

## Überleitung der erbrachten Leistungspunkte

von

nach

Die Prüfungsordnung vom 10. Dezember 2014 (NBl. HS MSGWG Schl.-H. Nr. 1/2015, S. 87) zuletzt geändert durch Satzung vom 2. Juni 2015 (NBl. HS MSGWG Schl.-H. Nr. 3/2015, S. 131) tritt mit Ablauf des 28. Februar 2018 außer Kraft.

Die Studienordnung vom 10. Dezember 2014 (NBl. HS MSGWG Schl.-H. Nr. 1/2015, S. 87) zuletzt geändert durch Satzung vom 2. Juni 2015 (NBl. HS MSGWG Schl.-H. Nr. 3/2015, S. 131) tritt mit Ablauf des 28. Februar 2018

Diese Prüfungsordnung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung in Kraft. Sie ist erstmals ab 1. März 2018 anzuwenden. Studierende, die am 28. Februar 2018 im Masterstudiengang „Medienkonzeption“ eingeschrieben sind, setzen ihr Studium ab dem 1. März 2018 nach den Regeln dieser Prüfungsordnung fort.

### Erläuterung zur Überleitung von bis zum 28.02.2018 erbrachten Leistungen

**Grundsätzlich gilt für diesen Studiengang die 1. Überleitungsregelung:** Es werden alle Leistungspunkte, die bisher erbrachten wurden (d.h. im QIS verbucht sind), für die in der neuen Prüfungsordnung in Anhang 2 stehenden Module übernommen. Bei Änderung des Modulnamens wird die neue Modulbezeichnung genutzt, d.h. diese erscheint später im Abschlusszeugnis. Sollte die/der Studierende die Darstellung des alten Modulnamens im Zeugnis wünschen, muss sie/er einen entsprechenden Antrag beim Prüfungsamt stellen.

Modul	Modulname	Leistungs- punkte 2)	Semester/ Studien- halbjahr
<b>Pflichtmodule</b>			
	Medien- und Bildwissenschaft	5	1
	Interaktionsdesign	10	1
	Medienkonvergenz	10	1
	Marketing und Markenführung	5	1
	Forschungsprojekt	10	2
	Medienentwicklung und innovative Konzepte	10	2
	Medienrezeptions- und Wirkungsforschung	5	2
	Medienethik und Medienrecht	5	2
	<b>Summe</b>	<b>60</b>	
	Masterthesis und Kolloquium	30	3
	<b>Gesamtstudienumfang</b>	<b>90</b>	

Modul- nummer/ Kürzel	Modul 2)	Leistungs- punkte (LP)	Semester / Studien- halbjahr
<b>Pflichtmodule des Studiengangs 1)</b>			
41010	Medien- und Bildwissenschaft	5	1
41020	Interaktionsdesign	10	1
41030	Medienkonvergenz	10	1
41040	Marketing und Markenführung	5	1
42010	Forschungsprojekt	10	2
42020	Medienentwicklung und innovative Konzepte	10	2
42030	Medienrezeptions- und Wirkungsforschung	5	2
42040	Ökonomie und Ethik der Medien	5	2
	<b>Summe</b>	<b>60</b>	
9970	Thesis	25	3
9980	Kolloquium	5	3
	<b>Gesamtstudienumfang</b>	<b>90</b>	

Medienethik und Medienrecht alt heißt neu Ökonomie und Ethik der Medien

"Masterthesis und Kolloquium" alt sind aufgeteilt in Thesis sowie Kolloquium neu

2) Gewichtung nach ECTS-Leistungspunkten (European Credit Transfer ar

1) Module müssen von allen Studierenden des Studiengangs gehört werden.

2) Die Prüfungsart für jedes Modul wird verbindlich im Modulhandbuch des Studiengangs festgelegt.