
- (2) Der Prüfungsausschuss besteht aus dem Vorsitzenden, dessen Stellvertreter und zwei weiteren Mitgliedern aus dem Kreis der an der Philosophischen Fakultät tätigen Hochschullehrer, zwei Mitgliedern aus dem Kreis der wissenschaftlichen Mitarbeiter und einem Mitglied aus dem Kreis der Studierenden.
- (3) Die Amtszeit beträgt in der Regel drei Jahre, für studentische Mitglieder ein Jahr.
- (4) Der Prüfungsausschuss ist für alle Fragen im Zusammenhang mit der Prüfungsordnung zuständig, insbesondere für:
1. die Organisation der Prüfungen,
 2. die Anrechnung von Studienzeiten sowie von Studien- und Prüfungsleistungen,
 3. die Aufstellung der Listen der Prüfer und der Beisitzer,
 4. die Entscheidung über angemessene Prüfungsbedingungen für Studierende während der Inanspruchnahme der gesetzlichen Mutterschutzfristen und der Fristen der Elternzeit,
 5. die Entscheidung über angemessene Prüfungsbedingungen für behinderte Studierende und chronisch Kranke.
- (5) Der Prüfungsausschuss kann Aufgaben an den Vorsitzenden zur Erledigung übertragen. Dies gilt nicht für Entscheidungen nach § 11 und für Berichte an den Fakultätsrat.
- (6) Der Prüfungsausschuss berichtet dem Fakultätsrat über die Entwicklung des Arbeitsaufwandes (workload), der Prüfungs- und Studienzeiten, der tatsächlichen Bearbeitungszeiten für die Masterarbeit, über die Verteilung der Modul- und Gesamtnoten und gibt Anregungen zur Reform der Studien- und Prüfungsordnung.

- (7) Der Prüfungsausschuss ist beschlussfähig, wenn der Vorsitzende oder dessen Stellvertreter und die Mehrheit der Mitglieder anwesend sind und die Hochschullehrer über die Mehrheit der Stimmen verfügen. Die Sitzungen des Prüfungsausschusses sind nicht öffentlich.
- (8) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses haben das Recht, der Abnahme von Prüfungen beizuwohnen. Sie können Zuständigkeiten des Prüfungsausschusses nicht wahrnehmen, wenn sie selbst Beteiligte der Prüfungsangelegenheit sind.
- (9) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses unterliegen der Amtsverschwiegenheit. Sofern sie nicht im öffentlichen Dienst stehen, sind sie durch den Vorsitzenden zur Verschwiegenheit zu verpflichten.
- (10) Der Prüfungsausschuss ist in Angelegenheiten, welche die Prüfungsordnung betreffen, Widerspruchsbehörde.

§ 17

Prüfer und Beisitzer

- (1) Der Prüfungsausschuss bestellt die Prüfer und Beisitzer. Zu Prüfern werden Mitglieder und Angehörige der Hochschule oder anderer Hochschulen bestellt, die in einem Prüfungsfach zur selbständigen Lehre berechtigt sind; soweit ein Bedürfnis besteht, kann auch zum Prüfer bestellt werden, wer die Befugnis zur selbständigen Lehre nur für ein Teilgebiet eines Prüfungsfaches besitzt. Entsprechend dem Zweck und der Eigenart der Hochschulprüfung können auch Lehrkräfte für besondere Aufgaben sowie in der beruflichen Praxis und Ausbildung erfahrene Personen zu Prüfern bestellt werden. Prüfungsleistungen dürfen nur von Personen bewertet werden, die selbst mindestens die durch die Prüfung festzustellende oder eine gleichwertige Qualifikation besitzen.
- (2) Die Prüfer und Beisitzer sind bei ihrer Prüfungstätigkeit unabhängig.
- (3) Der Prüfling kann für die Bewertung der Masterarbeit (§ 19) und der mündlichen Prüfungsleistungen (§ 6) den Prüfer oder eine Gruppe von Prüfern dem Prüfungsausschuss vorschlagen. Der Vorschlag begründet keinen Anspruch.
- (4) Der Prüfungsausschuss sorgt dafür, dass dem Prüfling die Namen der Prüfer und Beisitzer mindestens zwei Wochen vor dem Prüfungstermin bekannt gegeben werden.
- (5) Für die Prüfer und die Beisitzer gilt § 16 Abs. 9 entsprechend.

§ 18

Zweck der Masterprüfung

Die Masterprüfung bildet den berufsqualifizierenden Abschluss des Masterstudiums. Durch die Masterprüfung wird festgestellt,

1. ob der Prüfling ein Wissen und Verstehen nachweist, das normalerweise auf der Bachelor-Ebene aufbaut und diese wesentlich vertieft und erweitert, und
2. ob der Prüfling in der Lage ist, die Besonderheiten, Grenzen, Terminologie und Lehrmeinungen des Lehrgebiets zu definieren und interpretieren, und
3. ob der Prüfling befähigt ist, sein Wissen und Verstehen zur Problemlösung auch in neuen und ungewohnten Situationen anzuwenden, und
4. ob der Prüfling auf der Grundlage unvollständiger und begrenzter Informationen wissenschaftlich fundierte Entscheidungen fällen kann und dabei gesellschaftliche, wissenschaftliche und ethische Erkenntnisse zu berücksichtigen weiß.

§ 19

Ausgabe des Themas, Abgabe, Bewertung und Wiederholung der Masterarbeit

- (1) Die Masterarbeit soll zeigen, dass der Prüfling in der Lage und befähigt ist, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein angemessenes fachspezifisches bzw. fachübergreifendes Problem auf dem aktuellen Stand von Forschung oder Anwendung selbständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten und seine Ergebnisse in klarer und eindeutiger Weise zu formulieren und zu vermitteln.
- (2) Das Thema der Masterarbeit muss in einem inhaltlichen Zusammenhang mit dem Studiengang stehen. Die Masterarbeit kann von jedem Prüfungsberechtigten betreut werden. Der Prüfling hat das Recht, einen Betreuer sowie ein Thema vorzuschlagen. Ein Rechtsanspruch darauf, dass dem Vorschlag entsprochen wird, besteht nicht.
- (3) Bei der Abgabe der Masterarbeit hat der Prüfling an Eides statt zu versichern, dass sie selbständig angefertigt und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt wurden. Bei einer Gruppenarbeit ist der individuelle Anteil jedes Prüflings genau auszuweisen.
- (4) Die Masterarbeit ist in drei Exemplaren in maschinenschriftlicher und gebundener Ausfertigung termingemäß abzugeben.
- (5) Die Themenausgabe und der Abgabezeitpunkt sind aktenkundig zu machen.
- (6) Das Thema der Masterarbeit kann einmal zurückgegeben werden, jedoch nur innerhalb von vier Wochen nach Ausgabe des Themas.

(7) Die Masterarbeit ist in der Regel von mindestens zwei Prüfern selbständig zu bewerten. Darunter soll der Betreuer der Masterarbeit sein. Die Bewertung erfolgt nach § 10 Abs. 1 dieser Prüfungsordnung. Das Bewertungsverfahren soll vier Wochen nicht überschreiten.

(8) Nicht fristgemäß eingereichte Masterarbeiten werden mit der Note „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet. Wird die Masterarbeit mit schlechter als „ausreichend“ (4,0) bewertet, kann sie nur einmal wiederholt werden. Bei Wiederholung der Masterarbeit ist eine Rückgabe des Themas in der in Absatz 6 genannten Frist jedoch nur zulässig, wenn der Prüfling bei der Anfertigung seiner mit „nicht ausreichend“ bewerteten Masterarbeit von dieser Möglichkeit keinen Gebrauch gemacht hat.

§ 20

Zeugnis und Masterurkunde

(1) Nach dem erfolgreichen Abschluss der Masterprüfung wird unverzüglich, möglichst innerhalb von vier Wochen ein Zeugnis ausgestellt. In das Zeugnis der Masterprüfung sind die Bezeichnungen der Module, die Modulnoten und die erreichten Leistungspunkte, das Thema der Masterarbeit, die Gesamtnote (deutsche Note und ECTS-Note) und die Gesamtleistungspunkte aufzunehmen.

(2) Das Zeugnis trägt das Datum des Tages, an dem die letzte Prüfungsleistung erbracht worden ist, und wird vom Vorsitzenden des Prüfungsausschusses unterzeichnet.

(3) Gleichzeitig mit dem Zeugnis der Masterprüfung erhält der Prüfling die Masterurkunde mit dem Datum des Zeugnisses. Darin wird die Verleihung des Mastergrades beurkundet. Die Masterurkunde wird vom Dekan und dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses unterzeichnet und mit dem Siegel der Technischen Universität versehen. Der Masterurkunde ist eine englischsprachige Übersetzung beizufügen.

(4) Es wird ein Diploma Supplement (DS) ausgestellt. Als Darstellung des nationalen Bildungssystems ist der zwischen KMK und HRK abgestimmte Text in der jeweiligen Fassung zu verwenden.

(5) Sorben können den Grad in sorbischer Sprache führen und eine sorbischsprachige Fassung der Masterurkunde und des Zeugnisses erhalten.

(6) Die Hochschule stellt Studenten, die ihr Studium nicht abschließen, auf Antrag ein Studienzeugnis über die erbrachten Leistungen aus.

§ 21

Ungültigkeit der Masterprüfung

(1) Hat der Prüfling bei einer Prüfungsleistung getäuscht und wird diese Tatsache erst nach Aushändigung des Zeugnisses bekannt, so kann die Note der Prüfungsleistung entsprechend § 11 Abs. 5 berichtigt werden. Gegebenenfalls kann die Modulprüfung für „nicht ausreichend“ und die Masterprüfung für „nicht bestanden“ erklärt werden.

(2) Waren die Voraussetzungen für die Zulassung zu einer Prüfung nicht erfüllt, ohne dass der Prüfling hierüber täuschen wollte, und wird diese Tatsache erst nach der Aushändigung des Zeugnisses bekannt, so wird dieser Mangel durch das Bestehen der Prüfung geheilt. Hat der Prüfling die Zulassung vorsätzlich zu Unrecht erwirkt, so kann die Modulprüfung für „nicht ausreichend“ und die Masterprüfung für „nicht bestanden“ erklärt werden.

(3) Das unrichtige Zeugnis ist einzuziehen und gegebenenfalls ein neues zu erteilen. Mit dem unrichtigen Zeugnis ist auch die Masterurkunde, deren englische Übersetzung und das Diploma Supplement einzuziehen, wenn die Masterprüfung aufgrund einer Täuschung für „nicht bestanden“ erklärt wurde. Eine Entscheidung nach Absatz 1 und Absatz 2 Satz 2 ist nach einer Frist von fünf Jahren nach Ausstellen des Zeugnisses ausgeschlossen.

(4) Dem Prüfling ist vor einer Entscheidung nach Absatz 1 oder Absatz 2 Gelegenheit zur Äußerung zu geben.

§ 22

Einsicht in die Prüfungsakte

Innerhalb eines Jahres nach Abschluss des Prüfungsverfahrens wird dem Absolventen auf Antrag in angemessener Frist Einsicht in seine schriftlichen Prüfungsarbeiten, in die darauf bezogenen Gutachten und in die Prüfungsprotokolle gewährt.

§ 23

Zuständigkeiten

Insbesondere Entscheidungen über die Folgen von Verstößen gegen Prüfungsvorschriften (§ 11), das Bestehen und Nichtbestehen (§ 13), die Anrechnung von Prüfungs- und Studienleistungen (§ 15), die Bestellung der Prüfer und Beisitzer (§ 17), die Berechtigung zur Ausgabe der Masterarbeit (§ 19) und über die Ungültigkeit der Masterprüfung (§ 21) werden durch den Prüfungsausschuss getroffen. Die Ausstellung von Zeugnissen und Urkunden obliegt dem Prüfungsamt.

Teil 2
Fachspezifische Bestimmungen

§ 24

Studienaufbau und Studienumfang

- (1) Der Studiengang hat einen modularen Aufbau. Er besteht aus Basis- und Ergänzungsmodulen, die als Pflicht- oder Wahlpflichtmodule angeboten werden, und dem Modul Masterarbeit.
 (2) Für den erfolgreichen Abschluss des Masterstudiums sind 120 Leistungspunkte erforderlich.
 (3) Der zeitliche Umfang der erforderlichen Arbeitsleistung des Studierenden beträgt pro Semester durchschnittlich 900 Arbeitsstunden. Bei erfolgreichem Abschluss von Modulprüfungen werden die dafür vorgesehenen Leistungspunkte vergeben.

§ 25

Gegenstand, Art und Umfang der Masterprüfung

- (1) Folgende Module sind Bestandteile der Masterprüfung:

1. Basismodule:

Modul I	Kommunikation	18 LP	(Pflichtmodul)	Gewichtung 2
Modul II	Medienanalyse	18 LP	(Pflichtmodul)	Gewichtung 2
Modul III	Medienpsychologie	18 LP	(Pflichtmodul)	Gewichtung 2
Modul IV	Lehr-Lernmedien	18 LP	(Pflichtmodul)	Gewichtung 2

Zwischen Modul V und Modul VI ist zu wählen:

Modul V	Wirtschaft, Marketing und Medienrecht	15 LP	(Wahlpflichtmodul)	Gewichtung 1
Modul VI	Medieninformatik	15 LP	(Wahlpflichtmodul)	Gewichtung 1

2. Ergänzungsmodule: Aus nachfolgend genannten Ergänzungsmodulen ist ein Modul zu wählen:

Modul VII/1	Medienphilosophie	12 LP	(Wahlpflichtmodul)	Gewichtung 1
Modul VII/2	Technikkommunikation	12 LP	(Wahlpflichtmodul)	Gewichtung 1
Modul VII/3	Psychologie	12 LP	(Wahlpflichtmodul)	Gewichtung 1
Modul VII/4	Germanistik	12 LP	(Wahlpflichtmodul)	Gewichtung 1
Modul VII/5	Grundlagen der Pädagogik	12 LP	(Wahlpflichtmodul)	Gewichtung 1
Modul VII/6	Soziologie	12 LP	(Wahlpflichtmodul)	Gewichtung 1
Modul VII/7	Interkulturelle Kommunikation und interkulturelle Kompetenz	12 LP	(Wahlpflichtmodul)	Gewichtung 1

3. Modul Masterarbeit:

Modul VIII	Masterarbeit	21 LP	Gewichtung 5	
------------	--------------	-------	--------------	--

- (2) In den Modulbeschreibungen, die Bestandteil der Studienordnung sind, sind Anzahl, Art, Gegenstand und Ausgestaltung der Prüfungsleistungen festgelegt.

§ 26

Bearbeitungszeit der Masterarbeit

- (1) Die Bearbeitungszeit für die Masterarbeit beträgt höchstens 23 Wochen.
 (2) Im Einzelfall kann auf begründeten Antrag der Prüfungsausschuss die Bearbeitungszeit um höchstens sechs Wochen verlängern.
 (3) Thema, Aufgabenstellung und Umfang der Masterarbeit sind vom Betreuer so zu begrenzen, dass die Frist zur Bearbeitung der Masterarbeit eingehalten werden kann.

§ 27

Hochschulgrad

Ist die Masterprüfung bestanden, verleiht die Technische Universität Chemnitz den Grad „Master of Arts (M.A.)“.

Teil 3

Schlussbestimmungen

§ 28

Inkrafttreten und Veröffentlichung, Übergangsregelung

Diese Prüfungsordnung gilt für die ab Wintersemester 2006/2007 Immatrikulierten. Für die vor dem Wintersemester 2006/2007 im Masterstudiengang Medienkommunikation immatrikulierten Studierenden gilt die Prüfungsordnung für den konsekutiven Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Master of Arts vom 11. Juli 2003 fort.

Die Prüfungsordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Amtlichen Bekanntmachungen der Technischen Universität Chemnitz in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senates vom 12. Dezember 2006 und der Genehmigung durch das Rektoratskollegium der Technischen Universität Chemnitz vom 3. Januar 2007.

Chemnitz, den 14. Februar 2007

Der Rektor
der Technischen Universität Chemnitz

Prof. Dr. Klaus-Jürgen Matthes

**Studienordnung für den berufsbegleitenden
Masterstudiengang Eventmarketing
(Master of Business Administration (MBA) "Eventmarketing")
an der Technischen Universität Chemnitz
Vom 14. Februar 2007**

Aufgrund von § 21 Abs. 1 i.V. mit § 8 Abs. 2 des Gesetzes über die Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulgesetz – SächsHG) vom 11. Juni 1999 (SächsGVBl. S.293) hat der Senat der Technischen Universität Chemnitz die folgende Studienordnung als Satzung erlassen:

Inhaltsübersicht

- § 1 Geltungsbereich
- § 2 Studiendauer
- § 3 Studienbeginn und Kapazität
- § 4 Zugangsvoraussetzungen
- § 5 Studienziel
- § 6 Zielgruppe des Studiums
- § 7 Studieninhalte und Aufbau des Studiums
- § 8 Gliederung des Studiums
- § 9 Prüfungen
- § 10 Tutoring und Studienberatung
- § 11 Bewertungspunkte-System (ECTS)
- § 12 Evaluation
- § 13 Inkrafttreten

Anlage 1: Studienablaufplan

Anlage 2: Modulbeschreibungen

Die Bezeichnung weiblicher oder männlicher Personen durch die jeweils maskuline Form in der nachstehenden Satzung bringt den Auftrag der Hochschule, im Rahmen ihrer Aufgaben die verfassungsrechtlich gebotene Gleichstellung von Mann und Frau zu verwirklichen und die für Frauen bestehenden Nachteile zu beseitigen, nicht angemessen zum Ausdruck. Auf die Verwendung von Doppelformen oder andere Kennzeichnungen für weibliche und männliche Personen (z. B. Prüferin/Prüfer) wird jedoch verzichtet, um die Lesbarkeit und Übersichtlichkeit zu wahren. Mit allen im Text verwendeten Personenbezeichnungen sind stets beide Geschlechter gemeint.

§ 1

Geltungsbereich

Diese Studienordnung beschreibt auf der Grundlage der Prüfungsordnung für den Masterstudiengang Eventmarketing Ziele, Inhalte und Verlauf des Studiums.

§ 2

Studiendauer

- (1) Die Regelstudienzeit beträgt vier Semester (24 Monate) einschließlich des Moduls Master Thesis.
- (2) Die Durchführung des Studienganges erfolgt berufsbegleitend in einer Kombination von Präsenz- und Fernlehreinheiten.
- (3) Die Lehrveranstaltungen werden so angeboten, dass das Studium innerhalb der in Absatz 1 vorgesehenen Zeit abgeschlossen werden kann.

§ 3

Studienbeginn und Kapazität

- (1) Das Studium beginnt in der Regel im Sommersemester des jeweiligen Jahres, sofern genügend geeignete Bewerbungen für den Studiengang an der Technischen Universität Chemnitz eingegangen sind.
- (2) In jedem Studienjahrgang werden bis zu 25 Studierende aufgenommen.

§ 4

Zugangsvoraussetzungen

- (1) Voraussetzungen für die Aufnahme des Masterstudiengangs sind:
 1. in der Regel ein abgeschlossenes Hochschulstudium (Universität, FH o. ä.),

2. eine mindestens zweijährige Berufspraxis.

(2) Die Bewerber müssen neben ihren Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf, Zeugnisse) ein Essay über ihre berufliche und persönliche Motivation für die Teilnahme am Masterstudiengang verfassen. Weiterhin ist das konkrete Event-Projekt, welches der Studierende während des Studiums bearbeitet, kurz vorzustellen. Die abschließende Auswahl der Bewerber erfolgt in einem Auswahlgespräch. In diesem wird gegebenenfalls über die Anrechnung einzelner Module (z. B. betriebswirtschaftliche Grundlagen bei einschlägigem Erststudium) entschieden.

(3) Über die Zulassung zum Studium entscheidet der Prüfungsausschuss nach § 15 Prüfungsordnung.

§ 5

Studienziel

(1) Der Masterstudiengang Eventmarketing stellt für die in § 6 beschriebenen Personen eine spezielle Weiterbildung dar. Ziel dieses Weiterbildungsstudiengangs ist die Befähigung der Studierenden, die notwendigen Management- und Koordinierungsaufgaben für ein integriertes Eventmarketing in Unternehmen, Agenturen, Messegesellschaften, Non-Profit-Organisationen und weiteren eventveranstaltenden Institutionen zu übernehmen. Der Studiengang qualifiziert ebenfalls für die Tätigkeit in der Kommunikationsberatung und Marktforschung im Eventbereich.

(2) Der Masterstudiengang ist ein interdisziplinär ausgerichtetes Weiterbildungsangebot, das das Eventmarketing aus den drei Perspektiven Betriebswirtschaftslehre und Marketing, Kommunikation und Management behandelt. Dieser ganzheitlichen Sicht wird das Lehrkonzept gerecht, das fachlich exzellente Experten vereint.

(3) Der Masterstudiengang vermittelt ein wissenschaftlich fundiertes und anwendungsorientiertes Grundlagen- und Aufbauwissen zu den verschiedenen Feldern des Eventmarketing. Das Studium ist so konzipiert, dass sowohl praxisorientiertes Wissen als auch die theoretischen Grundlagen in einem ausgewogenen Verhältnis gelehrt werden. Neben der Vermittlung von Grundlagen betriebswirtschaftlichen Denkens und von vertieftem Wissen zu Aufgabenbereichen wie Management und strategische Unternehmensführung, Marketing und Customer Relationship Management, Businessplanung und Controlling stehen die strategischen und operativen Fragen des Eventmarketing und die Integration dieses Kommunikationsinstrumentes in das Marketing im Mittelpunkt.

§ 6

Zielgruppe des Studiums

Der Studiengang richtet sich an Fachleute aus Agenturen und Unternehmen, die einen ersten akademischen Abschluss (Universität, FH o. ä.) sowie Berufserfahrungen in dem Bereich Marketingkommunikation besitzen. Der Studiengang ist besonders geeignet für:

1. Fach- bzw. Führungskräfte im Bereich Eventmarketing, Messen, Kommunikation in Unternehmen aller Branchen, in Kommunen, Vereinen und Verbänden sowie weiteren Non-Profit-Organisationen,
2. Fach- bzw. Führungskräfte bei sportlichen und kulturellen Großevents sowie im Eventbereich von Medien,
3. Fach- bzw. Führungskräfte in Event- bzw. Marketingkommunikationsagenturen,
4. Fach- bzw. Führungskräfte für Eventmarketing im Handel, im Tourismus- und Freizeitbereich,
5. Berater für Eventmarketing und Marketingkommunikation,
6. Fach- bzw. Führungskräfte in Marktforschungsinstituten in der Sparte Eventcontrolling,
7. Fach- bzw. Führungskräfte aus Medienunternehmen,
8. Lehrkräfte im Bereich Eventmarketing.

§ 7

Studieninhalte und Aufbau des Studiums

(1) Die Studieninhalte richten sich nach den in § 5 genannten Studienzielen.

(2) Der Studiengang „Eventmarketing“ vermittelt den Studierenden eine theoretisch fundierte und praktisch relevante Kompetenz zur Entwicklung von Marketing-Events und zu deren Integration in die Marketingstrategien. Im Studium wird das strategische und operative unternehmerische Denken gefördert, indem Eventmarketing als ganzheitlicher Prozess einer integrierten Kommunikationsstrategie verstanden wird. Dafür werden in 20 Lehr/Lern-Modulen, dem Modul Projektarbeit und dem Modul Master Thesis die folgenden Themenschwerpunkte behandelt:

1. Semester

Modul 01:	Betriebswirtschaftliche Grundlagen	(4 Leistungspunkte)
Modul 02:	Management und strategische Unternehmensführung	(4 Leistungspunkte)
Modul 03:	Marketingmanagement	(4 Leistungspunkte)
Modul 04:	Customer Relationship Management	(4 Leistungspunkte)

Modul 05:	Businessplanning und Controlling	(4 Leistungspunkte)
<i>2. Semester</i>		
Modul 06:	Grundlagen des Eventmarketing	(4 Leistungspunkte)
Modul 07:	Kommunikationstheoretische Grundlagen	(4 Leistungspunkte)
Modul 08:	Käuferverhalten und Zielgruppenbestimmung	(4 Leistungspunkte)
Modul 09:	Markenstrategien und strategisches Eventmarketing	(4 Leistungspunkte)
Modul 10:	Wirkung von Eventmarketing und Eventcontrolling	(4 Leistungspunkte)
<i>3. Semester</i>		
Modul 11:	Management von Events und Aufgaben des Eventmanagers	(4 Leistungspunkte)
Modul 12:	Entwicklung von Eventkonzeptionen und Eventdesign	(4 Leistungspunkte)
Modul 13:	Operative Eventplanung und Eventproduktion	(4 Leistungspunkte)
Modul 14:	Finanzierung von Events und Organisation von Eventagenturen	(4 Leistungspunkte)
Modul 15:	Eventrecht	(4 Leistungspunkte)
<i>4. Semester</i>		
Modul 16:	Medien- und Öffentlichkeitsarbeit und Eventmarketing	(4 Leistungspunkte)
Modul 17:	Sponsoring und Eventmarketing	(4 Leistungspunkte)
Modul 18:	Messen und Eventmarketing	(4 Leistungspunkte)
Modul 19:	Promotion und Eventmarketing	(4 Leistungspunkte)
Modul 20:	Sport und Eventmarketing	(4 Leistungspunkte)
Modul 21:	Projektarbeit	(15 Leistungspunkte)
Modul 22:	Master Thesis	(25 Leistungspunkte)

(Modulbeschreibungen siehe Anlage 2 der Studienordnung).

(3) Durch aktive Kleingruppenarbeit, Fallbearbeitung in virtuellen Teams und die Bildung einer E-Community innerhalb des Studiengangs werden kommunikative und soziale Kompetenzen entwickelt.

(4) Das Studienprogramm ist durch Modularisierung gekennzeichnet. Die Module sind in Präsenz- und Fernlehreinheiten unterteilt (siehe Anlage 1 zur Studienordnung). Jedes Lehr/Lern-Modul umfasst einen Zeitraum von ca. vier Wochen, in dem E-learning- bzw. textbasierte Selbststudienarbeit zu absolvieren ist. Das Selbststudium ist Voraussetzung für die Teilnahme am zweitägigen Präsenzseminar, das der Anwendung und Vertiefung des modulbezogenen Wissens dient. Die individuelle Beschäftigung mit den Inhalten wird durch projektbezogene Gruppenarbeit, die durch die Lernplattform auch elektronisch unterstützt wird, sowie eine intensive Betreuung durch die Dozenten flankiert. Jedes Modul schließt mit einer Modulprüfung ab.

(5) In den Präsenzlehreinheiten kommt der neueste Stand der Entwicklung von Lehrmethoden und -techniken zur Anwendung. Interaktive Lehrmethoden stehen dabei im Vordergrund. Sie finden ihren Ausdruck u.a. in dialogisch konzipierten Inputs (Referate), in Gruppenarbeit, in der Arbeit an Fallstudien und durch interaktives Lernen im Rahmen von Simulationen und Präsentationen.

(6) Ein zentrales Element des Studiengangs bildet die studienbegleitende Projektarbeit, die gleichzeitig die Grundlage für das Verfassen der Abschlussarbeit (Master Thesis) darstellt. Bewerber müssen sich mit einem konkreten Event-Projekt oder der Skizze eines während des Studiums durchzuführenden Marketing-Events bewerben. Das Projekt kann sowohl im Unternehmen bzw. der Organisation des Studierenden als auch in einem Partnerunternehmen durchgeführt werden. Der explizite Praxisbezug dieser Projekte fördert den Lerntransfer des Studienprogramms in den Arbeitsalltag und bietet einen konkreten Nutzen für das beteiligte Unternehmen bzw. die Agentur. Die Projektlearnings werden in einer Fallbasis gesammelt und stehen den Studierenden als Erfahrungsgrundlage zur Verfügung.

(7) Die Studierenden erhalten Zugang zu den Bibliotheksbeständen und anderen Lernressourcen der Technischen Universität Chemnitz.

(8) Den Studierenden stehen ausreichende und dem Stand der Technik entsprechende Computereinrichtungen in der Technischen Universität Chemnitz zur Verfügung. Für die Fernlehreinheiten wird den Studierenden eine moderne E-Learningplattform zur Verfügung gestellt.

§ 8**Gliederung des Studiums**

- (1) Bei der Konzeption des Studiengangs wurde besonders beachtet, dass die Studierenden täglich hohen Anforderungen im Beruf ausgesetzt sind. Das eingesetzte Konzept des Blended Learning, das Präsenzveranstaltungen mit E-Learning-Abschnitten, Studientexten und Literaturstudium kombiniert, ermöglicht eine sehr gute Anpassung an den Beruf.
- (2) Ein intensives Selbststudium wird vorausgesetzt und durch entsprechende E-Learning-Bausteine bzw. Studientexte unterstützt.
- (3) Die genaue Aufstellung der Lehrmodule, aufgeschlüsselt nach Präsenz- und Fernlehreinheiten, ist im Studienablaufplan (Anlage 2 der Studienordnung) festgelegt.

§ 9**Prüfungen**

- (1) Die Prüfungen erfolgen studienbegleitend.
- (2) Die Regelungen für die Prüfungen sind der Prüfungsordnung zu entnehmen.

§ 10**Tutoring und Studienberatung**

- (1) Bei der Durchführung des Masterstudiengangs Eventmarketing ist eine ausreichende Anzahl von Tutor-Stunden für die individuelle Betreuung, Beratung und Unterstützung der Studierenden vorgesehen.
- (2) Neben der zentralen Studienberatung an der Technischen Universität Chemnitz findet eine Fachstudienberatung statt.
- (3) Studierende müssen an einer Studienberatung im dritten Semester teilnehmen, wenn bis zum Beginn des dritten Semesters nicht mindestens eine Modulprüfung abgelegt wurde.

§ 11**Bewertungspunkte-System (ECTS)**

Im Rahmen des European Credit Transfer System (ECTS) werden für den Masterstudiengang Eventmarketing den verschiedenen Studienabschnitten Leistungspunkte (§ 7 Studienordnung) zugeordnet und die Bewertungen für die Prüfungsleistungen (§ 10 Prüfungsordnung) festgelegt.

§ 12**Evaluation**

- (1) Das Studienprogramm wird regelmäßig – mindestens im Abstand von zwei Jahren - evaluiert.
- (2) Studienbegleitend finden jeweils Evaluationen durch die Studierenden des Studiengangs statt.

§ 13**Inkrafttreten**

Die Studienordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Amtlichen Bekanntmachungen der Technischen Universität Chemnitz in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Technischen Universität Chemnitz vom 15. Februar 2005 sowie der Bestätigung der Anzeige durch das Sächsische Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst vom 23. September 2005, Az.: 3-7831-17-0380/13-1.

Chemnitz, den 14. Februar 2007

Der Rektor
der Technischen Universität Chemnitz

Prof. Dr. Klaus-Jürgen Matthes

Anlage 1: Studienablaufplan

Die Lehre im MBA-Studiengang Eventmarketing besteht aus einer Kombination von Präsenz-, E-Learning- und Fernlehreinheiten. **Präsenzlehreinheiten** finden an der Technischen Universität Chemnitz bzw. bei Praxispartnern statt und beinhalten Seminare, die in Form von dialogisch konzipierten Referaten, Gruppenarbeit, Arbeit an Fallstudien sowie interaktivem Lernen im Rahmen von Simulationen und Präsentationen durchgeführt werden. **E-Learning- bzw. Fernlehreinheiten** beinhalten das Studium der jeweiligen E-Learningbausteine und/oder Studientexte inklusive der Bearbeitung von Hausaufgaben, die Bearbeitung von Fallstudien in virtuellen Gruppen sowie die angeleitete Diskussion in thematischen Foren. Während des Studiums bearbeiten die Studierenden parallel ein konkretes Eventmarketing-Projekt (**Projektarbeit**). Der Reflektion der Projektarbeit dient Kleingruppenarbeit während der Präsenzveranstaltungen. Das fachliche Coaching der Projektarbeit erfolgt durch den Betreuer vorwiegend online-gestützt. Zusätzlich sollen die Studierenden Lehre und Projektarbeit durch vertiefendes **Selbststudium** ergänzen. Im letzten Studienabschnitt fertigen die Studierenden die **Abschlussarbeit** (Master Thesis) an.

Modul	Abschnitt	Anzahl der Wochen	Präsenzlehreinheiten (in Stunden)	E-Learning, studienrelevante praktische Tätigkeit im Unternehmen, Fernlehreinheiten (in Stunden)	Selbststudium und Prüfung (in Stunden)	Prüfungsleistungen	Leistungspunkte
	1. Studienabschnitt	22					
EM 01	Betriebswirtschaftliche Grundlagen		24	40	56	<i>Klausur</i>	4
EM 02	Management und strategische Unternehmensführung		24	40	56	<i>Klausur</i>	4
EM 03	Marketingmanagement		24	40	56	<i>Klausur</i>	4
EM 04	Customer Relationship Management		24	40	56	<i>Hausarbeit</i>	4
EM 05	Businessplanning und Controlling		24	40	56	<i>Klausur</i>	4
	2. Studienabschnitt	22					
EM 06	Grundlagen des Eventmarketing		48	72	-	<i>multimediale Präsentation</i>	4
EM 07	Kommunikationstheoretische Grundlagen		24	52	44	<i>Klausur</i>	4
EM 08	Käuferverhalten und Zielgruppenbestimmung		24	52	44	<i>Klausur</i>	4
EM 09	Markenstrategien und strategisches Eventmarketing		24	52	44	<i>Hausarbeit</i>	4

EM 10	Wirkung von Eventmarketing und Eventcontrolling		24	52	44	Klausur	4
	3. Studienabschnitt	22					
EM 11	Management von Events und Aufgaben des Eventmanagers		24	52	44	<i>multimediale Präsentation</i>	4
EM 12	Entwicklung von Eventkonzeptionen und Eventdesign		24	52	44	<i>Hausarbeit</i>	4
EM 13	Operative Eventplanung und Eventproduktion		24	52	44	<i>Klausur</i>	4
EM 14	Finanzierung von Events und Organisation von Eventagenturen		24	52	44	<i>multimediale Präsentation</i>	4
EM 15	Eventrecht		24	52	44	<i>Klausur</i>	4
	4. Studienabschnitt	22					
EM 16	Medien- und Öffentlichkeitsarbeit und Eventmarketing		24	52	44	<i>Hausarbeit</i>	4
EM 17	Sponsoring und Eventmarketing		24	52	44	<i>Klausur</i>	4
EM 18	Messen und Eventmarketing		24	52	44	<i>Klausur</i>	4
EM 19	Promotion und Eventmarketing		24	52	44	<i>Hausarbeit</i>	4
EM 20	Sport und Eventmarketing		24	52	44	<i>multimediale Präsentation</i>	4
EM 21	Projektarbeit (studienbegleitend 2. Studienabschnitt)		72		378	<i>Projektbericht + Präsentation</i>	15
EM 22	Master Thesis		24	-	726	<i>Arbeit + Verteidigung</i>	25
	SUMME		600	1000	2000		120

Anlage 2: Modulbeschreibung zum berufsbegleitenden Masterstudiengang Eventmarketing mit dem Abschluss Master of Business Administration (MBA) „Eventmarketing“

Modulnummer	EM 01
Modulname	Betriebswirtschaftliche Grundlagen
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Mit diesem Modul werden die Grundbegriffe, Zusammenhänge und wesentlichen theoretischen Ansätze der Betriebswirtschaftslehre vermittelt. Schwerpunkte sind die Einordnung der Betriebswirtschaftslehre in die Wirtschaftswissenschaften, der Betrieb als Erkenntnisobjekt der Betriebswirtschaftslehre und seine Beziehungen zur den Märkten, Erklärungsansätze und Methoden der Betriebswirtschaftslehre, betriebliche Prozesse und ihre Abbildung im Rechnungswesen.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> In diesem Modul sollen betriebswirtschaftliche Begriffe und Zusammenhänge als Grundlage für die managementorientierte Ausbildung zum MBA gelernt werden.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind E-Learning- bzw. Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Zulassung zum Studiengang.
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 02 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Das Modul ist generell für MBA-Studiengänge geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der E-Learning bzw. Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Klausur (90 Minuten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 02
Modulname	Management und strategische Unternehmensführung
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Im Modul werden Bausteine und Zusammenhänge des Managements und der strategischen Unternehmensführung vermittelt. Schwerpunkte sind Grundsätze, Modelle und Techniken des Managements, Corporate Identity, Unternehmenskultur und Führungsstil, die Managementfunktionen Organisation, Planung und Kontrolle, das Konzept der strategischen Unternehmensführung und spezielle Gebiete des Managements wie Informations- und Wissensmanagement.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Mit diesem Modul sollen zentrale Begriffe und Zusammenhänge von Management und Unternehmensführung als Grundlage für die managementorientierte Ausbildung zum MBA gelernt werden.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind E-Learning- bzw. Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme sind die Kenntnisse der Grundbegriffe der Betriebswirtschaftslehre (EM 01).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 03 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Das Modul ist generell für MBA-Studiengänge geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der E-Learning- bzw. Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Klausur (90 Minuten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 03
Modulname	Marketingmanagement
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Mit dem Modul werden die Grundlagen des Marketing vermittelt. Schwerpunkte sind die Grundbegriffe des Marketing, der Prozess des Marketingmanagements, Informationsbeschaffung im Marketing, Marketingstrategien und der Einsatz der Marketinginstrumente Produkt, Preis, Distribution und Kommunikation sowie Marketingorganisation und Marketingcontrolling.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Mit diesem Modul sollen grundlegende Begriffe und Zusammenhänge des Marketing als Voraussetzung für das Verständnis des Eventmarketing gelernt werden.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind E-Learning- bzw. Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme sind die Kenntnis der Grundbegriffe der Betriebswirtschaftslehre und des Management (EM 01 und EM 02).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 04 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Das Modul ist generell für MBA-Studiengänge geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der E-Learning bzw. Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Klausur (90 Minuten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 04
Modulname	Customer Relationship Management (CRM)
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Kundenorientierung, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung sind die Ziele einer marktorientierten Unternehmensführung. Im Modul wird der konzeptionelle Ansatz des CRM dargestellt, und es werden die Instrumente und Methoden des CRM vermittelt. Schwerpunkt sind einerseits aus Marketingsicht in das CRM einfließende Themen wie Kundenzufriedenheitsmessung, Kundenwertanalysen, Kundenbindungssysteme sowie aus Informationssicht einfließende Themen zur technischen Gestaltung von CRM-Systemen.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Mit diesem Modul erfolgt die Qualifikation der Studierenden für das Verständnis und die Anwendung moderner Marketingkonzepte als Plattform für Kommunikationspolitik und Eventmarketing.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind E-Learning- bzw. Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme sind die Kenntnis der Grundbegriffe von Betriebswirtschaftslehre, Management und Marketing (EM 01 bis EM 03).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 05 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Das Modul ist generell für MBA-Studiengänge geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der E-Learning bzw. Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Hausarbeit (ca. 6 Seiten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 05
Modulname	Businessplanning und Controlling
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Im Modul wird Controlling als Konzept zur strategischen und operativen Unternehmensführung dargestellt. Es werden die Instrumente und Methoden des strategischen und operativen Controlling anhand von Fallbeispielen vorgestellt. Schließlich wird vermittelt, was ein Businessplan beinhaltet und wie er entsteht.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Mit diesem Modul erwerben die Studierenden die für den MBA-Abschluss notwendigen Kenntnisse zum Controlling und zur Erarbeitung eines Businessplanes.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind E-Learning- bzw. Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Kenntnis der Module EM 01 bis EM 04.
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 06 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Das Modul ist generell für MBA-Studiengänge geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der E-Learning bzw. Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Klausur (90 Minuten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 06
Modulname	Grundlagen des Eventmarketing
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Eventmarketing hat sich im letzten Jahrzehnt zu einem eigenständigen Kommunikationsinstrument im Rahmen der integrierten Unternehmenskommunikation entwickelt. Das Modul beinhaltet die Vermittlung der gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kommunikationspolitischen Hintergründe für diese Entwicklung. Die relevanten Begriffe und Inhalte werden abgegrenzt. Es wird ein Überblick über die Akteure und ihr Zusammenwirken am Eventmarkt erarbeitet. Ziele, Zielgruppen und Typen von Events werden inhaltlich beschrieben. Es wird ein Überblick über die wesentlichen Inhalte und den Ablauf des Eventmarketing vermittelt, das strategische und operative Eventmarketing charakterisiert und eine Einordnung in das Marketing und die integrierte Unternehmenskommunikation vorgenommen.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Aufbauend auf den im ersten Studienabschnitt (EM 01 bis EM 05) erworbenen grundlegenden betriebswirtschaftlichen Kenntnissen soll das Modul das Verständnis für die Stellung des Eventmarketing im Unternehmens-, Marketing- und Kommunikationskontext sicherstellen, grundlegende Kenntnisse zum Inhalt des Eventmarketing aufbauen und den Studierenden in die Lage versetzen, Erscheinungsformen des Eventmarketing in der Praxis sicher in den wissenschaftlichen Kontext einzuordnen.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind E-Learning- bzw. Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme sind die Kenntnis der Grundbegriffe der Betriebswirtschaftslehre (EM 01 bis EM 05) sowie Schlüsselqualifikationen (Fähigkeit zu wissenschaftlichen Arbeiten, Gruppenarbeit und Präsentation).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 07 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Das Modul ist für MBA-Studiengänge und Masterstudiengänge im Marketing- und Kommunikationskontext geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der E-Learning und Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen und der Lösung der Fallstudien sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer multimedialen Präsentation (15 Minuten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).

Häufigkeit des Angebots

Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.

Dauer des Moduls

Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 07
Modulname	Kommunikationstheoretische Grundlagen
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Eventmarketing ist wissenschaftlich fundiert nur einsetzbar, wenn die zentralen Erkenntnisse der modernen Kommunikationstheorie für dieses Instrument wirksam genutzt werden. Inhalt dieses Moduls ist es deshalb, theoretische Ansätze der Kommunikationstheorie aus systemorientierter, ökonomischer und verhaltenswissenschaftlicher Perspektive zu vermitteln. Einen Überblick über die Instrumente der Marketingkommunikation und deren Zusammenwirken im managementorientierten Ansatz der integrierten Kommunikation zu vermitteln. Schließlich ist das Eventmarketing im Zusammenwirken mit den anderen Instrumenten zu begründen.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Aufbauend auf den in den bereits absolvierten Modulen (EM 01 bis EM 06) erworbenen Kenntnissen soll das Modul das Verständnis für die kommunikationspolitischen Aufgaben des Eventmarketing aus kommunikationstheoretischer und Managementperspektive vermitteln. Der Studierende soll in die Lage versetzt werden, Fallbeispiele aus der Eventpraxis theoretisch zu analysieren und zu bewerten.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind E-Learning- und Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme sind die Kenntnis der Grundbegriffe der Betriebswirtschaftslehre (EM 01 bis EM 05), die Grundlagen des Eventmarketing (EM 06) sowie Schlüsselqualifikationen (Fähigkeit zu wissenschaftlichen Arbeiten, Gruppenarbeit und Präsentation).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 08 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Das Modul ist für MBA-Studiengänge und Masterstudiengänge im Marketing- und Kommunikationskontext geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der E-Learning und Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen und der Lösung der Fallstudien sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Klausur (90 Minuten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 08
Modulname	Käuferverhalten und Zielgruppenbestimmung
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Die Teilnehmer an Events sind zugleich Zielgruppe des Eventmarketing und Käufer von Produkten und Dienstleistungen. Erklärung, Beeinflussung und Prognose des Käuferverhaltens ist daher eine konstitutive Voraussetzung für wissenschaftlich begründetes Eventmarketing. Inhalt des Moduls ist deshalb die Vermittlung der verhaltenswissenschaftlichen Modelle zur Erklärung des Käuferverhaltens, die Erläuterung der grundlegenden aktivierenden und kognitiven Prozesse inkl. zentraler Konstrukte wie Involvement, Emotionen, Einstellungen und Image sowie die Einordnung in das soziale Umfeld. Schließlich werden klassische und moderne Ansätze der Zielgruppenbestimmung sowie Trends im Käuferverhalten vermittelt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Aufbauend auf den in den bereits absolvierten Modulen (EM 01 bis EM 07) erworbenen Kenntnissen vermittelt das Modul das grundlegende wissenschaftliche Verständnis für die Entwicklung zielgruppenbezogener Eventkonzepte aus Sicht des Käuferverhaltens und der Marktsegmentierung. Der Studierende soll in die Lage versetzt werden, die Zielgruppenbestimmung für das Eventmarketing anhand von Fallbeispielen aus der Eventpraxis wissenschaftlich fundiert vorzubereiten.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind E-Learning- und Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren und Übungen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Kenntnis der Module EM 01 bis EM 07 sowie Schlüsselqualifikationen (Fähigkeit zu wissenschaftlichen Arbeiten, Gruppenarbeit und Präsentation).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 09 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Das Modul ist für MBA-Studiengänge und Masterstudiengänge im Marketing- und Kommunikationskontext geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der E-Learning und Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen und der Lösung der Fallstudien sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Klausur (90 Minuten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 09
Modulname	Markenstrategien und strategisches Eventmarketing
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Unternehmens- und Markenstrategien sind der Ausgangspunkt für die strategische Planung des Einsatzes von Instrumenten der Kommunikationspolitik im Allgemeinen und des Eventmarketing im Speziellen. Deshalb werden mit dem Modul zunächst Ziele, Inhalte und Strategien der Markenführung (Branding) vermittelt. Die Studierenden erhalten einen Einblick in die Markenführung in relevanten Bereichen (Konsumgüter, Dienstleistungen, Investitionsgüter, NPO's) und leiten wissenschaftlich begründet Prämissen für die strategische Planung des Eventmarketing ab.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Aufbauend auf den in den bereits absolvierten Modulen (EM 01 bis EM 08) erworbenen Kenntnissen sollen durch die Modul Inhalte Markenstrategien von Unternehmen aus Sicht des Managements interpretiert und verstanden werden. Es wird die inhaltliche und methodische Kompetenz vermittelt, Markenstrategien in das strategische Eventmarketing zu transformieren. Dies wird anhand von praktischen Fällen geübt.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind E-Learning- und Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren und Übungen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Kenntnis der Module EM 01 bis EM 08 sowie Schlüsselqualifikationen (Fähigkeit zu wissenschaftlichen Arbeiten, Gruppenarbeit und Präsentation).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 10 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Das Modul ist für MBA-Studiengänge und Masterstudiengänge im Marketing- und Kommunikationskontext geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der E-Learning und Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen und der Lösung der Fallstudien sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Hausarbeit.
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 10
Modulname	Wirkung von Eventmarketing und Eventcontrolling
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Die Kontrolle des kommunikativen und wirtschaftlichen Erfolgs des Eventmarketing ist eine zentrale Fragestellung, die wissenschaftlich wie praktisch gleichermaßen relevant ist. Zur Annäherung an die Messung des Eventerfolgs werden zunächst Grundlagen der qualitativen und quantitativen Marktforschung vermittelt. Verschiedene Ansätze zur Messung der Kommunikationswirkung von Eventmarketing werden zu einem ganzheitlichen Messmodell zusammengeführt, dessen praktische Relevanz anhand von Fallbeispielen diskutiert wird. Schließlich wird das Messmodell in einen umfassenden Ansatz des Eventcontrolling integriert.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Aufbauend auf den in den bereits absolvierten Modulen (EM 01 bis EM 09) erworbenen Kenntnissen werden mit diesem Modul die notwendigen Kenntnisse zu Instrumenten und Methoden der Wirkungsmessung von Events und zum Eventcontrolling erworben. Anhand von Fallbeispielen lernen die Studierenden verschiedene Methoden der Marktforschung kennen und erwerben die Fähigkeit, Marktforschungsergebnisse im Bereich des Eventmarketing zu interpretieren.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind E-Learning- und Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Kenntnis der Module EM 01 bis EM 08 sowie Schlüsselqualifikationen (Fähigkeit zu wissenschaftlichen Arbeiten, Gruppenarbeit und Präsentation).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 11 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Das Modul ist für MBA-Studiengänge und Masterstudiengänge im Marketing- und Kommunikationskontext geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der E-Learning und Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen und der Lösung der Fallstudien sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Klausur (90 Minuten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 11
Modulname	Eventmanagement von Events und Aufgaben des Eventmanagers
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Eventmanagement als operative Seite des Eventmarketing wird methodisch durch die Anwendung des Projektmanagements beherrschbar. In diesem Modul werden deshalb die Grundlagen des Projektmanagements vermittelt. Behandelt werden Projektdefinition, Zielbestimmung, Projektplanung und –realisation aus Sicht des Eventmarketing. Einen Schwerpunkt bildet die Koordination der Eventdienstleister. Grundlage sind die Methoden des Projektmanagements inkl. des Qualitätsmanagements und der Zertifizierung. Schließlich werden die zentralen Aufgaben des Eventmanagers als Führungskraft basierend auf den theoretischen Ansätzen der Führung und des Personalmanagements dargestellt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Aufbauend auf den in den bereits absolvierten Modulen (EM 01 bis EM 10, insbesondere EM 02) erworbenen Kenntnissen werden mit diesem Modul die Inhalte und Methoden des Projektmanagement, der Mitarbeiterführung und der Personalauswahl mit Bezug auf das Eventmarketing gelernt. Mittels Rollenspielen, Gruppenarbeit und Fallbeispielen werden Fertigkeiten des Eventmanagers trainiert.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren und Übungen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Kenntnis der Module EM 01 bis EM 10 sowie Schlüsselqualifikationen (Fähigkeit zu wissenschaftlichen Arbeiten, Gruppenarbeit und Präsentation).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 12 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Durch den engen Praxisbezug ist dieses Modul insbesondere für diesen Studiengang vorgesehen.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen und der Lösung von Planungsaufgaben sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer multimedialen Präsentation.
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 12
Modulname	Entwicklung von Eventkonzeptionen und Eventdesign
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Der Erfolg von Eventmarketing wird einerseits durch ein klares Konzept - ausgehend von den zentralen Marketingbotschaften - andererseits aber durch die Kreativität der Umsetzung in konkrete Erlebnisangebote bestimmt. In diesem Modul werden die Grundlagen der Entwicklung von Eventkonzeptionen mit den Kreativaufgaben Eventdramaturgie und Eventinszenierung verbunden. Inhaltliche Schwerpunkte sind deshalb Ideenfindung, Entwicklung von Motto und Leitmotiv, Dramaturgie und Inszenierung aus Sicht der Theaterwissenschaften und die Übertragung auf das Eventmarketing.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Aufbauend auf den in den bereits absolvierten Modulen (EM 01 bis EM 11, insbesondere EM 02) erworbenen Kenntnissen wird mit diesem Modul das Ziel verfolgt, den Zusammenhang von konzeptioneller und kreativer Arbeit im Eventmarketing deutlich zu machen und den Studierenden das notwendige Verständnis von Eventkreation zu vermitteln, um an dieser Schnittstelle als Gatekeeper agieren zu können. Diese Fähigkeit wird in Kreativworkshops und anhand von Fallbeispielen trainiert.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind Fernlehreinheiten, eine Exkursion sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Übungen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Kenntnis der Module EM 01 bis EM 11 sowie Schlüsselqualifikationen (Fähigkeit zu wissenschaftlichen Arbeiten, Gruppenarbeit und Präsentation).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 13 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Durch den engen Praxisbezug ist dieses Modul insbesondere für diesen Studiengang vorgesehen.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen sowie die aktive Teilnahme an der Exkursion und an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Hausarbeit (ca. 6 Seiten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 13
Modulname	Operative Eventplanung und Eventproduktion
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> In diesem Modul werden die Umsetzung von Eventkonzeptionen in die operative Ablauf- und Aktivitätenplanung von Events sowie die Koordination und Steuerung der Eventproduktion behandelt. Vermittelt werden Zeit- und Ablaufplanung, Personalplanung, Infrastrukturplanung inkl. Location, Hospitality und Logistik sowie die Budgetierung und Kostenplanung. Einen Schwerpunkt stellt Software zur Unterstützung der Eventplanung und –steuerung dar. Weiterhin sind Methoden und Instrumente zur Steuerung der Eventproduktion und Budgeteinhaltung (als Teil des Eventcontrolling) Gegenstand des Moduls.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Aufbauend auf den in den bereits absolvierten Modulen (EM 01 bis EM 12, insbesondere EM 05, EM 10 und EM 11) erworbenen Kenntnissen wird mit diesem Modul das Ziel verfolgt, Kenntnisse über Instrumente und Methoden der operativen Eventplanung und –steuerung zu erwerben und die Fähigkeiten des operativen Eventmanagements anhand von Fällen zu trainieren.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren und Übungen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Kenntnis der Module EM 01 bis EM 12 sowie Schlüsselqualifikationen (Fähigkeit zu wissenschaftlichen Arbeiten, Gruppenarbeit und Präsentation).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 14 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Durch den engen Praxisbezug ist dieses Modul insbesondere für diesen Studiengang vorgesehen.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Klausur (90 Minuten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 14
Modulname	Finanzierung von Events und Organisation von Eventagenturen
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Über 75 Prozent der in Deutschland von Unternehmen, Kommunen, Vereinen, Verbänden und anderen NPO's veranstalteten Events werden unter Einbeziehung von Eventagenturen und Eventdienstleistern organisiert. In diesem Modul sollen deshalb die grundlegenden Kenntnisse zur Organisation und Arbeitsweise von Eventagenturen, zu typischen Arten und Formen von Agenturen, zum Eventprocurement, zur Finanzierung und der Angebotskalkulation von Events im Kontext des Zusammenwirkens von Eventveranstalter, Eventagentur und Eventdienstleister vermittelt werden.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Aufbauend auf den in den bereits absolvierten Modulen (EM 01 bis EM 13, insbesondere EM 12) erworbenen Kenntnissen wird mit diesem Modul das Ziel verfolgt, die Aufgaben von Eventagenturen und Eventdienstleistern im Eventmarketing abzugrenzen und die Studierenden zur Optimierung des Managements an den Schnittstellen zwischen Eventveranstaltern, Eventagenturen und Eventdienstleistern zu befähigen. Die Vermittlung des Stoffes wird durch Internetrecherchen und Fallbeispiele unterstützt.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind Fernlehreinheiten, eine Exkursion sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Übungen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Kenntnis der Module EM 01 bis EM 13 sowie Schlüsselqualifikationen (Fähigkeit zu wissenschaftlichen Arbeiten, Gruppenarbeit und Präsentation).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 15 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Durch den engen Praxisbezug ist dieses Modul insbesondere für diesen Studiengang vorgesehen.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls sowie der Exkursion. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer multimedialen Präsentation (15 Minuten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 15
Modulname	Eventrecht
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Die Organisation und Durchführung von Events ist aus rechtlicher Sicht mit zahlreichen spezifischen Fragestellungen verbunden. Im Modul sollen ausgehend von einer Einordnung in den allgemeinen rechtlichen Kontext spezifische Probleme des Eventrechts behandelt werden. Schwerpunkte sind vertragsrechtliche, versicherungstechnische, genehmigungsrechtliche, haftungsrechtliche und steuerrechtliche Fragen im Eventmarketing.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Aufbauend auf den in den bereits absolvierten Modulen (EM 01 bis EM 14) erworbenen Kenntnissen wird mit diesem Modul das relativ eigenständige Ziel verfolgt, einen Überblick über die Fragestellungen des Eventrechts zu geben und dieses anhand von konkreten Fällen zu diskutieren. Die Studierenden sollen durch dieses Modul befähigt werden, rechtliche Probleme im Eventmarketing zu erkennen und als Partner von Juristen zu agieren.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren und Fallübungen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Kenntnis der Module EM 01 bis EM 14 sowie Schlüsselqualifikationen (Fähigkeit zu wissenschaftlichen Arbeiten, Gruppenarbeit und Präsentation).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die folgenden Module EM 16 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22, ist jedoch aufgrund der Spezifik rechtlicher Fragestellungen im Eventmarketing eigenständig. Durch den engen Praxisbezug ist dieses Modul insbesondere für diesen Studiengang vorgesehen.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Klausur (90 Minuten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 16
Modulname	Medien- und Öffentlichkeitsarbeit und Eventmarketing
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Medien- und Öffentlichkeitsarbeit im Vorfeld, während und nach dem Event ist ein zentraler Erfolgsfaktor für das Eventmarketing. Im Modul werden deshalb Grundbegriffe und Grundlagen der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit vermittelt und zielgerichtet mit Blick auf die Anforderungen des Eventmarketing vertieft. Schwerpunkte sind strategische Planung der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, Zusammenarbeit mit den Medien, Instrumente der Medienarbeit, Organisation von Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, das Verfassen von Presstexten und die Abgabe von Statements.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Aufbauend auf den in den bereits absolvierten Modulen (EM 01 bis EM 15) erworbenen Kenntnissen werden mit diesem Modul die Ziele verfolgt, den Studierenden ein Grundverständnis für die Arbeit von Medien zu vermitteln und die Fähigkeit zu entwickeln, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit im Eventkontext zu planen, den Umgang mit Medienvertretern in Rollenspielen zu üben und zu lernen, Pressekonferenzen vorzubereiten und Pressemitteilungen sowie andere Informationen anhand von Fallbeispielen für die Medien zu erstellen.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind E-Learning- und Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren und Übungen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Kenntnis der Module EM 01 bis EM 15 sowie Schlüsselqualifikationen (Fähigkeit zu wissenschaftlichen Arbeiten, Gruppenarbeit und Präsentation).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 17 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Das Modul ist für MBA-Studiengänge und Masterstudiengänge im Marketing- und Kommunikationskontext geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der E-Learning und Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen und der Lösung der Fallstudien sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Hausarbeit (ca. 6 Seiten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 17
Modulname	Sponsoring und Eventmarketing
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Sponsoring und Eventmarketing sind eigenständige Instrumente der Marketingkommunikation, werden jedoch oft komplementär eingesetzt. Im Modul wird Sponsoring zunächst aus kommunikations- und verhaltenswissenschaftlicher Perspektive betrachtet. Es werden die Formen des Sponsoring, Marktforschungsansätze im Sponsoring, Sponsoringstrategien sowie der Prozess der Planung, Organisation und Kontrolle von Sponsoringaktivitäten vermittelt. Schließlich werden Strategien zum komplementären oder integrierten Einsatz von Sponsoring und Eventmarketing entwickelt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Aufbauend auf den in den bereits absolvierten Modulen (EM 01 bis EM 16) erworbenen Kenntnissen wird mit diesem Modul das Ziel verfolgt, das Kommunikationsinstrument Sponsoring in seinen Wirkungsdimensionen genau kennen zu lernen und die Fähigkeit zu erwerben, Sponsoring und Eventmarketing komplementär einsetzen zu können.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind E-Learning- bzw. Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Kenntnis der Module EM 01 bis EM 16 sowie Schlüsselqualifikationen (Fähigkeit zu wissenschaftlichen Arbeiten, Gruppenarbeit und Präsentation).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 18 bis EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Das Modul ist für MBA-Studiengänge und Masterstudiengänge im Marketing- und Kommunikationskontext geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der E-Learning und Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Klausur (90 Minuten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 18
Modulname	Messen und Eventmarketing
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Messen haben in den letzten Jahren neben der Verkaufsfunktion zunehmend Kommunikationsfunktion im Rahmen von Markenimagestrategien erhalten. Vor diesem Hintergrund sind Messeevents zu verorten und die "Eventisierung" von Messen zu verstehen. Im Modul wird ausgehend von den Grundlagen des Messemarketing die Messe als Instrument der Marketingkommunikation behandelt. Vermittelt werden die Prozesse der Planung, Organisation und Kontrolle der Messekommunikation und die Integration von Eventmarketing in den Messekontext.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Aufbauend auf den in den bereits absolvierten Modulen (EM 01 bis EM 17) erworbenen Kenntnissen wird mit diesem Modul das grundlegende Wissen über den Einsatz von Messen als Kommunikationsinstrument vermittelt. Die Studierenden erwerben unterstützt durch Fallstudien die Fähigkeit, Konzepte für Messeevents eigenständig zu konzipieren und als Partner von Messegesellschaften und Messedienstleistern zu agieren.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind E-Learning- bzw. Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren und Fallstudienübungen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Kenntnis der Module EM 01 bis EM 17 sowie Schlüsselqualifikationen (Fähigkeit zu wissenschaftlichen Arbeiten, Gruppenarbeit und Präsentation).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die inhaltlich folgenden Module EM 19 und EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Das Modul ist für MBA-Studiengänge und Masterstudiengänge im Marketing- und Kommunikationskontext geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der E-Learning und Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen und der Lösung der Fallstudien sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Klausur (90 Minuten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 19
Modulname	Promotion und Eventmarketing
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Im Zusammenhang mit der Entwicklung des Erlebnishandels hat Eventmarketing im Handel spezifische Einsatzfelder gewonnen. Im Modul wird deshalb zunächst das Konzept des Erlebnishandels vor dem Hintergrund der im Handel stattfindenden Polarisierungsprozesse dargestellt. Aufbauend darauf wird die Spezifik von Eventmarketing im Handel betrachtet. Dabei wird der Zusammenhang von Promotion und Eventmarketing auf kommunikations- und verhaltenswissenschaftlicher Grundlage untersucht und der Prozess der Planung, Organisation und Kontrolle von Eventmarketing im Handel vermittelt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Aufbauend auf den in den bereits absolvierten Modulen (EM 01 bis EM 18) erworbenen Kenntnissen wird mit diesem Modul das Ziel verfolgt, den Studierenden notwendige Kenntnisse zum Erlebnishandel zu vermitteln und die Fähigkeit zu erwerben, Eventmarketing in Kommunikationsstrategien des Handels zu integrieren, was anhand von Praxisfällen geübt wird.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind E-Learning- bzw. Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren und Übungen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Kenntnis der Module EM 01 bis EM 18 sowie Schlüsselqualifikationen (Fähigkeit zu wissenschaftlichen Arbeiten, Gruppenarbeit und Präsentation).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für das inhaltlich folgende Modul EM 20 sowie die Master Thesis EM 22. Das Modul ist für MBA-Studiengänge und Masterstudiengänge im Marketing- und Kommunikationskontext geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der E-Learning und Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen und der Lösung der Fallstudien sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer Hausarbeit (ca. 6 Seiten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 20
Modulname	Sport und Eventmarketing
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Sport und Eventmarketing sind tendenziell zunehmend enger verbunden. Im Modul wird zunächst Grundlagenwissen zu Sportpsychologie, Sportsoziologie und Sportmarketing vermittelt. Motivations- und Anreizpotentiale von Sportarten werden hinsichtlich ihrer Passfähigkeit und ihrer Einsatzmöglichkeiten im Eventmarketing wissenschaftlich bewertet. Schließlich wird die Planung, die Organisation und das Management von Sport im Eventmarketing und von Sportevents behandelt.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Aufbauend auf den in den bereits absolvierten Modulen (EM 01 bis EM 19) erworbenen Kenntnissen wird mit diesem Modul das Ziel verfolgt, die Studierenden wissenschaftlich fundiert zum Einsatz von Sport im Eventmarketing zu befähigen und die Fähigkeit zur Planung, Organisation und Steuerung von Sportevents zu erwerben.</p>
Lehrformen	Die Vermittlungsformen sind E-Learning- bzw. Fernlehreinheiten sowie Präsenzlehreinheiten in Form von Seminaren und Fallstudienübungen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist die Kenntnis der Module EM 01 bis EM 19 sowie Schlüsselqualifikationen (Fähigkeit zu wissenschaftlichen Arbeiten, Gruppenarbeit und Präsentation).
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die Master Thesis (Modul EM 22). Das Modul ist für Masterstudiengänge im Marketing-, Kommunikations- und Sportkontext geeignet.
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen zur Modulprüfung und die erfolgreiche Ablegung der Modulprüfung. Zulassungsvoraussetzung ist das Studium der E-Learning und Fernlehreinheiten des Moduls einschließlich der Beantwortung der Kontrollfragen und der Lösung der Fallstudien sowie die aktive Teilnahme an den Präsenzlehrveranstaltungen des Moduls. Die dem Modul zugewiesenen Leistungspunkte werden durch das Bestehen der Modulprüfung erworben.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus einer multimedialen Präsentation (15 Minuten).
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 4 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 120 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird in jedem Studienjahr einmal angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul erstreckt sich über 4 Wochen in einem Semester.

Modulnummer	EM 21
Modulname	Projektarbeit
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Parallel zum Studium soll das erworbene Wissen auf ein individuelles Eventprojekt angewendet werden. Grundlage für die Projektarbeit sind die absolvierten Module, die Diskussion der Projektarbeit in der Gruppe (außerhalb der Präsenzphasen in virtueller Gruppenarbeit) und Konsultationen mit den Dozenten.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Am Beispiel eines eigenen Eventprojektes lernt der Studierende Schritt für Schritt mit der Teilnahme an den fachspezifischen Modulen, deren Inhalte und Methoden schöpferisch auf eine komplexe Aufgabe des Eventmarketing anzuwenden.</p>
Lehrformen	Eigenständige Arbeit, Gruppenarbeit und Konsultationen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist das Vorliegen einer vom Prüfungsausschuss bestätigten Themenstellung für die Projektarbeit. Das Projekt wird in der Regel durch den Studierenden zu Beginn des Studiums selbst vorgeschlagen.
Verwendbarkeit des Moduls	Das Modul ist Voraussetzung für die Master Thesis (EM 22).
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten ist das Bestehen der Modulprüfung.
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus dem Projektbericht und dessen Präsentation.
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 15 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 450 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird einmal im Studienverlauf angeboten.
Dauer des Moduls	Das Modul beginnt im ersten Semester und erstreckt sich über drei Semester.

Modulnummer	EM 22
Modulname	Master Thesis
Modulverantwortlich	C-MIT Leiter Kompetenzzentrum Marketing und Kommunikation
Inhalte und Qualifikationsziele	<p><u>Inhalte:</u> Das Modul Master Thesis fügt sich in die inhaltlichen Schwerpunkte des Studiums ein und wird in der Regel einem der Schwerpunkte der Module EM 06 bis EM 20 zugeordnet sein.</p> <p>Neben der Erarbeitung der Master Thesis werden dem Studierenden Schlüsselqualifikationen für die Tätigkeit als Manager bzw. für die optimale Teilnahme am Studium vermittelt, soweit dies nicht bereits in anderem Zusammenhang erfolgt ist. Schwerpunkte sind wissenschaftliches Arbeiten, Rhetorik, Präsentationstechnik, Gruppenarbeit und Teammanagement.</p> <p>Das Thema der Master Thesis wird vom Betreuer vorgegeben und vom Prüfungsausschuss bestätigt. Dem Studierenden wird jedoch die Möglichkeit eingeräumt, eigene Vorschläge einzureichen. Das Modul wird durch die Verteidigung abgeschlossen. Die Verteidigung, die – unter Einbeziehung der wissenschaftlich-fachlichen Grundlagen des jeweiligen Themas – inhaltlich an die Master Thesis anknüpft, dient der Abrundung des durch die Master Thesis gewonnenen Eindrucks.</p> <p><u>Qualifikationsziele:</u> Die Master Thesis und ihre Verteidigung qualifiziert den Studierenden zur Anwendung des im Studiengang erworbenen theoretischen und anwendungsorientierten Fachwissens auf eine konkrete Aufgabenstellung aus dem Bereich des Eventmarketing. Sie ist zugleich Ausweis für die erworbene Qualifikation zur systematischen wissenschaftlichen Arbeit, zur anspruchsvollen Präsentation von Ergebnissen und zur Argumentation auf hohem fachlichen Niveau.</p>
Lehrformen	Kolloquium zum wissenschaftlichen Arbeiten, eigenständige Arbeit und Konsultationen.
Voraussetzungen für die Teilnahme	Voraussetzung für die Teilnahme ist das Vorliegen einer vom Prüfungsausschuss bestätigten Themenstellung für die Master Thesis.
Verwendbarkeit des Moduls	---
Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten	Die Erfüllung der Zulassungsvoraussetzungen und das erfolgreiche Ablegen der Modulprüfung sind Voraussetzung für die Vergabe von Leistungspunkten. Zulassungsvoraussetzungen sind: Module EM 01 bis EM 21
Modulprüfung	Die Modulprüfung besteht aus der Master Thesis und deren Verteidigung. Zur Verteidigung kann der Studierende nur dann zugelassen werden, wenn seine Master Thesis mit mindestens "ausreichend" (4,0) bewertet wurde.
Leistungspunkte und Noten	Im Modul werden 25 Leistungspunkte (credits) erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistungen und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
Arbeitsaufwand	Das Modul umfasst einen Arbeitsaufwand der Studierenden von 750 Arbeitsstunden (workload).
Häufigkeit des Angebots	Das Modul wird einmal im Studienverlauf angeboten.
Dauer des Moduls	20 Wochen im vierten Semester.

**Prüfungsordnung für den berufsbegleitenden
Masterstudiengang Eventmarketing
(Master of Business Administration (MBA) "Eventmarketing")
an der Technischen Universität Chemnitz
Vom 14. Februar 2007**

Aufgrund von § 24 Abs. 1 i.V. mit § 8 Abs. 2 des Gesetzes über die Hochschulen im Freistaat Sachsen (Sächsisches Hochschulgesetz - SächsHG) vom 11. Juni 1999 (SächsGVBl. S.293) hat der Senat der Technischen Universität Chemnitz folgende Prüfungsordnung als Satzung erlassen:

Inhaltsübersicht

1. Abschnitt: Allgemeine Bestimmungen

- § 1 Regelstudienzeit
- § 2 Prüfungsaufbau
- § 3 Fristen
- § 4 Allgemeine Zulassungsvoraussetzungen
- § 5 Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen
- § 6 Arten der Prüfungsleistung
- § 7 Mündliche Prüfungsleistungen
- § 8 Klausurarbeiten und sonstige schriftliche Arbeiten
- § 9 Alternative Prüfungsleistungen
- § 10 Bewertung der Prüfungsleistungen, Bildung und Gewichtung der Noten
- § 11 Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß
- § 12 Mängel im Prüfungsverfahren
- § 13 Bestehen und Nichtbestehen
- § 14 Wiederholung der Modulprüfungen
- § 15 Prüfungsausschuss
- § 16 Prüfer und Beisitzer
- § 17 Zweck und Durchführung der Masterabschlussprüfung
- § 18 Abschlussarbeit (Master Thesis)
- § 19 Zeugnis und Masterurkunde
- § 20 Ungültigkeit der Masterabschlussprüfung
- § 21 Einsicht in die Prüfungsakten
- § 22 Widerspruchsverfahren

2. Abschnitt: Fachspezifische Bestimmungen

- § 23 Studienaufbau und -umfang
- § 24 Gegenstand, Art und Umfang der Modulprüfungen
- § 25 Abgabe der Master Thesis, Verlängerung der Bearbeitungszeit
- § 26 Einsicht in die Prüfungsakten
- § 27 Master Degree

3. Abschnitt: Schlussbestimmungen

- § 28 Inkrafttreten

Die Bezeichnung weiblicher oder männlicher Personen durch die jeweils maskuline Form in der nachstehenden Satzung bringt den Auftrag der Hochschule, im Rahmen ihrer Aufgaben die verfassungsrechtlich gebotene Gleichstellung von Mann und Frau zu verwirklichen und die für Frauen bestehenden Nachteile zu beseitigen, nicht angemessen zum Ausdruck. Auf die Verwendung von Doppelformen oder andere Kennzeichnungen für weibliche und männliche Personen (z. B. Prüferin/Prüfer) wird jedoch verzichtet, um die Lesbarkeit und Übersichtlichkeit zu wahren. Mit allen im Text verwendeten Personenbezeichnungen sind stets beide Geschlechter gemeint.

1. Abschnitt: Allgemeine Bestimmungen

§ 1

Regelstudienzeit

Der Studiengang hat eine Regelstudienzeit von vier Semestern (zwei Jahre). Die Regelstudienzeit umfasst das Studium, alle Modulprüfungen einschließlich des Moduls Master Thesis.

§ 2

Prüfungsaufbau

Die Masterabschlussprüfung besteht aus Modulprüfungen in den Modulen 1 bis 21 und der Modulprüfung Master Thesis. Modulprüfungen setzen sich aus einer oder zwei Prüfungsleistungen zusammen. Modulprüfungen werden studienbegleitend abgenommen.

§ 3

Fristen

- (1) Die Masterabschlussprüfung ist innerhalb der Regelstudienzeit abzulegen, spätestens innerhalb von vier Semestern nach Abschluss der Regelstudienzeit.
- (2) Durch die Studienordnung und das Lehrangebot wird sichergestellt, dass Modulprüfungen in den festgesetzten Zeiträumen abgelegt werden können. Der Prüfling soll rechtzeitig sowohl über Art und Zahl der zu absolvierenden Modulprüfungen als auch über die Termine, zu denen sie zu erbringen sind, und ebenso über den Aus- und Abgabezeitpunkt der Abschlussarbeit informiert werden. Dem Prüfling sind für jede Modulprüfung auch die jeweiligen Wiederholungstermine bekannt zu geben.
- (3) Die Masterprüfung, die nicht innerhalb von vier Semestern nach Abschluss der Regelstudienzeit abgelegt worden ist, gilt als nicht bestanden.
- (4) Prüfungsleistungen können bei Vorliegen der Zulassungsvoraussetzungen vor Ablauf des im Studienablaufplan vorgesehenen Zeitpunktes abgelegt werden (Freiversuch).
- (5) Im Falle einer nicht bestandenen Prüfung gilt diese Prüfung auf Antrag des Kandidaten als nicht unternommen. Im Falle einer bestandenen Prüfung kann die Prüfungsleistung auf Antrag des Kandidaten zur Aufbesserung der Note zum nächsten regulären Prüfungstermin wiederholt werden. In diesen Fällen zählt die bessere Note.

§ 4

Allgemeine Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Die Masterprüfung kann nur ablegen, wer
 1. in den Masterstudiengang „Eventmarketing“ an der Technischen Universität Chemnitz immatrikuliert ist,
 2. die Masterprüfung nicht „endgültig nicht bestanden“ hat,
 3. die im Einzelnen bestimmten Prüfungsvorleistungen für die jeweilige Prüfungsleistung erbracht hat.
- (2) Der Antrag auf Zulassung zur Masterprüfung ist unter Einhaltung der Meldefrist für jede Prüfungsleistung schriftlich an das Prüfungsamt zu richten. Dem Antrag sind beizufügen:
 1. eine Angabe des Moduls, auf das sich die Prüfungsleistung beziehen soll,
 2. Nachweise über das Vorliegen der genannten Zulassungsvoraussetzungen,
 3. eine Erklärung des Prüflings darüber, dass die Prüfungsordnung bekannt ist und ob er bereits eine Masterprüfung im gleichen Studiengang oder (nach Maßgabe des Landesrechts) in einem verwandten Studiengang an einer wissenschaftlichen Hochschule in der Bundesrepublik Deutschland nicht bestanden oder endgültig nicht bestanden hat oder ob er sich in einem schwebenden Prüfungsverfahren befindet und ob er seinen Prüfungsanspruch nach Maßgabe des Landesrechts durch Überschreiten der Fristen für die Meldung zu der jeweiligen Prüfung oder deren Ablegung verloren hat.
- (3) Über die Zulassung entscheidet der Prüfungsausschuss, in dringenden Fällen dessen Vorsitzender.
- (4) Personen, die sich in ihrer Berufspraxis, im Rahmen der Weiterbildung oder durch autodidaktische Studien ein der Studien- und Prüfungsordnung entsprechendes Wissen und Können angeeignet haben, können den berufsqualifizierenden Abschluss im externen Verfahren erwerben. Über den Antrag auf Zulassung zur Masterprüfung sowie über das Prüfungsverfahren und über die zu erbringenden Prüfungsleistungen, die den Anforderungen der Prüfungsordnung entsprechen müssen, entscheidet der Prüfungsausschuss.
- (5) Die Zulassung zu einer Prüfungsleistung der Masterprüfung darf nur abgelehnt werden, wenn
 1. die in Absatz 1 genannten Voraussetzungen oder die Verfahrensvorschriften nach Absatz 2 nicht erfüllt sind oder die Unterlagen unvollständig sind,
 2. der Prüfling in demselben oder (nach Maßgabe des Landesrechts) in einem verwandten Studiengang die Masterprüfung endgültig nicht bestanden hat oder sich in einem Prüfungsverfahren befindet oder der Prüfling nach Maßgabe des Landesrechts seinen Prüfungsanspruch durch Überschreiten der Fristen für die Meldung zu der jeweiligen Prüfungsleistung oder deren Ablegung verloren hat.

§ 5

Anrechnung von Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen

(1) Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen in einem vergleichbaren Studiengang werden angerechnet, soweit die Gleichwertigkeit festgestellt ist. Gleichwertigkeit ist festzustellen, wenn Studienzeiten, Studienleistungen und Prüfungsleistungen in Inhalt, Umfang und in den Anforderungen denjenigen des Studiengangs an der Technischen Universität Chemnitz im Wesentlichen entsprechen. Dabei ist kein schematischer Vergleich, sondern eine Gesamtbetrachtung und Gesamtbewertung vorzunehmen. Über die Anrechnung entscheidet der Prüfungsausschuss.

(2) Werden Studien- und Prüfungsleistungen angerechnet, sind die Noten – soweit die Notensysteme vergleichbar sind – zu übernehmen und nach Maßgabe der vorliegenden Prüfungsordnung in die Berechnung der Gesamtnote einzubeziehen. Bei unvergleichbaren Notensystemen wird der Vermerk „bestanden“ aufgenommen.

§ 6

Arten der Prüfungsleistung

(1) Prüfungsleistungen sind:

1. mündliche Prüfungsleistungen (§ 7) und/oder
2. Klausurarbeiten und sonstige schriftliche Arbeiten (§ 8) und/oder
3. andere kontrollierte, nach gleichen Maßstäben bewertbare Prüfungsleistungen (alternative Prüfungsleistungen, § 9) einschließlich multimedial gestützter Prüfungsleistungen.

(2) Macht ein Prüfling glaubhaft, dass er wegen länger andauernder oder ständiger körperlicher Behinderung nicht in der Lage ist, die Prüfungsleistungen ganz oder teilweise in der vorgesehenen Form abzulegen, so kann der Prüfungsausschuss dem Prüfling gestatten, gleichwertige Prüfungsleistungen in einer anderen Form zu erbringen.

(3) Die Prüfungstermine sind rechtzeitig, in der Regel mindestens vier Wochen vor Beginn, durch schriftliche Mitteilung bekannt zu geben.

(4) Die Prüfungssprache ist Deutsch. Auf Antrag des Prüflings können Prüfungsleistungen auch in englischer Sprache erbracht werden.

§ 7

Mündliche Prüfungsleistungen

(1) Durch mündliche Prüfungsleistungen soll der Prüfling nachweisen, dass er die Zusammenhänge des Prüfungsgebietes erkennt und spezielle Fragestellungen in diese Zusammenhänge einzuordnen vermag. Ferner soll festgestellt werden, ob der Prüfling über ein dem Stand des Studiums entsprechendes Grundlagenwissen verfügt.

(2) Mündliche Prüfungsleistungen werden vor mindestens zwei Prüfern oder vor einem Prüfer in Gegenwart eines sachkundigen Beisitzers als Gruppenprüfung oder als Einzelprüfung abgelegt (§ 16).

(3) Die Prüfungsdauer beträgt je Prüfling bei Einzelprüfungen zwischen 20 und 40 Minuten. Bei Gruppenprüfungen verlängert sich die Prüfungszeit in Abhängigkeit von der Anzahl der Prüflinge.

(4) Die wesentlichen Gegenstände und Ergebnisse der mündlichen Prüfungsleistungen sind in einem Protokoll festzuhalten, das von den Prüfern bzw. vom Prüfer und dem Beisitzer zu unterzeichnen ist. Das Ergebnis ist dem Prüfling im Anschluss an die mündliche Prüfungsleistung bekannt zu geben.

(5) Studierende, die sich zu einem späteren Prüfungstermin der gleichen Prüfungsleistung unterziehen wollen, sollen nach Maßgabe der räumlichen Verhältnisse als Zuhörer zugelassen werden, es sei denn, der Prüfling widerspricht. Die Zulassung erstreckt sich nicht auf die Beratung und Bekanntgabe der Prüfungsergebnisse an den Prüfling.

(6) Die mündliche Prüfungsleistung kann aus einem wichtigen Grund unterbrochen werden. Ein neuer Prüfungstermin ist unverzüglich nach Wegfall des Unterbrechungsgrundes festzusetzen. Der Unterbrechungsgrund ist im Protokoll (Absatz 4 Satz 1) zu vermerken.

§ 8

Klausurarbeiten und sonstige schriftliche Arbeiten

(1) In schriftlichen Arbeiten soll der Prüfling nachweisen, dass er auf der Basis des notwendigen Grundlagenwissens in begrenzter Zeit und mit begrenzten Hilfsmitteln mit den gängigen Methoden seines Faches Aufgaben lösen und Themen bearbeiten kann. Dem Prüfling können dabei Themen zur Auswahl gegeben werden.

(2) Das Bewertungsverfahren schriftlicher Prüfungsleistungen soll vier Wochen nicht überschreiten.

(3) Die Dauer der Klausurarbeiten und sonstiger schriftlicher Arbeiten darf 90 Minuten nicht unterschreiten und 240 Minuten nicht überschreiten. Erscheint ein Prüfling verspätet zur Prüfung, so verkürzt sich die Dauer der Prüfung für ihn um die versäumte Zeit.

(4) Schriftliche Prüfungsleistungen, deren Bestehen Voraussetzung für die Fortsetzung des Studiums sind, sind in der Regel stets aber im Fall der letzten Wiederholungsprüfung von mindestens zwei Prüfern zu bewerten.

(5) Die vom Prüfer zugelassenen Hilfsmittel sind mit der Ankündigung des Prüfungstermins bekannt zu geben.

(6) Über den Prüfungsverlauf ist ein Protokoll anzufertigen und von einem Aufsichtsführenden für die Richtigkeit zu unterzeichnen.

§ 9

Alternative Prüfungsleistungen

(1) Alternative Prüfungsleistungen können im Rahmen von Seminaren und Projekten erbracht werden. Sie müssen in Form von schriftlichen Ausarbeitungen, Referaten, multimedial gestützten Prüfungsleistungen oder protokollierten praktischen Leistungen im Rahmen von Lehrveranstaltungen bzw. als Projektarbeit erfolgen und individuell zurechenbar sein.

(2) Für die Bewertung alternativer Prüfungsleistungen gelten § 7 Abs. 2 und § 8 Abs. 4 entsprechend.

§ 10

Bewertung der Prüfungsleistungen, Bildung und Gewichtung der Noten

(1) Die Noten für die einzelnen Prüfungsleistungen werden von den jeweiligen Prüfern festgesetzt. Für die Bewertung von Prüfungsleistungen 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 den durchschnittlichen Anforderungen entspricht,
- 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.

Zur differenzierten Bewertung von Prüfungsleistungen können einzelne Noten um 0,3 auf Zwischenwerte erhöht oder abgesenkt werden; die Noten 0,7, 4,3, 4,7 und 5,3 sind dabei ausgeschlossen.

(2) Besteht eine Modulprüfung aus mehreren Prüfungsleistungen, errechnet sich die Modulnote als arithmetisches Mittel der Noten der einzelnen Prüfungsleistungen. Die Note des Moduls Master Thesis errechnet sich aus dem gewogenen Mittel der Noten für die Master Thesis und die Verteidigung. Die Note der Verteidigung geht mit 1/5 in die Modulnote ein. Bei Modulnoten wird nur die erste Dezimalstelle hinter dem Komma berücksichtigt; alle weiteren Stellen werden ohne Rundung gestrichen. Die Modulnote lautet bei einem Durchschnitt:

- bis einschließlich 1,5 = sehr gut,
- von 1,6 bis einschließlich 2,5 = gut,
- von 2,6 bis einschließlich 3,5 = befriedigend,
- von 3,6 bis einschließlich 4,0 = ausreichend,
- ab 4,1 = nicht ausreichend.

(3) Für die Masterabschlussprüfung wird eine Gesamtnote gebildet. Die Gesamtnote ergibt sich als gewogenes Mittel aus den Noten der Modulprüfungen und der Note des Moduls Master Thesis. Die Note des Moduls Master Thesis geht dabei mit 1/3 in die Gesamtnote ein.

(4) Die Gesamtnote wird durch eine ECTS-Note nach folgendem Schema ergänzt:

ECTS-Grade	Leistungsniveau	Deutsche Note
A	die besten 10%	hervorragend
B	die nächsten 25%	Sehr gut
C	die nächsten 30%	Gut
D	die nächsten 25%	befriedigend
E	die nächsten 10%	ausreichend
F		nicht bestanden

§ 11

Versäumnis, Rücktritt, Täuschung, Ordnungsverstoß

- (1) Der Prüfling kann die Anmeldung zu einer Modulprüfung ohne Angabe von Gründen zurückziehen, sofern er dies dem Prüfungsausschuss sowie dem Prüfer innerhalb einer festgelegten Frist mitteilt.
- (2) Eine Prüfungsleistung gilt als mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet, wenn der Prüfling einen für ihn bindenden Prüfungstermin ohne triftige Gründe versäumt oder wenn er von einer Prüfung, die er angetreten hat, ohne triftigen Grund zurücktritt. Dasselbe gilt, wenn eine schriftliche Prüfungsleistung nicht innerhalb der vorgegebenen Bearbeitungszeit erbracht wird.
- (3) Der für den Rücktritt oder das Versäumnis geltend gemachte Grund muss dem Prüfungsausschuss unverzüglich schriftlich angezeigt und glaubhaft gemacht werden. Bei Krankheit des Prüflings wird die Vorlage eines ärztlichen Attestes und in Zweifelsfällen eines amtsärztlichen Attestes verlangt. Soweit die Einhaltung von Fristen für die erstmalige Meldung zur Prüfung, die Wiederholung von Prüfungen, die Gründe für das Versäumnis von Prüfungen und die Einhaltung von Bearbeitungszeiten für Prüfungsarbeiten betroffen sind, steht der Krankheit des Prüflings die Krankheit eines von ihm überwiegend allein zu versorgenden Kindes gleich.
- (4) Erkennt der Prüfungsausschuss den Grund für Versäumnis oder Rücktritt an, so wird im Benehmen mit dem Prüfling ein neuer Prüfungstermin anberaumt. Die bereits vorliegenden Prüfungsergebnisse sind in diesem Fall anzurechnen.
- (5) Versucht der Prüfling das Ergebnis seiner Prüfungsleistungen durch Täuschung oder Benutzung nicht zugelassener Hilfsmittel zu beeinflussen, wird die betreffende Prüfungsleistung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet.
- (6) Ein Prüfling, der den ordnungsgemäßen Ablauf des Prüfungstermins stört, kann von dem jeweiligen Prüfer oder Aufsichtsführenden von der Fortsetzung der Prüfungsleistung ausgeschlossen werden; in diesem Fall wird die Prüfungsleistung mit „nicht ausreichend“ (5,0) bewertet. In schwerwiegenden Fällen kann der Prüfungsausschuss den Prüfling von der Erbringung weiterer Prüfungsleistungen ausschließen.
- (7) Der Prüfling kann innerhalb von zwei Wochen nach Bekanntgabe von Entscheidungen nach Absatz 5 oder 6 verlangen, dass diese vom Prüfungsausschuss überprüft werden.
- (8) Belastende Entscheidungen sind dem Prüfling unverzüglich mitzuteilen, zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.

§ 12

Mängel im Prüfungsverfahren

- (1) Erweist sich, dass das Prüfungsverfahren mit Mängeln behaftet war, die das Prüfungsergebnis beeinflusst haben, so kann auf Antrag eines Prüflings oder von Amts wegen angeordnet werden, dass für einen bestimmten Prüfling oder alle Prüflinge die Prüfung oder einzelne Teile derselben neu angesetzt werden. In diesem Fall entfallen die bereits erbrachten Ergebnisse.
- (2) Mängel im Prüfungsverfahren müssen unverzüglich, spätestens innerhalb eines Monats nach dem jeweiligen Prüfungstag beim Vorsitzenden des Prüfungsausschusses oder bei dem Prüfer geltend gemacht werden.

§ 13

Bestehen und Nichtbestehen

- (1) Eine Modulprüfung ist bestanden, wenn sie mindestens mit „ausreichend“ (4,0) bewertet wurde.
- (2) Die Masterabschlussprüfung ist bestanden, wenn sämtliche Modulprüfungen bestanden sind.
- (3) Hat ein Prüfling eine Modulprüfung nicht bestanden, so erteilt der Vorsitzende des Prüfungsausschusses dem Prüfling hierüber einen schriftlichen Bescheid, der auch darüber Auskunft gibt, ob, in welchem Umfang und in welcher Frist die entsprechende Prüfungsleistung wiederholt werden kann.
- (4) Hat ein Prüfling die Wiederholungsprüfung einer Modulprüfung nicht bestanden, so ist die Masterabschlussprüfung endgültig nicht bestanden.
- (5) Hat der Prüfling die Masterabschlussprüfung nicht bestanden oder schließt er sein Studium nicht ab, wird ihm auf Antrag und gegen Vorlage der entsprechenden Nachweise eine schriftliche Bescheinigung ausgestellt, die die erbrachten Prüfungsleistungen und deren Noten und gegebenenfalls die noch fehlenden Prüfungsleistungen enthält und auch erkennen lässt, dass die Masterabschlussprüfung nicht bestanden ist.

§ 14

Wiederholung der Modulprüfungen

- (1) Modulprüfungen können bei Nichtbestehen einmal wiederholt werden.
- (2) Prüfungen nach Absatz 1 können nur innerhalb eines Jahres einmal wiederholt werden. Nach Ablauf dieser Frist gilt die Prüfung als endgültig nicht bestanden.
- (3) In besonders begründeten Ausnahmefällen ist eine zweite Wiederholung der Modulprüfung zum nächsten Prüfungstermin möglich.

§ 15

Prüfungsausschuss

- (1) Für die Organisation der Prüfungen wird durch das Chemnitz Management Institute of Technology (C-MIT) ein Prüfungsausschuss bestellt.
- (2) Der Prüfungsausschuss besteht aus dem Vorsitzenden, dessen Stellvertreter und einem weiteren Mitglied aus dem Kreis der Hochschullehrer und zwei weiteren Mitgliedern.
- (3) Die Amtszeit beträgt in der Regel drei Jahre. Eine Wiederbestellung ist möglich.
- (4) Der Prüfungsausschuss ist für alle Fragen im Zusammenhang mit der Prüfungsordnung zuständig, insbesondere für:
 1. die Organisation der Prüfungen,
 2. die Aufstellung der Listen der Prüfungsberechtigten und der Beisitzer (§ 16 Abs. 2),
 3. die Entscheidung über angemessene Prüfungsbedingungen für Studierende mit länger andauernder oder ständiger Behinderung oder Beeinträchtigung.
- (5) Der Prüfungsausschuss ist beschlussfähig, wenn der Vorsitzende oder sein Stellvertreter und die Mehrheit der stimmberechtigten Mitglieder anwesend sind und die Hochschullehrer über die Mehrheit der Stimmen verfügen. Die Sitzungen des Prüfungsausschusses sind nicht öffentlich.
- (6) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses haben das Recht, der Abnahme von Prüfungen beizuwohnen. Sie können Zuständigkeiten des Prüfungsausschusses nicht wahrnehmen, wenn sie selbst Beteiligte der Prüfungsangelegenheit sind.
- (7) Die Mitglieder des Prüfungsausschusses unterliegen der Amtsverschwiegenheit. Sofern sie nicht im öffentlichen Dienst stehen, sind sie durch den Vorsitzenden zur Verschwiegenheit zu verpflichten.
- (8) Der Prüfungsausschuss berichtet dem Beirat des Chemnitz Management Institute of Technology (C-MIT) mindestens einmal jährlich über die Entwicklung der Studienzeiten, über die Bearbeitungszeiten für Abschlussarbeiten und über die Verteilung der Modul- und Gesamtnoten. Der Prüfungsausschuss ist ferner befugt, Änderungen der Studien- und der Prüfungsordnung anzuregen.

§ 16

Prüfer und Beisitzer

- (1) Der Prüfungsausschuss bestellt die Prüfer und Beisitzer. Er kann die Bestellung seinem Vorsitzenden (§ 15 Abs. 2) übertragen.
- (2) Zu Prüfern dürfen nur Hochschullehrer und andere nach § 23 Abs. 6 SächsHG prüfungsberechtigte Personen bestellt werden. Zu Beisitzern dürfen nur Personen bestellt werden, die einen Hochschulabschluss in einem der den Studiengang tragenden Fächer, dem Studiengang selbst oder eine vergleichbare Qualifikation besitzen. Der Vorsitzende des Prüfungsausschusses sorgt dafür, dass die Namen der Prüfer rechtzeitig vor dem Prüfungstermin bekannt gegeben werden.
- (3) Ein Wechsel des Prüfers oder des Beisitzers ist nur aus zwingenden Gründen zulässig und ebenfalls rechtzeitig bekannt zu geben.
- (4) Die Prüfer stellen die Prüfungsaufgaben und bewerten die Prüfungsleistungen. Sie sind bei ihrer Prüfungstätigkeit unabhängig.
- (5) Für die Prüfer und die Beisitzer gilt § 15 Abs. 7 über die Amtsverschwiegenheit entsprechend.

§ 17

Zweck und Durchführung der Masterabschlussprüfung

- (1) Durch die Masterabschlussprüfung wird festgestellt, ob der Prüfling die Zusammenhänge seines Faches überblickt, die Fähigkeit besitzt, wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse anzuwenden, und die für den Übergang in die Berufspraxis notwendigen Fachkenntnisse erworben hat. Das erfolgreiche Bestehen der Masterabschlussprüfung führt zum Abschluss Master of Business Administration (MBA) „Eventmarketing“.
- (2) Die Masterabschlussprüfung besteht aus studienbegleitenden Modulprüfungen.
- (3) Der Antrag auf Zulassung zu den einzelnen Modulprüfungen sowie die Anmeldung zur Abschlussarbeit ist schriftlich beim Prüfungsausschuss zu stellen.

§ 18

Abschlussarbeit (Master Thesis)

- (1) Die Abschlussarbeit soll zeigen, dass der Prüfling in der Lage ist, innerhalb einer festgelegten Frist ein Problem auf dem Gebiet des Eventmarketing selbständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten.
- (2) Das Thema der Master Thesis muss in einem inhaltlichen Zusammenhang mit dem Studiengang stehen. Der Prüfling hat das Recht, einen Betreuer zu wählen sowie ein Thema vorzuschlagen. Die Master Thesis kann von jedem Prüfungsberechtigten betreut werden. Ein Rechtsanspruch darauf, dass dem Themenvorschlag entsprochen wird bzw. auf die Bestellung des vorgeschlagenen Betreuers besteht nicht.
- (3) Thema, Aufgabenstellung und Umfang der Master Thesis sind von dem Betreuer so zu begrenzen, dass die Frist zur Bearbeitung der Master Thesis eingehalten werden kann.

(4) Grundsätzlich darf das Thema der Abschlussarbeit einmal zurückgegeben und ein neues Thema gewählt werden; jedoch nur spätestens bis Ablauf von vier Wochen nach Ausgabe des Themas.

(5) Die Master Thesis ist von zwei Prüfern zu bewerten. Darunter soll der Betreuer der Master Thesis sein. Der zweite Prüfer wird vom Vorsitzenden des Prüfungsausschusses bestimmt. Die Master Thesis ist bestanden, wenn beide Prüfer mindestens die Note 4,0 vergeben haben. Die Note für die Master Thesis errechnet sich aus dem Durchschnitt der Noten der beiden Prüfer. Die Bewertung erfolgt in der Regel innerhalb von vier Wochen.

(6) Wird die Master Thesis mit schlechter als „ausreichend“ (4,0) bewertet, kann sie nur einmal wiederholt werden. Eine Rückgabe des Themas der Master Thesis in der in Absatz 4 genannten Frist ist jedoch nur zulässig, wenn der Prüfling bei der Anfertigung seiner ersten Arbeit von dieser Möglichkeit keinen Gebrauch gemacht hat.

§ 19

Zeugnis und Masterurkunde

(1) Nach dem erfolgreichen Bestehen der Masterabschlussprüfung (§ 13 Abs. 2) wird unverzüglich, möglichst innerhalb von vier Wochen nach Vorliegen der Bewertung über den letzten Teil der Prüfungen, ein Zeugnis und eine Masterurkunde ausgestellt.

(2) Das Zeugnis enthält:

1. die Bezeichnung des Masterstudienganges Eventmarketing,
2. die Auflistung der absolvierten Module,
3. die in den Modulprüfungen erzielten Noten (in Ziffern),
4. das Thema der studienbegleitenden Projektarbeit,
5. das Thema und die Note der Abschlussarbeit (Master Thesis),
6. die Gesamtnote der Masterabschlussprüfung (in Ziffern und Worten) gemäß § 10 Abs. 3.

(3) Das Zeugnis ist vom Vorsitzenden des Prüfungsausschusses zu unterzeichnen und trägt das Datum des Tages, an dem die letzte Prüfungsleistung erbracht worden ist.

(4) Es wird ein Diploma Supplement ausgestellt.

(5) Gleichzeitig mit dem Zeugnis erhält der Prüfling die Masterurkunde mit dem Datum des Zeugnisses. Die Masterurkunde wird vom Rektor der Technischen Universität Chemnitz und dem Vorsitzenden des Prüfungsausschusses unterzeichnet und mit dem Siegel der Technischen Universität Chemnitz versehen. Der Urkunde über die Verleihung des Grades ist eine englischsprachige Übersetzung beizufügen.

§ 20

Ungültigkeit der Masterabschlussprüfung

(1) Hat der Prüfling bei einer Prüfungsleistung getäuscht und wird diese Tatsache erst nach Aushändigung des Zeugnisses bekannt, so kann der Prüfungsausschuss nachträglich die Note der Prüfungsleistung berichtigen. Gegebenenfalls kann die Prüfung für „nicht ausreichend“ oder die Masterabschlussprüfung Eventmarketing für „endgültig nicht bestanden“ erklärt werden.

(2) Waren die Voraussetzungen für die Zulassung zu einer Prüfung nicht erfüllt, ohne dass der Prüfling hierüber täuschen wollte, und wird diese Tatsache erst nach der Aushändigung des Zeugnisses bekannt, so wird dieser Mangel durch das Bestehen der Prüfung geheilt. Hat der Prüfling die rechtswidrige Zulassung vorsätzlich erwirkt, so entscheidet der Prüfungsausschuss, ob die Prüfungsleistungen Bestand haben.

(3) Dem Prüfling ist vor einer Entscheidung nach Absatz 1 oder Absatz 2 Gelegenheit zur Äußerung zu geben.

(4) Eine Entscheidung nach Absatz 1 und Absatz 2 Satz 2 ist nach einer Frist von fünf Jahren nach Ausstellen des Zeugnisses ausgeschlossen.

(5) Das unrichtige Zeugnis, das Diploma Supplement und die Masterurkunde sowie deren englischsprachige Übersetzung sind einzuziehen und gegebenenfalls neu auszustellen.

§ 21

Einsicht in die Prüfungsakten

(1) Nach Abschluss der Bewertung der einzelnen Modulprüfungen sowie der Abschlussarbeit wird jedem Prüfling auf Antrag in angemessener Frist Einsicht in seine schriftlichen Prüfungsarbeiten, in die Prüfungsprotokolle und in die Gutachten zur Abschlussarbeit gewährt.

(2) Der Antrag nach Absatz 1 kann nur innerhalb von drei Monaten nach Bekanntgabe der Bewertung oder des Bescheids nach § 13 Abs. 3 und 4 beim Prüfungsausschuss gestellt werden. Der Prüfungsausschuss bestimmt im Einvernehmen mit dem Prüfer Ort und Zeit der Einsichtnahme.

§ 22

Widerspruchsverfahren

(1) Belastende Entscheidungen sind dem Prüfling durch den Prüfungsausschuss unverzüglich schriftlich mitzuteilen, zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen. Gegen sie kann innerhalb eines Monats nach Bekanntgabe des Bescheids Widerspruch beim Prüfungsausschuss eingelegt werden.

(2) Über den Widerspruch entscheidet der Prüfungsausschuss nach Prüfung des Sachverhaltes bzw. nach Stellungnahme des zuständigen Prüfers.

(3) Über den Widerspruch soll innerhalb von zwei Monaten abschließend entschieden werden. Soweit dem Widerspruch nicht abgeholfen wird, ist der Widerspruchsbescheid zu begründen und mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.

2. Abschnitt: Fachspezifische Bestimmungen

§ 23

Studienaufbau und – umfang

(1) Die Regelstudienzeit beträgt einschließlich der Prüfungszeiten und der Anfertigung der Abschlussarbeit vier Semester (zwei Jahre).

(2) Der Masterstudiengang Eventmarketing setzt sich aus vier thematischen Studienabschnitten sowie der Anfertigung der Master Thesis zusammen.

(3) Der Masterstudiengang umfasst 22 Module. Der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderliche Arbeitsumfang (workload) für die Studierenden beträgt insgesamt 3600 Stunden.

§ 24

Gegenstand, Art und Umfang der Modulprüfungen

(1) Die Masterabschlussprüfung besteht aus 22 Modulprüfungen einschließlich des Moduls Master Thesis. Die Modulprüfungen erfolgen studienbegleitend.

(2) In den Modulbeschreibungen, die Bestandteil der Studienordnung sind, sind Anzahl, Art und Dauer der Prüfungsleistungen festgelegt.

§ 25

Abgabe der Master Thesis, Verlängerung der Bearbeitungszeit

(1) Die Master Thesis ist spätestens 20 Wochen nach der Ausgabe des Themas in drei maschinenschriftlichen, gebundenen und in deutscher Sprache abgefassten Ausfertigungen beim Prüfungsausschuss abzugeben; auf Antrag des Prüflings kann die Anfertigung in englischer Sprache zugelassen werden. Der Zeitpunkt der Abgabe ist aktenkundig zu machen; bei Zustellung der Arbeit durch die Post ist der Zeitpunkt der Einlieferung bei der Post maßgebend. Wird die Master Thesis nicht fristgemäß abgegeben, wird sie mit „nicht ausreichend“ bewertet. Der Prüfling hat eidesstattlich schriftlich zu versichern, dass er seine Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt hat.

(2) Der Prüfungsausschuss kann die Bearbeitungszeit auf begründeten Antrag des Prüflings und nach einer Befürwortung durch den Betreuer der Master Thesis im Einzelfall um höchstens drei Monate verlängern, wenn dies vor Ablauf der Abgabefrist beantragt wird.

§ 26

Einsicht in die Prüfungsakten

Innerhalb eines Jahres nach Abschluss des Prüfungsverfahrens wird dem Prüfling auf Antrag in angemessener Frist Einsicht in seine schriftlichen Prüfungsarbeiten, in die darauf bezogenen Gutachten und in die Prüfungsprotokolle gewährt.

§ 27

Master Degree

Aufgrund der bestandenen Masterabschlussprüfung wird der akademische Grad Master of Business Administration (MBA) „Eventmarketing“ verliehen.

3. Abschnitt: Schlussbestimmungen

§ 28

Inkrafttreten

Die Prüfungsordnung tritt am Tage nach ihrer Veröffentlichung in den Amtlichen Bekanntmachungen der Technischen Universität Chemnitz in Kraft.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Technischen Universität Chemnitz vom 15. Februar 2005 sowie der Genehmigung des Sächsischen Staatsministeriums für Wissenschaft und Kunst vom 23. September 2005, Az.: 3-7831-17-0380/13-1.

Chemnitz, den 14. Februar 2007

Der Rektor
der Technischen Universität Chemnitz

Prof. Dr. Klaus-Jürgen Matthes