



## 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. 8/2008

16. Juni 2008

### Inhaltsverzeichnis

Satzung zur Änderung der Studienordnung für den konsekutiven Studiengang  
Medienkommunikation mit dem Abschluss Master of Arts (M.A.) an der Technischen  
Universität Chemnitz Seite 117

---

### **Satzung zur Änderung der Studienordnung für den konsekutiven Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Master of Arts (M.A.) an der Technischen Universität Chemnitz Vom 4. Juni 2008**

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 Artikel 13 des Gesetzes vom 15. Dezember 2006 (SächsGVBl. S. 515, 521), hat der Senat der Technischen Universität Chemnitz nachstehende Satzung erlassen:

#### **Artikel 1 Änderung der Studienordnung**

Die Studienordnung für den konsekutiven Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Master of Arts (M.A.) an der Technischen Universität Chemnitz vom 14. Februar 2007 (Amtliche Bekanntmachungen Nr. 2/2007, S. 52) wird wie folgt geändert:

1. Die Anlage 1 der Studienordnung (Studienablaufplan) wird durch anliegende Anlage 1 (Studienablaufplan) ersetzt.
2. In der Anlage 2 der Studienordnung (Modulbeschreibungen) werden die Modulbeschreibungen der Module I, II, III, IV und V durch die nachfolgenden Modulbeschreibungen ersetzt.

#### **Artikel 2 Neubekanntmachung**

Der Rektor der Technischen Universität Chemnitz wird ermächtigt, den Wortlaut der Studienordnung für den konsekutiven Masterstudiengang Medienkommunikation in der vom Inkrafttreten dieser Satzung an geltenden Fassung neu bekannt zu machen.

#### **Artikel 3 Inkrafttreten und Übergangsregelung**

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

Sie gilt für Studierende, die ihr Studium ab dem Wintersemester 2008/2009 aufgenommen haben. Hiervon abweichende Regelungen kann der Prüfungsausschuss im Einzelfall treffen.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senates vom 13. Mai 2008 sowie der Genehmigung durch das Rektoratskollegium der Technischen Universität Chemnitz vom 21. Mai 2008.

Chemnitz, den 4. Juni 2008

Der Rektor  
der Technischen Universität Chemnitz

Prof. Dr. Klaus-Jürgen Matthes

Anlage 1: konsekutiver Studiengang Medienkommunikation mit dem Abschluss Master of Arts  
STUDIENABLAUFPLAN

Module	1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester	Arbeitsaufwand (workload) Leistungspunkte Gesamt
<u>Basismodule</u>					
Modul I Kommunikation	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) 1 PVL: interaktive Gestaltung eines Seminarthemas und Medienprodukt	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) 1 PVL: Forschungsprojekt	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) 1 PVL: interaktive Gestaltung eines Seminarthemas und Medienprodukt 1 PL: Hausarbeit		540 AS / 18 LP
Modul II Medienanalyse	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) 1 PVL: interaktive Gestaltung eines Seminarthemas und Forschungsprojekt	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) 1 PVL: interaktive Gestaltung eines Seminarthemas	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) 1 PVL: interaktive Gestaltung eines Seminarthemas 1 PL: mündliche Prüfung		540 AS / 18 LP
Modul III Medienpsychologie	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) 1 PVL: Referat mit Präsentation	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) 1 PL: Hausarbeit	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) 1 PL: Hausarbeit		540 AS / 18 LP
Modul IV Lehr-Lern-Medien	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) 1 PVL: interaktive Gestaltung eines Seminarthemas	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) 1 PVL: interaktive Gestaltung eines Seminarthemas	180 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) 1 PVL: interaktive Gestaltung eines Seminarthemas 1 PL: Hausarbeit		540 AS / 18 LP
Modul V Wirtschaft, Marketing und Medienrecht oder	150 AS 2 LVS (V2/S0/Ü0) 1 PL: Klausur	150 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) 1 PVL: Referat 1 PL: Hausarbeit	150 AS 3 bzw. 2 LVS (V2/S0/Ü1) oder (V0/S2/Ü0) 1 PL: Klausur oder Referat und Präsentation		450 AS / 15 LP
Modul VI Medieninformatik	150 AS 4 LVS (V2/S0/Ü2) 1 PL: Klausur	150 AS 2 LVS (V2/S0/Ü0) 1 PL: Klausur	150 AS 2 LVS (V0/S2/Ü0) 1 PVL: Referat 1 PL: Hausarbeit		450 AS / 15 LP

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

<u>Ergänzungsmodule</u>			
Aus den Modulen VII / 1 bis VII / 8 ist mindestens eines auszuwählen (Auswahl siehe Anlage Modulbeschreibungen) hier beispielhaft Modul VII / 1 Medienphilosophie			360 AS / 12 LP
		360 AS 4 LVS (VO/S4/Ü0) 2 PL: Klausur und Hausarbeit	
<b>Modul Masterarbeit</b>			
Modul VIII Masterarbeit		90 AS 2 LVS (VO/S0/K2)	540 AS 1 PL: Masterarbeit
Gesamt LVS	10 (12)	13 (12)	4
Gesamt AS	870	960	900
			37
			3600 AS/ 120 LP

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

T  
 P  
 E  
 K  
 PR

Tutorium  
 Praktikum  
 Exkursion  
 Kolloquium  
 Projekt

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

**Basismodul**

<b>Modulnummer</b>	I
<b>Modulname</b>	Kommunikation
<b>Modulverantwortlich</b>	Professur Medienkommunikation
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	<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>
<b>Lehrformen</b>	<p>Lehrform des Moduls ist das Seminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• S: Visuelle Kommunikation (2 LVS)</li> <li>• S: Interaktions- und Kommunikationsformen mit neuen Medien (2 LVS)</li> <li>• S: Persuasive Kommunikation (2 LVS)</li> </ul>
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	Für das Seminar Interaktions- und Kommunikationsformen mit neuen Medien erfolgreiche Teilnahme am Seminar Forschungsmethoden (Modul II: Medienanalyse)
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	---
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	<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"> <li>• interaktive Gestaltung (Präsentation und Moderation) eines im Team erarbeiteten Themas sowie Anfertigung eines Medienprodukts zum Seminar Visuelle Kommunikation</li> <li>• Durchführung eines Forschungsprojekts im Team sowie fortlaufend Präsentation und Moderation des Forschungsprozesses sowie der Teilergebnisse zum Seminar Interaktions- und Kommunikationsformen mit neuen Medien</li> <li>• interaktive Gestaltung (Präsentation und Moderation) eines im Team erarbeiteten Themas sowie Anfertigung eines Medienprodukts zum Seminar Persuasive Kommunikation</li> </ul>
<b>Modulprüfung</b>	<p>Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• eine Hausarbeit (Umfang ca. 25 Seiten, Bearbeitungszeit 8 Wochen) zu einem der drei Seminare</li> </ul>
<b>Leistungspunkte und Noten</b>	In dem Modul werden 18 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt.
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
<b>Arbeitsaufwand</b>	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 540 AS.
<b>Dauer des Moduls</b>	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf drei Semester.

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

**Basismodul**

<b>Modulnummer</b>	II
<b>Modulname</b>	Medienanalyse
<b>Modulverantwortlich</b>	Professur Medienkommunikation
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	<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>
<b>Lehrformen</b>	<p>Lehrform des Moduls ist das Seminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• S: Forschungsmethoden (2 LVS)</li> <li>• S: Mediensemiotik (2 LVS)</li> <li>• S: Kommunikations- und Medienkultur (2 LVS)</li> </ul>
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	---
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	<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"> <li>• interaktive Gestaltung (Präsentation und Moderation) eines im Team erarbeiteten Themas sowie Entwicklung eines Forschungsprojekts zum Seminar Forschungsmethoden</li> <li>• interaktive Gestaltung (Präsentation und Moderation) eines im Team erarbeiteten Themas zum Seminar Mediensemiotik</li> <li>• interaktive Gestaltung (Präsentation und Moderation) eines im Team erarbeiteten Themas zum Seminar Kommunikations- und Medienkultur</li> </ul>
<b>Modulprüfung</b>	<p>Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 20-minütige mündliche Prüfung zu einem der drei Seminare</li> </ul>
<b>Leistungspunkte und Noten</b>	<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>
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
<b>Arbeitsaufwand</b>	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 540 AS.
<b>Dauer des Moduls</b>	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf drei Semester.

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

**Basismodul**

<b>Modulnummer</b>	III
<b>Modulname</b>	Medienpsychologie
<b>Modulverantwortlich</b>	Professur Mediennutzung (Medienpsychologie/Mediensoziologie)
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	<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"> <li>- Medien als Repräsentationssysteme</li> <li>- Kognition und Emotion</li> <li>- Sozialpsychologische Grundlagen</li> <li>- Kinder/Jugendliche und Medien</li> </ul> <p>Vertiefung der Fähigkeit zur Teamarbeit sowie zur Konzeption und Durchführung eines teambasierten Forschungsprojektes, Vertiefung der Moderations- und Medienkompetenz</p>
<b>Lehrformen</b>	<p>Lehrform des Moduls ist das Seminar: 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> S: Medienpsychologie (2 LVS) S: Interne und externe Repräsentationen (2 LVS)</p> <p><u>Angebot 2:</u> S: Kognition (2 LVS) S: Emotion (2 LVS) S: Medienkompetenz (2 LVS)</p>
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	----
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 30-minütiges Referat mit Präsentation zu einem gewählten Seminar aus Angebot 1 oder 2</li> </ul>
<b>Modulprüfung</b>	<p>Die Modulprüfung besteht aus zwei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hausarbeit (Umfang ca. 25 Seiten, Bearbeitungszeit 8 Wochen) zu einem gewählten Seminar aus Angebot 1</li> <li>• Hausarbeit (Umfang ca. 25 Seiten, Bearbeitungszeit 8 Wochen) zu einem gewählten Seminar aus Angebot 2</li> </ul>

---

<b>Leistungspunkte und Noten</b>	In dem Modul werden 18 Leistungspunkte erworben. Die Bewertung der Prüfungsleistung und die Bildung der Modulnote sind in § 10 der Prüfungsordnung geregelt. Prüfungsleistung: <ul style="list-style-type: none"><li>• Hausarbeit zu einem gewählten Seminar aus Angebot 1, Gewichtung 1 – Bestehen erforderlich</li><li>• Hausarbeit zu einem gewählten Seminar aus Angebot 2, Gewichtung 1 – Bestehen erforderlich</li></ul>
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
<b>Arbeitsaufwand</b>	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 540 AS.
<b>Dauer des Moduls</b>	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf drei Semester.

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

<b>Modulnummer</b>	IV
<b>Modulname</b>	Lehr-Lern-Medien
<b>Modulverantwortlich</b>	Professur Pädagogik des E-Learning und der Neuen Medien
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	<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"> <li>- Instruktionsdesign und Mediendidaktik</li> <li>- Gestaltung und Evaluation von Lehr-Lernmedien</li> <li>- Empirische Medienforschung und Medienwirkungsforschung</li> </ul> <p>Vertiefung der Fähigkeit zur Teamarbeit und zur Konzeption und Durchführung eines Projektes, Vertiefung der Moderations- und Medienkompetenz sowie Vertiefung von Präsentationstechniken</p>
<b>Lehrformen</b>	<p>Lehrform des Moduls ist das Seminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• S: Wissenserwerb und Motivation (2 LVS)</li> <li>• S: Instruktionspsychologie (2 LVS)</li> <li>• S: Medienpädagogik und Mediendidaktik (2 LVS)</li> </ul>
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	keine
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	---
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	<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"> <li>• interaktive Gestaltung (Präsentation und Moderation) eines im Team erarbeiteten Themas zum Seminar Wissenserwerb und Motivation</li> <li>• interaktive Gestaltung (Präsentation und Moderation) eines im Team erarbeiteten Themas zum Seminar Instruktionspsychologie</li> <li>• interaktive Gestaltung (Präsentation und Moderation) eines im Team erarbeiteten Themas zum Seminar Medienpädagogik und Mediendidaktik</li> </ul>
<b>Modulprüfung</b>	<p>Die Modulprüfung besteht aus einer Prüfungsleistung:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• eine Hausarbeit (Umfang ca. 25 Seiten, Bearbeitungszeit 8 Wochen) zu einem der Seminare</li> </ul>
<b>Leistungspunkte und Noten</b>	<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>
<b>Häufigkeit des Angebots</b>	Das Modul wird in jedem Studienjahr angeboten.
<b>Arbeitsaufwand</b>	Das Modul umfasst einen Gesamtarbeitsaufwand der Studierenden von 540 AS.
<b>Dauer des Moduls</b>	Bei regulärem Studienverlauf erstreckt sich das Modul auf drei Semester.

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

**Basismodul**

<b>Modulnummer</b>	V
<b>Modulname</b>	Wirtschaft, Marketing und Medienrecht
<b>Modulverantwortlich</b>	Professur für Organisation und Arbeitswissenschaft Professur für Marketing und Handelsbetriebslehre Professur Jura I - Öffentliches Recht und Öffentliches Wirtschaftsrecht
<b>Inhalte und Qualifikationsziele</b>	<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
<b>Lehrformen</b>	Lehrformen des Moduls sind Vorlesung, Übung und Seminar: <ul style="list-style-type: none"> <li>• S: Organisation und Personal (BWL II-c) (2 LVS)</li> <li>• V + Ü: Recht der Information und Kommunikation II (2 + 1 LVS) oder (bei entsprechendem Lehrangebot) S: Medienrecht/Medienpolitik (2 LVS)</li> <li>• V: Marketingmanagement (2 LVS) oder V: Marketinginstrumente (2 LVS)</li> </ul>
<b>Voraussetzungen für die Teilnahme</b>	Modul IX: Wirtschaft, Marketing und Medienrecht im Bachelorstudiengang Medienkommunikation
<b>Verwendbarkeit des Moduls</b>	---
<b>Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten</b>	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"> <li>• 20-minütiges Referat im Seminar Organisation und Personal (BWL II-c)</li> </ul>
<b>Modulprüfung</b>	Die Modulprüfung besteht aus drei Prüfungsleistungen. Im Einzelnen sind folgende Prüfungsleistungen zu erbringen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 60-minütige Klausur zu Marketingmanagement oder Marketinginstrumente</li> <li>• Hausarbeit (Umfang ca. 10 Seiten, Bearbeitungszeit 4 Wochen) zu Organisation und Personal (BWL II-c)</li> <li>• 90-minütige Klausur zu Recht der Information und Kommunikation II oder 30-minütiges Referat und Präsentation zu Medienrecht/Medienpolitik</li> </ul>
<b>Leistungspunkte und Noten</b>	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"> <li>• Klausur zu Marketingmanagement oder Marketinginstrumente, Gewichtung 1 – Bestehen erforderlich</li> <li>• Hausarbeit zu Organisation und Personal (BWL II-c), Gewichtung 1 – Bestehen erforderlich</li> <li>• Klausur zu Recht der Information und Kommunikation II oder Referat und Präsentation zu Medienrecht/Medienpolitik, Gewichtung 1 – Bestehen erforderlich</li> </ul>

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