

# Curriculum

für das Masterstudium

Media and Convergence Management

Kennzahl

Datum des Inkrafttretens: 01.10.2013

# Curriculum für das Masterstudium

## Media and Convergence Management

---

### Inhaltsverzeichnis

§ 1	Allgemeines.....	- 3 -
§ 2	Qualifikationsprofil .....	- 3 -
§ 3	Zulassungsvoraussetzungen .....	- 5 -
§ 4	Akademischer Grad.....	- 5 -
§ 5	Aufbau und Gliederung des Studiums .....	- 5 -
§ 6	Auslandsstudien/Mobilität.....	- 6 -
§ 7	Lehrveranstaltungsarten.....	- 6 -
§ 8	Lehrveranstaltungen der Pflichtfächer (Required Subjects) .....	- 7 -
§ 9	Lehrveranstaltungen der gebundene Wahlfächer (Electives) .....	- 11 -
§ 10	Freie Wahlfächer (Options).....	- 12 -
§ 11	Lehrveranstaltungen mit beschränkter Zahl von Teilnehmerinnen und Teilnehmern .....	- 12 -
§ 12	Masterarbeit .....	- 13 -
§ 13	Verwendung von anderen Sprachen als Deutsch .....	- 13 -
§ 14	Prüfungsordnung .....	- 14 -
§ 15	In-Kraft-Treten.....	- 14 -
Anhang	.....	- 15 -
	Abkürzungen .....	- 15 -
	Empfohlener Studienverlauf.....	- 15 -

## § 1 Allgemeines

Das Masterstudium *Media and Convergence Management* dient der Vermittlung wissenschaftlicher Erkenntnisse auf der Grundlage forschungsgeleiteter Lehre. Gemäß Universitätsgesetz (UG) soll das Masterstudium *Media and Convergence Management* Absolventinnen und Absolventen befähigen, verantwortlich zur Lösung der Probleme der Menschen sowie zur gedeihlichen Entwicklung der Gesellschaft und der natürlichen Umwelt beizutragen (§ 1 UG). Das Programm fokussiert dabei auf die Bereiche der technischen oder medialen, inhaltlichen und branchenübergreifenden Konvergenz. Im Mittelpunkt der Betrachtung der technischen oder medialen Konvergenz stehen Endgeräte wie auch Anwendungen von z.B. Smartphones und Tablets. Bei der inhaltlichen Konvergenz geht es um die Mehrfachverwendung von Content (z. B. Film, PC-Spiele, Bücher mit gleichen Themen/Inhalten) und bei der branchenübergreifenden Konvergenz handelt es sich um das Verschwimmen der Grenzen in der TIMES-Branche (Technology, Information, Media, Entertainment and Security). Diese Konvergenzen stellen neue Herausforderungen für Unternehmen dar, weshalb Kompetenzen in den Bereichen der Kulturwissenschaften und Medienwissenschaft, der Wirtschaftswissenschaften und der Technischen Wissenschaften an Bedeutung gewinnen. Das Ziel ist es, theoretische Grundlagen sowie deren praktische Anwendung zu vermitteln.

- (1) Der Umfang des Masterstudiums *Media and Convergence Management* beträgt 120 ECTS-Anrechnungspunkte. Dies entspricht einer vorgesehenen Studiendauer von 4 Semestern. Das Masterstudium *Media and Convergence Management* ist gemäß § 54 Abs. 1 Universitätsgesetz 2002 (im Folgenden: UG) der Gruppe der *Sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Studien* zugeordnet.
- (2) Das Arbeitspensum für die einzelne Studienleistung wird in ECTS-Anrechnungspunkten angegeben, wobei das Arbeitspensum eines Jahres 1500 Echtstunden zu betragen hat und diesem Arbeitspensum 60 ECTS-Anrechnungspunkte zugeteilt werden. Das Arbeitspensum umfasst den Selbststudienanteil und die Semesterstunden/Kontaktstunden (§ 51 Abs. 2 Z. 26 UG).
- (3) Das Masterstudium *Media and Convergence Management* wird ausschließlich in englischer Sprache angeboten (§ 13).

## § 2 Qualifikationsprofil

Das Qualifikationsprofil beschreibt die wissenschaftlichen und beruflichen Qualifikationen, die Studierende durch die Absolvierung des Studiums erwerben.

- (1) Das Masterstudium *Media and Convergence Management* vermittelt folgende zentrale Kompetenzen:
  - Medien- und Kommunikationskompetenz
  - Management- und Marketingkompetenz und
  - technische Kompetenz

Das Masterstudium *Media and Convergence Management* kommt mit der Vermittlung dieser Kompetenzen sehr stark den Bedürfnissen der Medienbranche nach qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern entgegen. Das Studienangebot ist nicht nur auf den Medienbereich beschränkt. Konvergenzprozesse betreffen nahezu alle Branchen und bringen Veränderungen

in den unternehmerischen Organisationsstrukturen und -abläufen mit sich. Als Beispiele sind zu nennen:

- Veränderungen aus Sicht der Kommunikations- und Medienwissenschaft, z.B. in den Bereichen Content und Editorial Management, Public Relations, Cross-Media Management, Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeit
- Veränderungen aus Sicht der Wirtschaftswissenschaften, z.B. in den Bereichen Strategisches und Operatives Marketing, Werbung, Marktforschung und Innovationsmanagement
- Veränderungen in technischer Hinsicht, z.B. in den Bereichen Informations- und Kommunikationstechnologie Management und Unified Communications

Viele Bereiche wie z.B. Network Management, Mass Customization etc. oder auch die o.g. Bereiche werden aus der Perspektive der Fakultät für Kulturwissenschaften (KUWI), der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften (WIWI) und der Fakultät für Technische Wissenschaften (TEWI) der Universität Klagenfurt beleuchtet, sodass die Studierenden den medien- und kommunikationswissenschaftlichen, den ökonomischen und den technischen Hintergrund kennenlernen und miteinander verknüpfen können.

Das Masterstudium *Media and Convergence Management* dient sowohl dem weiterführenden theoretischen Studium als auch der kritischen Reflexion der Wissensanwendung in der (internationalen) Praxis. Absolventinnen und Absolventen des Masterstudiums *Media and Convergence Management* werden befähigt, Lösungen für Problemstellungen aus dem Bereich der Konvergenz eigenständig zu entwickeln und in der Praxis zu implementieren. Sie sollen darüber hinaus zu eigener Forschung angeregt werden.

- (2) Das Masterstudium *Media and Convergence Management* befähigt die Absolventinnen und Absolventen, Schnittstellen zwischen Organisationskommunikation, Medienökonomie, Medienmanagement, Marketing, Werbung und Technik zu managen. Aus diesem Grund wird das Studium in Kooperation der Fakultäten für Kulturwissenschaften, Wirtschaftswissenschaften und Technische Wissenschaften angeboten.
- (3) Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage, die Besonderheiten von Wertschöpfungsketten im Medienbereich zu verstehen und zu optimieren. Sie werden auf Führungspositionen im mittleren und oberen Management in Medienunternehmen, Telekommunikationsunternehmen, IKT-Unternehmen, Markenartikelunternehmen und Unternehmen aus dem Bereich der Informationstechnologie sowie auf verantwortungsvolle Tätigkeiten in Klein- und Mittelbetrieben, die im Bereich Werbung, Organisationskommunikation und Konvergenz aktiv sind, vorbereitet. Das Studium vermittelt theoretisch fundiertes Wissen und dieses wird praxisrelevant reflektiert.
- (4) Im Masterstudium *Media and Convergence Management* wird auf die Gleichbehandlung von Frauen und Männern Wert gelegt. Daher sind genderspezifische Inhalte Teil der Lehrveranstaltungen in den Pflichtfächern (Required Subjects) sowie in den gebundenen Wahlfächern (Electives). Zudem können die Studierenden genderrelevante Lehrveranstaltungen aus dem Lehrveranstaltungsangebot der Universität Klagenfurt oder einer anderen anerkannten in- oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung zur Vertiefung in diesem Bereich wählen. Insbesondere in folgenden Lehrveranstaltungen des Masterstudiums *Media and Convergence Management* werden explizit genderspezifische Inhalte behandelt:
  - Principles of Media Economics and Media and Convergence Management I (OAM)
  - Advanced Principles of Media Economics and Media and Convergence Management II (OAM)

### § 3 Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Die Zulassung zu einem Masterstudium setzt den Abschluss eines fachlich in Frage kommenden Bachelorstudiums oder eines fachlich in Frage kommenden Fachhochschul-Bachelorstudienganges oder eines anderen gleichwertigen Studiums an einer anerkannten inländischen oder ausländischen postsekundären Bildungseinrichtung voraus (§ 64 Abs. 5 UG).

Fachlich in Frage kommend sind jedenfalls die Bachelorstudien Medien- und Kommunikationswissenschaft, Angewandte Informatik und Angewandte Betriebswirtschaft sowie Wirtschaft und Recht und das Bachelorstudium Informationsmanagement an der Universität Klagenfurt.

- (2) Weiters werden folgende qualitative Zulassungsbedingungen für das Masterstudium vorgeschrieben: Studierende, die ein wirtschafts- oder rechtswissenschaftliches Bachelorstudium oder ein vergleichbares Studium an einer in- und ausländischen Universität, Fachhochschule oder anderen anerkannten postsekundären Bildungseinrichtung abgeschlossen haben, sind zum Masterstudium zuzulassen, wenn sie den Nachweis der Kenntnisse aus dem Bereich eines der Ergänzungsfächer (Complementary Subjects) im Ausmaß von mindestens 16 ECTS-Anrechnungspunkten erbringen.
- (3) Da das Masterstudium Media and Convergence Management ausschließlich in englischer Sprache angeboten wird (§13), kann das Rektorat die Zulassung durch ein Aufnahmeverfahren gemäß § 64 Abs. 6 UG regeln.

Interesse an Medien, Kultur, Technik und deren Einfluss auf Unternehmen und die Wirtschaft sind persönliche Voraussetzungen für zukünftige Studierende.

### § 4 Akademischer Grad

Absolventinnen und Absolventen dieses Masterstudiums wird der akademische Grad „Master“ mit dem Zusatz „of Science“ (abgekürzt: MSc) verliehen. Im Falle der Führung ist dieser akademische Grad dem Namen nachzustellen.

### § 5 Aufbau und Gliederung des Studiums

- (1) Das Masterstudium *Media and Convergence Management* setzt sich zusammen aus 62 ECTS-Anrechnungspunkten aus den Pflichtfächern (Required Subjects), 24 ECTS-Anrechnungspunkten aus den gebundenen Wahlfächern (Electives) und aus 6 ECTS-Anrechnungspunkten aus den freien Wahlfächern (Options). 24 ECTS-Anrechnungspunkte sind der Masterarbeit und 4 ECTS-Anrechnungspunkte dem begleitenden Research Seminar zugeordnet. Im Verlauf des Studiums ist eine Exkursion zu absolvieren. Empfohlen wird, einen Kurzzeit-Auslandsaufenthalt oder ein Auslandssemester gem. § 6 zu absolvieren.
- (2) Das Masterstudium *Media and Convergence Management* stellt sich im Überblick wie folgt dar:

Fach	Fachbezeichnung	ECTS-AP
<i>Pflichtfächer (Required Subjects) (90 ECTS-AP)</i>	Ergänzungsfächer (Complementary Subjects)	16
	Quantitative and Qualitative Methods (for Media Research)	4
	Organisational Communication and Media Management (OAM)	14
	Distributed Multimedia Systems (DMS)	4
	Human Centered Computing (HCC)	8
	Innovation and Marketing (IAM)	8
	Law	8
	Master Thesis	28
<i>Gebundene Wahlfächer I (Electives I) (16 ECTS-AP)</i>	Media and Communication (MC)	8
	Multimedia Systems (MS)	4
	Innovation, Marketing and Law (IML)	4
<i>Gebundene Wahlfächer II (Electives II (8 ECTS-AP)</i>	aus bestehenden Masterprogrammen (§ 9 Abs. 3) zu wählen, z.B. Special Language English, Feministische Wissenschaften/Gender Studies	8
<i>Freie Wahlfächer (Options) (6 ECTS-AP)</i>	Options	6
<b>Summe</b>		<b>120</b>

## § 6 Auslandsstudien/Mobilität

Es wird empfohlen, einen Kurzzeit-Auslandsaufenthalt im Rahmen der gebundenen Wahlfächer II (Electives II) oder ein Auslandssemester im Umfang von mindestens 24 ECTS-Anrechnungspunkten (siehe empfohlener Studienverlauf) zu absolvieren.

## § 7 Lehrveranstaltungsarten

- (1) **Vorlesungen (Lectures: L)** sind Lehrveranstaltungen, bei denen die Wissensvermittlung durch Vortrag der Lehrenden erfolgt. Die Prüfung findet in einem einzigen (schriftlichen und/oder mündlichen) Prüfungsakt statt.
- (2) **Prüfungsimmanente Lehrveranstaltungen** sind Lehrveranstaltungen, in denen die Beurteilung nicht in einem einzigen Prüfungsakt erfolgt, sondern auf Grund von schriftlichen und/oder mündlichen Beiträgen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer während der Lehrveranstaltung, oder – bei schriftlichen Arbeiten oder Projekten (Seminararbeiten oder Arbeiten vergleichbaren Aufwands) – bis zum Ende des auf die Abhaltung der Lehrveranstaltung folgenden Semesters. Prüfungsimmanente Lehrveranstaltungen sind:
  - a) **Kurse (Courses: C):** Kurse sind Lehrveranstaltungen, die dem Erwerb bzw. Ausbau angewandter Kompetenzen dienen. Sie bestehen darin, dass Lehrende und Studierende gemeinsam konkrete Fragestellungen bearbeiten.

- b) **Seminare (Seminars: SE):** Seminare sind forschungs- und theorie- bzw. projektorientierte Lehrveranstaltungen, die der Reflexion und Diskussion spezieller wissenschaftlicher Probleme dienen und/oder aktuelle Probleme oder Themen mit Praxisbezug zum Gegenstand haben. Sie dienen der akademischen Diskussion. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bringen ihre eigenen Arbeiten ein. Der Abschluss des Seminars ist an die Abgabe einer nach wissenschaftlichen Kriterien erstellten Seminararbeit gekoppelt.
- c) **Vorlesungen mit Kurs (Lectures with Course: LC):** Diese Lehrveranstaltungsart umfasst einen Vorlesungs- und einen Kursteil. Beide Teile sind inhaltlich und didaktisch aufeinander abgestimmt und werden gemeinsam beurteilt.
- d) **Exkursionen (Excursion: EX):** Lehrveranstaltungen, die praktische Erfahrungen im Bereich des Media and Convergence Managements außerhalb der Universität Klagenfurt vermitteln.

## § 8 Lehrveranstaltungen der Pflichtfächer (Required Subjects)

Pflichtfächer sind die das Studium kennzeichnenden Fächer, über die Prüfungen abzulegen sind.

Die Pflichtfächer (Required Subjects) des Masterstudiums *Media and Convergence Management* setzen sich aus den „Ergänzungsfächern (Complementary Subjects)“, Quantitative and Qualitative Methods (for Media Research), Organisational Communication and Media Management (OAM), Distributed Multimedia Systems (DMS), Human Centered Computing (HCC), Innovation and Marketing (IAM), Law, und dem Fach Master Thesis die im Folgenden näher beschrieben werden, zusammen:

Ergänzungsfächer (Complementary Subjects): Eine Einführung in das Masterstudium *Media and Convergence Management* wird für Studierende aus den unterschiedlichen Bachelorstudien (§ 3 Abs. 1) durch die Ergänzungsfächer im Umfang von 16 ECTS-Anrechnungspunkten gewährleistet. Studierende müssen je nach absolviertem Studium die Lehrveranstaltungen in jenen Ergänzungsfächern mit je 8 ECTS-Anrechnungspunkten belegen, die nicht Fach ihres Bachelorstudiums waren. Die Studienprogrammleiterin bzw. der Studienprogrammleiter entscheidet über die Belegung der Ergänzungsfächer je nach Studienabschluss und über eine Anerkennung von bereits absolvierten Lehrveranstaltungen aus anderen Masterstudien. Der Regelfall wird durch folgende Tabelle abgebildet:

Studium \ Fach	Ergänzungsfach I Media and Commu- nicational Skills	Ergänzungsfach II Technical Skills	Ergänzungsfach III Management Skills
Bachelorstudium Medien- und Kommunikationswissenschaft		X	X
Bachelorstudium Angewandte Informatik	X		X
Bachelorstudium Angewandte Betriebswirtschaft	X	X	
Bachelorstudium Wirtschaft und Recht	X	X	
Bachelorstudium Informationsmanagement	X	X	

Einen Überblick über die Pflichtfächer des Masterstudiums *Media and Convergence Management* zeigen folgende Tabellen:

<b>Ergänzungsfach I (Complementary Subject I): Fachbezeichnung: Media and Communicational Skills</b>			
<i>LV-Bezeichnung</i>	<i>LV-Art</i>	<i>ECTS-AP</i>	<i>SSt.</i>
Media and Communication Theories	VO/L	4	2
Organisational Communication	VO/L	4	2
<b>UMFANG</b>		<b>8</b>	<b>4</b>

<b>Ergänzungsfach II (Complementary Subject II): Fachbezeichnung: Technical Skills</b>			
<i>LV-Bezeichnung</i>	<i>LV-Art</i>	<i>ECTS-AP</i>	<i>SSt.</i>
Introduction to Media Informatics	VO/L	4	2
Media Informatics Lab	KU/C	4	2
<b>UMFANG</b>		<b>8</b>	<b>4</b>



<b>Ergänzungsfach III (Complementary Subject III): Fachbezeichnung: Management Skills</b>			
<i>LV-Bezeichnung</i>	<i>LV-Art</i>	<i>ECTS-AP</i>	<i>SSt</i>
Principles of Business Management I	VO/L	4	2
Principles of Business Management II	VO/L	4	2
<b>UMFANG</b>		<b>8</b>	<b>4</b>

<b>Quantitative and Qualitative Methods (for Media Research)</b>			
<i>LV-Bezeichnung</i>	<i>LV-Art</i>	<i>ECTS-AP</i>	<i>SSt.</i>
Quantitative and Qualitative Methods (for Media Research)	KU/C	4	2
<b>UMFANG</b>		<b>4</b>	<b>2</b>

<b>Organisational Communication and Media Management (OAM)</b>			
<i>LV-Bezeichnung</i>	<i>LV-Art</i>	<i>ECTS-AP</i>	<i>SSt.</i>
Principles of Media Economics and Media and Convergence Management I (OAM)	VO/L	4	2
Advanced Principles of Media Economics and Media and Convergence Management II (OAM)	VO/L	4	2
Media and Convergence Project Management (OAM)	KU/C	4	2
Mandatory Excursion (Pflichtexkursion) (OAM)	EX/EX	2	1
<b>UMFANG</b>		<b>14</b>	<b>7</b>

<b>Distributed Multimedia Systems (DMS)</b>			
<i>LV-Bezeichnung</i>	<i>LV-Art</i>	<i>ECTS-AP</i>	<i>SSt.</i>
Introduction to Multimedia Technology (DMS)	VO/L	2	1
Introduction to Multimedia Technology (DMS)	KU/C	2	1
<b>UMFANG</b>		<b>4</b>	<b>2</b>

<b>Human Centered Computing (HCC)</b>			
<i>LV-Bezeichnung</i>	<i>LV-Art</i>	<i>ECTS-AP</i>	<i>SSt.</i>
Human Centered Computing I (HCC)	VK/LC	4	2
Interactive Systems I (HCC)	VK/LC	4	2
<b>UMFANG</b>		<b>8</b>	<b>4</b>

<b>Innovation and Marketing (IAM)</b>			
<i>LV-Bezeichnung</i>	<i>LV-Art</i>	<i>ECTS-AP</i>	<i>SSt.</i>
Entrepreneurship & Innovation Management (IAM)	VK/LC	4	2
Consumer Behavior and Media (IAM)	VK/LC	4	2
<b>UMFANG</b>		<b>8</b>	<b>4</b>

<b>Law</b>			
<i>LV-Bezeichnung</i>	<i>LV-Art</i>	<i>ECTS-AP</i>	<i>SSt.</i>
Media Law	VK/LC	4	2
IT Law	VK/LC	4	2
<b>UMFANG</b>		<b>8</b>	<b>4</b>

<b>Master Thesis</b>			
<i>LV-Bezeichnung</i>	<i>LV-Art</i>	<i>ECTS-AP</i>	<i>SSt.</i>
Research Seminar	SE/SE	4	2
<b>UMFANG</b>		<b>28</b>	

Die Masterarbeit umfasst 24 ECTS-Anrechnungspunkte und das die Masterarbeit begleitende Research Seminar 4 ECTS-Anrechnungspunkte. Insgesamt beträgt der Umfang des Faches Master Thesis 28 ECTS-Anrechnungspunkte.

## § 9 Lehrveranstaltungen der gebundene Wahlfächer (Electives)

- (1) Die gebundenen Wahlfächer (Electives) sind jene Fächer, die die Studierenden aus den vom Curriculum vorgegebenen Fächern auswählen können. Es sind insgesamt 24 ECTS-Anrechnungspunkte an gebundenen Wahlfächern (Electives) zu absolvieren.
- (2) Die gebundenen Wahlfächer des Masterstudiums *Media and Convergence Management* setzen sich aus
  - den gebundenen Wahlfächern I (Electives I) (Abs. 3) und
  - den Wahlfächern aus anderen Masterstudien (Electives II) (Abs. 4) zusammen.
- (3) Die **gebundenen Wahlfächer I (Electives I)** aus den nachfolgend genannten gebundenen Wahlfächern sind im Ausmaß von 16 ECTS-Punkten zu belegen. Dabei sind aus dem Fach Media and Communication (MC) 8 ECTS-Anrechnungspunkte, aus dem Fach Multimedia Systems (MS) 4 ECTS-Anrechnungspunkte und aus dem Fach Innovation, Marketing and Law (IML) 4 ECTS-Anrechnungspunkte zu wählen.

<b>Media and Communication (MC)</b>			
<i>LV-Bezeichnung</i>	<i>LV-Art</i>	<i>ECTS-AP</i>	<i>SSt.</i>
Cross Media Management	VK/LC	4	2
Special Topics in Media and Convergence Management I	VK/LC	4	2
Case Studies in Media and Convergence Management II	SE/SE	4	2
Media Ethics and CSR	SE/SE	4	2
<b>UMFANG</b>		<b>8</b>	<b>4</b>

<b>Multimedia Systems (MS)</b>			
<i>LV-Bezeichnung</i>	<i>LV-Art</i>	<i>ECTS-AP</i>	<i>SSt.</i>
Games Development	VK/LC	4	2
Human Centered Computing II	VK/LC	4	2
<b>UMFANG</b>		<b>4</b>	<b>2</b>

<b>Innovation, Marketing and Law (IML)</b>			
<i>LV-Bezeichnung</i>	<i>LV-Art</i>	<i>ECTS-AP</i>	<i>SSt.</i>
Special Topics: Innovation & Entrepreneurship	KU/C	4	2
Special Topics: Consumer Behavior	VK/LC	4	2
Case Studies in Media and IT Law	KU/C	4	2
<b>UMFANG</b>		<b>4</b>	<b>2</b>

(4) Bei den **gebundenen Wahlfächern II (Electives II)** sind nach Wahl der Studierenden 8 ECTS-Anrechnungspunkte aus den folgenden Masterstudien zu wählen:

- Medien, Kommunikation und Kultur
- Angewandte Kulturwissenschaft
- Informatik (Spezialisierungsfächer Distributed Systems und Interactive Systems)
- Angewandte Betriebswirtschaft
- Wirtschaft und Recht
- International Management
- Feministische Wissenschaft/Gender Studies

#### **§ 10 Freie Wahlfächer (Options)**

- (1) Freie Wahlfächer (Options) sind jene Fächer, die Studierende frei aus dem Lehrangebot anerkannter in- und ausländischer Universitäten wählen können. Lehrveranstaltungen, die zur Erlangung der Studienberechtigung oder zur Erlangung der allgemeinen bzw. besonderen Universitätsreife absolviert wurden, sind davon ausgenommen. Es sind 6 ECTS-Anrechnungspunkte an freien Wahlfächern zu absolvieren.
- (2) Es wird empfohlen, im Rahmen der freien Wahlfächer Lehrveranstaltungen zur Vertiefung der Cultural Skills (Sprache, Geschichte etc.) oder von genderspezifischen Inhalten zu absolvieren.

#### **§ 11 Lehrveranstaltungen mit beschränkter Zahl von Teilnehmerinnen und Teilnehmern**

- (1) Für die im Folgenden genannten Lehrveranstaltungen gilt die jeweilige maximale Zahl von 35 Teilnehmerinnen und Teilnehmern: Kurse (Courses: C), Seminare (Seminars: SE), Vorlesungen mit Kurs (Lectures with Course: LC), Exkursionen (Excursion: EX).
- (2) Wenn bei diesen Lehrveranstaltungen die Zahl der Anmeldungen die Zahl der vorhandenen Plätze übersteigt, erfolgt die Aufnahme nach folgendem Verfahren: Vorzug bei der Aufnahme erhalten Studierende des Masterstudiums *Media and Convergence Management* gegenüber Studierenden anderer Studienrichtungen. Bei weiterem Überschreiten der Teilnehmerinnen- und Teilnehmerzahl entscheidet die Höhe der ECTS-Anrechnungspunkte, die bisher im Master-

studium *Media and Convergence Management* von den betroffenen Studierenden erbracht wurden. Die Studienprogrammleiterin bzw. der Studienprogrammleiter kann mehr als 35 Studierende aufnehmen. Werden nicht alle Plätze durch Studierende des Masterstudiums *Media and Convergence Management* belegt, können Restplätze an Studierende anderer Studien vergeben werden. Die Studienprogrammleiterin bzw. der Studienprogrammleiter entscheidet hierbei über die Vergabe der Restplätze.

## **§ 12 Masterarbeit**

- (1) Die Masterarbeit ist die wissenschaftliche Arbeit, die dem Nachweis der Befähigung dient, wissenschaftliche Themen selbständig sowie inhaltlich und methodisch vertretbar zu bearbeiten. Die Aufgabenstellung der Masterarbeit ist so zu wählen, dass den Studierenden die Bearbeitung innerhalb von sechs Monaten möglich und zumutbar ist. Die Masterarbeit ist in englischer Sprache abzufassen (§13). Die gemeinsame Bearbeitung eines Themas durch mehrere Studierende ist zulässig, wenn die Leistungen der einzelnen Studierenden gesondert beurteilbar sind.
- (2) Das Thema der Masterarbeit muss aus einem der Pflichtfächer (Required Subjects) oder einem der gebundenen Wahlfächer I (Electives I) gewählt werden.
- (3) Die Masterarbeit umfasst 24 ECTS-Anrechnungspunkte.
- (4) Gemäß Satzung der Universität Klagenfurt, Teil B: Studienrechtliche Bestimmungen § 18 hat die bzw. der Studierende das Thema und die Betreuerin oder den Betreuer der Masterarbeit der Studienrektorin bzw. dem Studienrektor vor Beginn der Bearbeitung schriftlich bekannt zu geben. Das Thema und die Betreuerin oder der Betreuer gelten als angenommen, wenn die Studienrektorin bzw. der Studienrektor diese innerhalb eines Monats nach Einlangen der Bekanntgabe nicht bescheidmäßig untersagt. Bis zur Einreichung der Masterarbeit ist ein Wechsel der Betreuerin oder des Betreuers zulässig.
- (5) Die abgeschlossene Masterarbeit ist bei der Studienrektorin bzw. beim Studienrektor in gedruckter sowie in elektronisch lesbarer Form zur Beurteilung einzureichen. Genauere Bestimmungen dazu sind von der Studienrektorin bzw. vom Studienrektor unter Bedachtnahme auf die technische Entwicklung zu erlassen. Die Betreuerin oder der Betreuer hat die Masterarbeit innerhalb von zwei Monaten ab der Einreichung zu beurteilen.

## **§ 13 Verwendung von anderen Sprachen als Deutsch**

Die Lehrveranstaltungen und mündliche und schriftliche Prüfungen des Masterstudiums *Media and Convergence Management* werden in englischer Sprache abgehalten; die Masterarbeiten sowie andere schriftliche Arbeiten sind in englischer Sprache abzufassen.

## **§ 14 Prüfungsordnung**

- (1) Prüfungen, die bereits für den Abschluss des als Zulassungsvoraussetzung geltenden Studiums verwendet wurden, können im Masterstudium nicht nochmals zur Erlangung des Studienabschlusses verwendet werden.  
Die jeweiligen Prüfungs- und Beurteilungsmodalitäten für Lehrveranstaltungen sind gemäß Satzung der Universität Klagenfurt von der Lehrveranstaltungsleiterin bzw. dem Lehrveranstaltungsleiter zu Beginn der Lehrveranstaltung bekannt zu machen. Bei prüfungsimmanenten Lehrveranstaltungen gem. §7 Abs. 2 besteht Anwesenheitspflicht. Es werden von den Studierenden Mitarbeit, Diskussions- und Reflexionsbereitschaft sowie schriftliche und mündliche Beiträge erwartet.
- (2) Das Masterstudium wird abgeschlossen durch:
  1. die Absolvierung der vorgeschriebenen Lehrveranstaltungen in den Pflichtfächern (Required Subjects), den gebundenen Wahlfächern (Electives) und den freien Wahlfächern (Options) gem. §§ 8, 9 und 10;
  2. die Abfassung der Masterarbeit und die Absolvierung des die Masterarbeit begleitenden Research Seminars;
  3. die positive Beurteilung der studienabschließenden kommissionellen Gesamtprüfung.
- (3) Die studienabschließende kommissionelle Gesamtprüfung ist mündlich und besteht aus dem Fach, dem die Masterarbeit zuzuordnen ist, sowie aus einem weiteren Fach § 14 Abs. 2. Die Anmeldung zur kommissionellen Gesamtprüfung setzt die positive Beurteilung aller Pflicht-, gebundenen und freien Wahlfächer sowie der Masterarbeit einschließlich des Research Seminar voraus.
- (4) Für die Wiederholung von Prüfungen und Lehrveranstaltungen gelten die Bestimmungen der Satzung der Universität Klagenfurt, Teil B: Studienrechtliche Bestimmung und des UG.
- (5) Die Fachnoten werden gemäß Satzung der Universität Klagenfurt, Teil B: Studienrechtliche Bestimmungen ermittelt.

## **§ 15 In-Kraft-Treten**

Dieses Curriculum tritt nach der Kundmachung im Mitteilungsblatt der Universität Klagenfurt mit 1. Oktober 2013 in Kraft und gilt für alle Studierenden, die ab dem Wintersemester 2013/2014 ihr Masterstudium beginnen.

## **Anhang**

### **Abkürzungen:**

ECTS-AP = ECTS-Anrechnungspunkte

EX/EX = Exkursion/Excursion

KU/C = Kurs/Course

LV = Lehrveranstaltung

LV-Art = Lehrveranstaltungsart

LV-Bezeichnung = Lehrveranstaltungsbezeichnung

SE/SE = Seminar/Seminar

SSt. = Semesterwochenstunden

VK/LC = Vorlesung mit Kurs/Lectures with Course

VO/L = Vorlesung/Lecture

## Empfohlener Studienverlauf: Absolvierung der Lehrveranstaltungen Masterstudium Media and Convergence Management

1. Studienjahr							
1. Wintersemester	LV-Typ	SSt.	ECTS-AP	1. Sommersemester	LV-Typ	SSt.	ECTS-AP
Ergänzungsfächer (Complementary Subjects)	VO/L/KU/C	8	16	Media and Convergence Project Management (OAM)	KU/C	2	4
Quantitative and Qualitative Methods (for Media Research)	KU/C	2	4	Principles of Media Economics and Media and Convergence Management I (OAM)	VO/L	2	4
Media Law (Law)	VK/LC	2	4	Consumer Behavior and Media (IAM)	VK/LC	2	4
Freie Wahlfächer (Options)	optional	2	4	Entrepreneurship and Innovation Management (IAM)	VK/LC	2	4
				Introduction to Multimedia Technology (DMS)	VO/L	1	2
				Introduction to Multimedia Technology (DMS)	C/KU	1	2
				Human Centered Computing II (HCC)	VK/LC	2	4
				Gebundene Wahlfächer II (Elective II)	optional	2	4
				Freie Wahlfächer (Options)	optional	1	2
<b>Summe ECTS-Anrechnungspunkte im Semester</b>			<b>28</b>	<b>Summe ECTS-Anrechnungspunkte im Semester</b>			<b>30</b>
<b>Summe ECTS-Anrechnungspunkte im Studienjahr</b>				<b>Summe ECTS-Anrechnungspunkte im Studienjahr</b>			<b>58</b>

2. Studienjahr							
2. Wintersemester	LV-Typ	SSt.	ECTS-AP	2. Sommersemester	LV-Typ	SSt.	ECTS-AP
Advanced Principles of Media Economics and Media and Convergence Management (OAM)	VO/L	2	4	Gebundenes Wahlfach I (Elective I) z.B: Media and Communication (MC)	VK/LC or SE/SE	2	4
Mandatory Excursion (OAM)	EX/EX	2	2	Research Seminar	SE/SE	2	4
Interactive Systems II (HCC)	VK/LC	2	4	Master Thesis	SE/SE	-	24
IT Law	VK/LC	2	4	Gesamtprüfung			
Gebundenes Wahlfach I (Elective I) z.B: Media and Communication (MC)	VK/LC or SE/SE	2	4				
Gebundenes Wahlfach I (Elective I) z.B: Multimedia Systems (MC)	VK/LC	2	4				
Gebundenes Wahlfach I (Elective I) z.B: Innovation, Marketing and Law (IML)	VK/LC or KU/C	2	4				
Gebundene Wahlfächer II (Electives II)	optional	2	4				
<b>Summe ECTS-Anrechnungspunkte im Semester</b>			<b>30</b>	<b>Summe ECTS-Anrechnungspunkte im Semester</b>			<b>32</b>
<b>Summe ECTS-Anrechnungspunkte im Studienjahr</b>				<b>Summe ECTS-Anrechnungspunkte im Studienjahr</b>			<b>62</b>
<b>Summe ECTS-Anrechnungspunkte gesamt</b>				<b>Summe ECTS-Anrechnungspunkte gesamt</b>			<b>120</b>



