



Masterstudiengang und Promotionsprogramm Medienkultur und Medienwirtschaft Master of Arts, M.A.

Das neue **Master- und Promotionsprogramm „Medienkultur und Medienwirtschaft“** der Universität Bayreuth kombiniert Medien-, Geschichts-, Rechts-, Wirtschafts- und Informationswissenschaft in neuartiger Weise. Es trägt damit der ständig wachsenden Bedeutung der Medien im gesellschaftlichen Umfeld Rechnung.

Das forschungsorientierte Curriculum ist geprägt durch eine fächerübergreifende Verbindung von wissenschaftlichen Schwerpunkten mit anwendungsbezogenen Fragestellungen, die das gesamte Spektrum audiovisueller Produktionen vom Film über Radio und Fernsehen bis hin zu den digitalen Medien abdecken. Dadurch gewinnen der Masterstudiengang und das Promotionsprogramm ein besonderes wissenschaftliches Profil, das im nationalen und internationalen Rahmen bisher einzigartig ist.

Ein wichtiger Akzent liegt auf der interdisziplinären Erforschung der Entwicklungs- und Anwendungsfelder der so genannten „Neuen Medien“. In Form transdisziplinärer Projekte zu aktuellen Entwicklungen der Medienlandschaft, z.B. im Bereich des Web 2.0, werden in exemplarischer Weise und „quer“

zu den zentralen wissenschaftlichen Säulen des Programms Forschungs- und Analyseprofile entwickelt.

Die Berufsfelder der Absolventen sind vorrangig an den Schnittstellen zwischen (audiovisuellen) Medien, Kultur, Wirtschaft, Recht und Informatik angesiedelt. Nach Abschluss ihres Studiums sollen die Absolventen in der Lage sein, selbstständig in der Praxis geeignete Problemlösungen zu erarbeiten und als Medienmanager im weitesten Sinne bei Unternehmen und Organisationen richtungweisende Entscheidungen zu treffen. Dabei ist insbesondere an folgende Tätigkeiten zu denken:

Programmgestalter bei TV- und Rundfunkanstalten, Manager/Entwickler von Projekten der digitalen Medien, Produzent, Redakteur, Planer/Manager von Multimediafestivals, Wissenschaftlicher Begleiter/Analytiker von Multimediaproduktionen/Anwendungen/Nutzungsmöglichkeiten der digitalen Medien, Medien-Journalist, Rechtsberater von Unternehmen der Medienbranche oder Sozios/Berater in medienrechtlich ausgerichteten Anwaltskanzleien, Medienmanagement im Sportsektor, Produktentwicklung für Neue

Studienfachberatung:

Professor Dr. Jürgen E. Müller
Dipl.-Kfm. Reinhard Kunz
Medienwissenschaft
Universität Bayreuth
Geb. Geschwister-Scholl-Platz 3
95440 Bayreuth

Tel.: +49 (0)921 / 55-5024 u. -5022
mekuwi@uni-bayreuth.de

Weitere Informationen:

[www.uni-bayreuth.de/studium/
medienkultur-medienwirtschaft](http://www.uni-bayreuth.de/studium/medienkultur-medienwirtschaft)
www.mekuwi.uni-bayreuth.de

Zentrale Studienberatung:

Universität Bayreuth
95440 Bayreuth
Tel.: +49 (0)921 / 55-5245 u. -5249
studienberatung@uni-bayreuth.de

International Office:

Universitätsstr. 30
95440 Bayreuth
Tel.: +49 (0)921 / 55-5240
auslandsamt@uni-bayreuth.de

Medien, Sportsponsoringagenturen, Weiterbildungsakademien (z.B. E-Learning), Management im Bereich Internet-Publishing und E-Commerce.

Die Zulassung zum Studium setzt eine Bachelor-, Master-, Magister-, Diplomprüfung, ein Staatsexamen oder eine gleichwertige Abschlussprüfung an einer in- oder ausländischen Hochschule voraus; und zwar in einem geistes-, staats-, wirtschafts- oder informationswissenschaftlich orientierten Studiengang mit mindestens gutem, bei Juristen mit mindestens befriedigendem (mind. 7,5 Punkte) Erfolg.

Des weiteren müssen alle Studienbewerber sehr gute Fremdsprachenkenntnisse in Englisch und einer romanischen Sprache (TOEFL bzw. ALTE) nachweisen können sowie ein Eignungsverfahren erfolgreich absolvieren.

* Die Vergabe der Leistungspunkte („Credit Points“) richtet sich nach dem European Credit Transfer System (ECTS). Das ECTS-System unterstützt die internationale Vergleichbarkeit von Studienleistungen, die an europäischen Universitäten erbracht werden.

** Auf der Basis der jeweils vorhandenen Fachkenntnisse wird in einem Beratungsgespräch den Kandidaten zu Bereichen, in denen sie sich noch nicht hinreichend ausgewiesen haben, ein „Studienpfad“ mit jeweils spezifischen Lehrveranstaltungen bindend empfohlen.

*** Falls statt der aktiven Mitwirkung an der Summer School eine aktive Teilnahme an einer einschlägigen Fachkonferenz gewählt wird, so ist diese zu jeglichem Zeitpunkt im Studienverlauf möglich.

Im Masterstudiengang werden – durch die Teilnahme an Lehrveranstaltungen, durch Leistungsnachweise in Zusammenhang mit Lehrveranstaltungen oder durch Prüfungsleistungen – insgesamt 120 Leistungspunkte erworben. Diese verteilen sich wie folgt:

Modul	Studienaufbau Masterphase	LP*
P1-P5	Propädeutischer Modulbereich **	28
P1	Medienwissenschaft	
P2	Geschichtswissenschaft	
P3	Rechtswissenschaft	
P4	Wirtschaftswissenschaft	
P5	Angewandte Informatik - Multimedia	
M1	Medien-Kultur-Theorie	11
Ü	Medienanalyse	3
S	Theorie und Archäologie der audiovisuellen und digitalen Medien	4
HS	Medienkultur	4
M2	Medien und Geschichte	11
Ü/HS	Mediengeschichte der Neuzeit I und II	6
Ü	Geschichte in den Medien	2
Ü	Neue Medien und Geschichtswissenschaft	3
M3	Medienrecht	11
V	Urheberrecht	3
V/Ü	Medienrecht	5
V/Ü	Recht der Neuen Medien	3
M4	(Sport-) Medienmanagement	11
V/Ü	Contentmanagement mit Fokus auf Sportinhalten	4
V/Ü	Erlösmanagement mit Fokus auf Vermarktung von Sportübertragungsrechten	3
HS	Unternehmensführung in der Medienbranche	4
M5	AV und Digitale Medien: Nutzungsformen	11
V+Ü	Konzepte der Programmierung	8
	<i>Auswahl aus einer der Vorlesungen:</i>	
	Multimediale Systeme I	3
	Entwicklung web-basierter Anwendungssysteme	3
	Computergraphik	3
M6	Verzahnungsmodul	5
M7	Praktikum	6
M8	Interdisziplinäres Kolloquium	4
M9	Fächerübergreifende Masterarbeit mit Schwerpunktsetzung in mindestens zwei Modulbereichen	22
insgesamt:		120

Promotionsprogramm			
Semester / Beschreibung	Studienprogramm		LP
1. Fachsemester: Orientierungsphase	Interdisziplinäres Forschungskolloquium zu Theorien und Methoden der Medienkultur und Medienwirtschaft	2	2
2. Fachsemester: Sondierungssphase	Interdisziplinäres Forschungskolloquium mit dem Schwerpunkt Medienkultur und Theorien der audiovisuellen und digitalen Medien	2	2
Vorlesungsfreie Zeit	Summer School/Tagungen/Workshops***	-	4
3. Fachsemester: Vertiefungsphase	Interdisziplinäres Forschungskolloquium mit dem Schwerpunkt Medienkultur und Geschichte	2	2
4. Fachsemester: Vertiefungsphase	Interdisziplinäres Forschungskolloquium mit dem Schwerpunkt Medienkultur und Wirtschaftswissenschaft	2	2
Vorlesungsfreie Zeit	Summer School/Tagungen/Workshops	-	4
5. Fachsemester: Schreibphase	Interdisziplinäres Forschungskolloquium mit dem Schwerpunkt Medienkultur und Rechtswissenschaft	2	2
6. Fachsemester: Schreibphase	Interdisziplinäres Forschungskolloquium mit dem Schwerpunkt Medienkultur und Informatik	2	2
Gesamtsumme Promotionsprogramm			20