Herzlich willkommen ...

... zur virtuellen Studienorientierung in den beiden Studiengängen „Bibliotheks- und Informationsmanagement“ und „Medien und Information“.

Studierende entwarfen diese Navigatoren im Rahmen eines Projektes des Studiengangs Bibliotheks- und Informationsmanagement, kurz BIM genannt, im Wintersemester 2008/09 und eines Projektes im Studiengang Medien und Information (MUI) im Wintersemester 2009/10. Dieses Angebot hilft Ihnen dabei, offene Fragen bezüglich der Studiengänge und der Hochschule zu beantworten.

Zulassungsvoraussetzungen

Schulabschluss

Um einen der Bachelorstudiengänge Bibliotheks- und Informationsmanagement oder Medien und Information an der HAW Hamburg studieren zu können, benötigen Sie die

- Fachhochschulreife,
- Allgemeine Hochschulreife oder
- Fachgebundene Hochschulreife.

Auch Bewerber/Bewerberinnen ohne Hochschulreife haben die Möglichkeit in einem der beiden Bachelorstudiengänge zu studieren. Weitere Informationen erhalten Sie in dem Gesetz „Besonderer Hochschulzugang für Berufstätige nach § 38 des Hamburgischen Hochschulgesetzes“.

Vorpraxis

Es ist keine Vorpraxis für die Studiengänge nötig.

Wann kann ich mich bewerben?

Bewerbungen in den Studiengängen Bibliotheks- und Informationsmanagement und Medien und Information sind nur zum Wintersemester möglich. Der Bewerbungszeitraum liegt zwischen dem 01.06. und dem 15.07. des jeweiligen Jahres.

Zulassungsvoraussetzungen

Numerus Clausus (NC)

Der NC wird erst nach Ende des Zulassungsverfahrens ermittelt und ändert sich jedes Jahr entsprechend den Bewerbern/Bewerberinnen. Für die Wintersemester 2008/2009 und 2009/2010 betrug der NC für Bibliotheks- und Informationsmanagement jeweils 2,6. Der NC für Medien und Information betrug 2008/2009 2,1 und 2009/2010 1,8.

Studienplatzvergabe

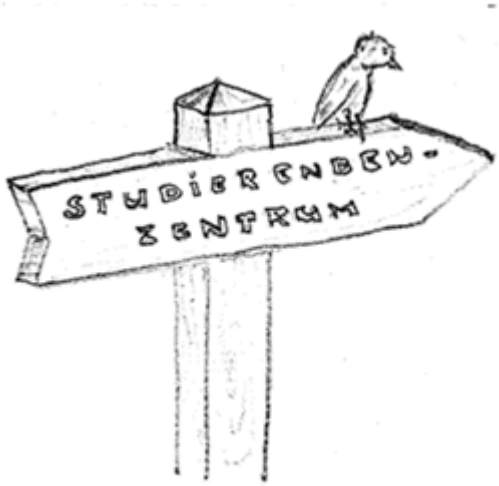
Bewerben sich mehr Studieninteressierte als freie Studienplätze vorhanden sind, so werden die Studienplätze folgendermaßen vergeben:

- 5% für Härtefälle
- bis 15% für Ausländer

danach

- 10% über die Wartezeit
- 90% nach Leistung über Auswahlverfahren

Sind noch Fragen offen?



HAW Hamburg
Studierendenzentrum
Stiftstraße 69
(Eingang Berliner Tor)
20099 Hamburg

E-Mail: studienberatung@haw-hamburg.de
Service-Telefon: +49 40 / 80 90 71 74 0

Dieser Service von Studierenden soll Studieninteressierten eine Tür zur Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg öffnen und ein möglichst realistisches Bild der Studiengänge Bibliotheks- und Informationsmanagement bzw. Medien und Information zeichnen.

Worum geht es im HAW-Navigator, unsere virtuelle Studienorientierung?

Um Sie an den Aufbau unserer Studiengänge und deren Inhalte heranzuführen, laden wir Sie ein, an unserer nachfolgenden „virtuellen Studienorientierung“ teilzunehmen, bevor Sie sich bewerben.

Mit der Orientierung möchten wir Ihnen die Besonderheiten der Studiengänge vermitteln, bevor Sie sich entscheiden, Ihre Bewerbung bei uns einzureichen. Wenn Sie sich im Anschluss an diese virtuelle

Studienorientierung bewerben möchten, geben Sie bei Ihrer Onlinebewerbung Ihre E-Mail-Adresse aus dem HAW-Navigator an, damit erkannt wird, dass Sie diese virtuelle Studienorientierung mindestens einmal komplett durchlaufen haben.

Was erwartet mich genau?

Bitte nehmen Sie sich ca. 60 Minuten Zeit, um die Studienorientierung in Ruhe zu durchlaufen.

Dabei möchten wir Ihnen mehr über den jeweiligen Studiengang und dessen Besonderheiten verraten. Sie erhalten Einblicke in typische Fragestellungen, um besser entscheiden zu können, ob Sie sich die nächsten Jahre Ihres Studiums, aber auch die nächsten Jahrzehnte Ihres Berufslebens mit diesen Dingen beschäftigen möchten.

Sie erfahren alles Wesentliche zum Studium an der HAW und der Studienorganisation in den Studiengängen.

Was ist das Ziel der Studienorientierung?

Denken Sie bitte daran, dass diese Beratung Ihnen in erster Linie dabei helfen soll, mehr über die HAW, die typische Berufswelt der Absolventen und Absolventinnen unserer Studiengänge, deren Anforderungen und Besonderheiten zu erfahren.

Wir garantieren Ihnen, dass Ihr Testergebnis aus den Selbsttestmodulen keinerlei negative Auswirkungen auf eine spätere Bewerbung haben wird! Wir haben diese Beratung und die Selbsttests im Rahmen einer Studienberatung eingeführt, da sich gezeigt hat, dass gerade in den ersten Wochen des Studiums viele Erstsemester aufgrund falscher Vorstellungen ihr Studium wieder abbrechen. Bedingt durch die hohen Bewerberzahlen wird somit vielen wirklich interessierten Bewerbern und Bewerberinnen die Chance auf ein Studium verwehrt.

Wir hoffen natürlich, Sie in der Entscheidung in einem unserer Studiengänge zu studieren, bestärken zu können. Sofern Sie aber merken, dass Sie doch andere Vorstellungen von Ihrem Studium haben, sollten Sie Ihre Studienwahl nochmals überdenken und/oder mit den Studienfachberaterinnen und Studienfachberatern der Studiengänge einen Beratungstermin vereinbaren.

Vielleicht finden Sie ja an der HAW Hamburg einen Studiengang, der Ihren Erwartungen mehr entspricht? Unter

www.haw-navigator.de

haben wir für eine Reihe weiterer Studiengänge ähnliche Beratungsangebote aufbereitet.

Sie befinden sich nun am Start der virtuellen Studienorientierung für die Bachelorstudiengänge Bibliotheks- und Informationsmanagement und Medien und Information

Modulübersicht

Berufsfeld: In diesem Modul werden die unterschiedlichen Berufsbilder dargestellt.

Anforderungsprofil: Das Studium in unseren Studiengängen ist sehr vielseitig. In diesem Modul finden Sie Übungsaufgaben zu verschiedenen Bereichen.

Studieninhalte: In diesem Modul finden Sie eine Übersicht darüber, welche Studieninhalte Sie in

unseren Studiengängen erwarten.

Studienorganisation: Dieses Modul beinhaltet die eher formalen Informationen, die Sie für ein Studium an der HAW Hamburg benötigen.

Studienkultur: Hier erhalten Sie Informationen zum Leben und Studieren am Mediencampus Finkenau.

Berufsfeld

Im Modul „Berufsfeld“ zeigt Ihnen das Department Information eine Auswahl möglicher Berufe und Berufsfelder, in denen Sie nach dem Studium „Medien und Information“ arbeiten können.

Selbstreflektion

Bevor Sie fortfahren, notieren Sie sich bitte einige Stichpunkte zu Ihren Berufswünschen in das unten stehende Textfeld. Dies soll Ihnen helfen, frühzeitig persönliche Erwartungen an dieses Studium zu formulieren und realistische Ziele abzustecken. Am Ende des Moduls können Sie diese mit den Informationen vergleichen, die Sie in diesem Modul erhalten haben.

Welche Berufe und Tätigkeiten verbinden Sie mit dem Studium „Medien und Information“?

Aufgaben- und Tätigkeitsfelder

Berufsfelder und Berufsbezeichnungen ändern sich in der Informations- und Medienbranche rasch. In der Grafik finden Sie Beispiele für Berufe, in denen Absolventen des Studiengangs „Medien und Information“ tätig sind.

Im folgenden finden Sie eine Liste verschiedener Berufsbilder und genaue Beschreibungen:

Medienmanagement und Informationsökonomie

ProjektmanagerIn

Tätigkeitsbeschreibung

Als Schnittstellenfunktion zwischen Auftraggeber und Unternehmen führen und koordinieren ProjektmanagerInnen alle MitarbeiterInnen, die an der Arbeit eines Projektes beteiligt sind. Extern präsentieren sie dem Kunden die Entwürfe, führen Verhandlungen, sind ständige Ansprechpartner/innen. Intern planen und steuern sie den gesamten Ablauf des Projektes.
Sie sind für die Entwicklung der Inhalte, die Einhaltung der Termine, den Personaleinsatz sowie die Einhaltung des vorgegebenen Budgets verantwortlich.
Bei der Umsetzung eines vom Kunden in Auftrag gegebenen Webauftritts beispielsweise arbeiten sie eng mit Konzeptioner/innen, Designer/innen, Producern und Programmierer/innen zusammen. Für diese Tätigkeit ist es wichtig, die entsprechenden technischen und fachlichen Kenntnisse stets auf dem neuesten Stand zu halten.

Kompetenzen und Aufgaben

• Führung

• Koordination
• Planung
• Schnittstelle zwischen Auftraggeber und Unternehmen

MarketingmanagerIn

Tätigkeitsbeschreibung

Wer im Marketing arbeitet sollte ein Organisationstalent sein. Die Konzeption und Umsetzung von Kunden- und Unternehmenspräsentationen, Messen, Mailingaktionen, der Öffentlichkeitsarbeit und unter Umständen die Gestaltung von Werbemaßnahmen gehören zu dem Aufgabenprofil der Marketingassistenten/innen im Unternehmen. Wie die Marketing-Kommunikationswirte/innen arbeiten auch sie auf einer meist operativen Ebene Marketingberatern sowie der Geschäftsleitung zu. Nach außen stehen sie in enger Zusammenarbeit mit dem Vertrieb, externen Dienstleistern wie Agenturen und Druckereien aber auch Marktforschungsinstituten. Die im ständigen Wandel begriffenen Marktgegebenheiten, branchenspezifische Produktkenntnisse und die Vielseitigkeit der Aufgaben gestalten den Berufsalltag im Marketing spannend. Immer häufiger gilt ein betriebswirtschaftliches Studium als Grundvoraussetzung. Doch Ausnahmen bestätigen die Regel. Praktiker/innen mit Erfahrung und guten Englischkenntnissen sind gefragt. Nicht zu vergessen: Wegbegleiter sind auch Statistik und Betriebswirtschaft.

Kompetenzen und Aufgaben

Planen > Durchführen > Überwachen
Operative Ausführung von einem ganzen Maßnahmenkatalog
strategische Entwicklung von Marketingkonzepten
Budgetkontrolle

MediaplanerIn

Tätigkeitsbeschreibung

Mediaplaner/innen analysieren den Medienmarkt und dessen Zielgruppen. Um den richtigen Zeitpunkt abzupassen und die geringsten finanziellen Mittel einsetzen zu müssen, analysieren MediaplanerInnen den Markt hinsichtlich der Zielgruppen sowie der Konkurrenz. Mit dem erlangten Wissen über passende Zielgruppe, Werbemittel und –reichweite sind sie in der Lage, ihre Auftraggeber zu beraten, wie sie ihre Kunden gewinnbringend erreichen können. Dabei stellen sie sicher, dass sich die richtige Botschaft in der passenden Werbeumgebung befindet.

Kompetenzen und Aufgaben

• Markt-, Zielgruppen und Konkurrenzanalyse
• Entwicklung von Werbestrategien
• Recherche
• Erfolgskontrolle

Event- bzw. KulturmanagerIn

Tätigkeitsbeschreibung

Event- bzw. Kulturmanager/innen planen, organisieren, realisieren im Vorfeld sowie im Nachhinein Tagungen, Kongresse, Messen, Produktpräsentationen, Tourneen, Konzerte, Ausstellungen, Feste oder Jubiläen. Arbeitgeber für Kultur- bzw. Eventmanager/innen können Event- und Veranstaltungsagenturen, Werbeagenturen, PR-Abteilungen in Unternehmen aus Wirtschaft und Tourismus ebenso wie

Kulturämter oder Theater sein. Im Bereich Kulturmanagement steht die Analyse des Kulturmarktes zur Kulturförderung und -vermittlung im Mittelpunkt.

Kompetenzen und Aufgaben

• Planung
• Entwicklung
• Steuerung
• Konzeption
• Veranstalten

Medienwissenschaften und Journalistik

Online-RedakteurIn

Tätigkeitsbeschreibung

Für das Veröffentlichen von Inhalten im Internet verfassen Online-Redakteure Texte für Online-Dienste von Verlagen, Firmen und Institutionen. Bei traditionellen Verlagshäusern bereiten sie vorhandene Texte aus dem Print-Bereich suchmaschinenoptimiert auf. Ihre Arbeit gleicht der des klassischen Journalisten: Sie reicht von der Themensuche und Recherche bis hin zum Schreiben der Artikel. Allerdings steht die Interaktivität des Mediums
im Vordergrund. Durch das Verknüpfen von Texten und audiovisuellen Elementen ist es Online-Redakteuren möglich, ihre Artikel multimedial zu unterstützen.

Kompetenzen und Aufgaben

• Recherchieren
• Verfassen von Texten
• Aktualisieren von Inhalten
• Multimediales Verknüpfen

Bildagentur MitarbeiterIn

Tätigkeitsbeschreibung

Das Recherchieren, Auswählen, Beschaffen und oft auch Bearbeiten von Fotos und Illustrationsmaterial für Print- und Onlinemedien sowie für das Fernsehen gehören zu den Aufgaben eines Mitarbeiters einer Bildagentur. Diese Aufgaben setzen Kenntnisse im Umgang mit einschlägigen Bilddatenbanken, Erfahrungen in redaktionellen Abläufen und fundierte Kenntnisse der gängigen Bildbearbeitungsprogramme voraus. Bei der Erschließung von vorhandenen, aber auch zu beschaffenden Fotos, ist das Verschlagworten von Bildmaterial zur späteren Wiederauffindbarkeit in der firmeninternen Bilddatenbank eine weitere wichtige Aufgabe. Für die Klärung der Nutzungsrechte benötigen Mitarbeiter/innen von Bildagenturen medienrechtliches Hintergrundwissen.

Kompetenzen und Aufgaben

• Recherche, Auswahl und Beschaffung von Bildmaterial
• Verschlagwortung / Bildbeschreibung
• Pflege von Datenbanken
• Bildbearbeitung

Kontakter/in

Tätigkeitsbeschreibung

Kontakter sind die Schnittstelle zwischen einzelnen Kompetenzbereichen in Agenturen (Grafiker, Produktioner, Programmierer, Strategen etc.) und deren Kunden. Sie managen Werbeetats. Die letzte Instanz bei Vertragsverhandlungen und der Budgetierung mit dem
Kunden bleibt in der Regel jedoch die Geschäftsleitung. Kontakter stellen die Kommunikation zu allen Ansprechpartnern auf Unternehmensseite sicher. Wichtig ist eine gute Produktkenntnis, betriebswirtschaftliches Verständnis für Märkte und Bedürfnisse, die der Handel an die Werbewirtschaft stellt. Kontakter sind oft Quereinsteiger mit einem betriebswirtschaftlichen oder medienaffinen Studium.

Kompetenzen und Aufgaben

Kundenkontakt
Marktanalysen und Produktrecherchen
Initiierung, Weiterentwicklung und Ausarbeitung von Kampagnen
Werbeetats aufstellen
Produktionsüberwachung
Kalkulation und Abrechnung laufender Aufträge

PR-BeraterIn

Tätigkeitsbeschreibung

Im Bereich Public Relations (PR) wird die Beziehung zwischen Wirtschaftsunternehmen, Institutionen oder Interessensgruppen jeder Art und der Öffentlichkeit gestaltet. Diese Kommunikationsexperten arbeiten in einer PR-Agentur oder in der Öffentlichkeitsabteilung von Unternehmen, wissenschaftlichen Einrichtungen sowie in der Politik. PR arbeitet immer eng mit der Geschäftsleitung zusammen. Der Berufseinstieg erfolgt häufig nach einem mehrmonatiges Praktikum oder einem 1- bis 2-jährigen Volontariat.

Kompetenzen und Aufgaben

Kontakt der Unternehmen zu Journalisten und Redakteuren
-Maßnahmen
Geschäftsberichten

Community ManagerIn

Tätigkeitsbeschreibung

Communities sind virtuelle Gemeinschaften wie Facebook, XING und unzählige weitere „Social Media“ Netzwerke, in denen sich Menschen vernetzen, Inhalte angeboten bekommen und selbst Inhalte produzieren können. Der/die Community Manager/in ist eine Berufsbezeichnung für qualifizierte Kommunikationsexperten, die Communities pflegen, führen und kontrollieren. Zu den Aufgaben der Community Manager/innen gehört es auch den Bekanntheitsgrad des Anbieters zu steigern oder auf Verbraucherkritik zu reagieren. Der Beruf bewegt sich an der Schnittstelle zwischen Informations- und Wissensmanagement, Journalismus und Marketing. Weiterhin benötigt werden spezifische betriebswirtschaftliche und juristische Kenntnisse.

Kompetenzen und Aufgaben

Internetaffinität
Kreativität
Organisationstalent
Kommunikationsfähigkeit und eine hohe Sozialkompetenz
Trend- und Themenanalyse zum Erschließen neuer Marktpotenziale
Texten können

Informationstechnologie

WebmasterIn / AdministratorIn

Tätigkeitsbeschreibung

Wer als Webadministrator/in tätig sein möchte, sollte solide IT-Kenntnisse haben und disziplinenübergreifend arbeiten können und im Internet sein zweites Zuhause sehen. Webadministratoren sind für die technische Verwaltung der Online-Angebote zuständig. Sie strukturieren und pflegen auch Internet- und Intranetauftritte der Unternehmen. Dabei achten sie verstärkt auf die leichte Zugänglichkeit und hohe Nutzerfreundlichkeit der Angebote und deren Aktualität. In kleinen Unternehmen gestalten Webadministratoren auch die Webauftritte, in größeren Unternehmen hingegen sind sie als Projektkoordinatoren erster Ansprechpartner für Screendesigner und Programmierer. Wichtige Aufgabe ist die Administration technisch anspruchsvoller Webserverlösungen. Sie sind dafür verantwortlich das Firmennetzwerk vor Angriffen aus dem Internet zu schützen und die permanente Erreichbarkeit des Web- und Systembetriebs zu gewährleisten. Dazu arbeiten sie oft mit internen oder externen IT-Spezialisten zusammen.

Kompetenzen und Aufgaben

Hohe Affinität zur Informations- und Kommunikationstechnologie
Starke Internetaffinität
Anwenderkenntnisse aus Hard- und Software-Bereichen
Mathematisch-technische Begabung wird vorausgesetzt
Strukturiertes Denken
Koordination von unterschiedlichen Fachkräften
Projektmanagement
Vorausschauendes Planen (bspw.: Investitionen für neue Server)

DatenbankentwicklerIn

Tätigkeitsbeschreibung

Datenbank-Managementsysteme werden heute in nahezu allen Unternehmen oder Behörden eingesetzt. In komplexen Datenbanken verwalten Medienbetriebe ihre Medienprodukte, die Gebühreneinzugszentrale der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten (GEZ) die Rundfunknutzer oder Automobilhersteller ihre Kundendaten. Derartige Datenbank-Architekturen aufzubauen erfordert Spezialisten mit analytischen Denkvermögen. Datenbankentwickler/innen konzipieren, programmieren und implementieren diese Datenbanken bedarfsgerecht. Es werden ständig neue Systeme zur Datenverarbeitung entwickelt, die den Anforderungen einer hohen Vernetzung mit anderen Systemen gerecht werden müssen. Datenbankentwickler/innen sollten sich daher ständig technisch weiterbilden und schon in der Planungsphase voraus denken können.
Absolventen/innen des Studiengangs Medien und Information, die in diesem Berufsfeld tätig sind, haben sich die nötigen technischen Kenntnisse in der Regel im Selbststudium oder durch eine weitere Qualifikation im Informatikbereich angeeignet.

Kompetenzen und Aufgaben

Theoretische und analytische Kompetenz
Anwenderkenntnisse aus Hard- und Software-Bereichen
Mathematisch-technische Begabung wird vorausgesetzt
Strukturiertes Denken
Hohe Affinität zur Informations- und Kommunikationstechnologie

Wissensorganisation

DokumentarIn

Tätigkeitsbeschreibung

Dokumentare/innen sind Informationsspezialisten/innen, die Information und Dokumente aufbereiten und den Nutzern zur Verfügung stellen. Ihre Aufgaben bestehen
aus der formalen und inhaltlichen Erschließung unterschiedlichster Dokumente (von unveröffentlichten internen Dokumenten bis zu audiovisuellen Medien),
aus der Informationsrecherche in gedruckten und elektronischen Informationssystemen wie Online Datenbanken,
aus dem Entwurf und der Pflege von Informationssystemen (Intranetsysteme, Datenbanken),
sowie aus dem Informationsmanagement (vom Erstellen von Statistiken bis zum Qualitätsmanagement).

Dokumentare arbeiten beispielsweise als Mediendokumentare/innen in Rundfunkanstalten oder Verlagen, als Mitarbeiter am Helpdesk von Softwareherstellern oder in den Inhouse-Informationszentren öffentlicher oder privater Einrichtungen wie Forschungszentren, Museen, Versicherungen oder Industrieunternehmen oder auch als selbständige Informationsvermittler und –rechercheure.

Kompetenzen und Aufgaben

• Analyse
• Aufbereitung
• Recherche
• Entwicklung

KonzepterIn

Tätigkeitsbeschreibung

Konzepter/inen planen und entwickeln Webprojekte. Hierbei müssen sie sich stets in die Rolle der Auftraggeber und Endnutzer versetzen. Die Kernfragen lauten: Wie wird der Nutzer handeln, was soll er über das Unternehmen erfahren?
Konzepter/innen erstellen gemeinsam mit Projektmanagern, Screen Designern und Programmierern das Konzept für eine Online- oder Multimedia-Produktion. Der Arbeitsschwerpunkt liegt in der Strukturierung und Organisation der Inhalte z. B. einer Webseite, der Entwicklung von Navigationsstrukturen und der medienintegrativen Gestaltung von Handlungsabläufen und interaktiven Ablaufstrukturen. Dafür erstellt der Konzepter zunächst ein Exposé, das in einer Grobkonzeption erweitert und schließlich im Detail als Storyboard oder Feinkonzept ausgearbeitet wird. Letzteres bildet die Grundlage für die Gestaltung der Inhalte (die Umsetzung erfolgt dann zusammen mit dem Texter oder Online-Redakteur) und Oberflächen (die Umsetzung erfolgt dann zusammen mit dem Programmierer oder Screen Designer). Zudem testen Konzepter/innen Websites, Bedienoberflächen und Navigationssysteme auf Gebrauchstauglichkeit

(Usability). Informationsarchitekten arbeiten in Multimedia-Agenturen ebenso wie in den Informations- und PR-Abteilungen großer Unternehmen, die ihre Web-Präsenz selbst entwickeln und aktualisieren.

Kompetenzen und Aufgaben

Starke Internetaffinität
Strukturiertes Denken
Organisationstalent
Projektmanagement
Kommunikationsfähigkeit und eine hohe Sozialkompetenz
Trend- und Themenanalyse zum Erschließen neuer Marktpotenziale

MedienarchivarIn

Tätigkeitsbeschreibung

Medienarchivare/innen verwalten audiovisuelle Materialien aller Art wie Fernseh- oder Radiobeiträge, Musikstücke, Presseartikel oder Webseiten. Hierbei sind sie auch für die aktuelle Informationsversorgung der Medienproduzenten verantwortlich. Der Schwerpunkt der Arbeit liegt jedoch in der langfristigen Aufbewahrung der Medien - in der Regel in elektronischen Informationssystemen. Medienarchivare/innen haben spezielle Kenntnisse im Bereich der Langzeitarchivierung von Medien und kennen sich mit unterschiedlichen Speicherformen und –formaten aus. Medienarchivare/innen arbeiten in Verlagen, Rundfunkanstalten, kulturellen Einrichtungen und Unternehmen ebenso wie in Werbe- und Media-Agenturen.

Kompetenzen und Aufgaben

Erschließung
Verschlagwortung
Strukturiertes Denken
Technisches Verständnis

Entstehung einer Zeitung

Studierende lernen im Studium verschiedene Unternehmen und deren Medienprodukte kennen. Am klassischen Beispiel „Entstehungsweg einer Zeitung“ möchten wir Ihnen exemplarisch aufzeigen, welche Produktionsschritte durchlaufen werden. Vier Phasen liegen vor uns - Los geht‘s.

Berufsaussichten: Einleitung Medienprodukt - 4 Phasen

Los geht es. Unten erhalten Sie eine Übersicht über alle Arbeitsschritte dieser Phase und die Aufgaben, die diese beinhalten.

Phase 1 besteht aus folgenden Schritten:

Auswahl der Themen
Markt/Gesellschaft studieren
Aktuelles/Wichtiges recherchieren

Vorrecherche
Lesen/Monitoring/Konkurrenz
Informationen sammeln, bündeln, gewichten
Informationen austauschen

Redaktionssitzung
Diskutieren/Abstimmen
Anzeigenakquise
Lesen/Monitoring/Konkurrenz

Recherche
Interview
Telefon
Internet (Datenbanken)
Archiv
Presseagenturen

Phase 2 besteht aus folgenden Schritten:

Schreiben der Artikel
Texte verfassen

Korrektur lesen/Bildbearbeitung
Redigieren/Korrektur lesen
Fakten/Daten/Informationen auf Richtigkeit prüfen
Einpflegen der Daten des Redaktions-Content-Management-Systems
Bildrecherche in Bilddatenbanken/Archiven/Kontakten
Bildrecherche beauftragen
Bildbearbeitung

Layout final
Layouten der Zeitung

Zeitung geht in Druck
Drucken der Zeitung

Phase 3 besteht aus folgenden Schritten:

Distribution (Verteilen)
Verteilen der Zeitung

Marketing (Kanäle)
Planung/Entwicklung neuer Medienprodukte
Kontrolle
Steuerung
Aufzeigen/Nutzung neuer Vertriebskanäle
Konzeptionieren neuer Vermarktungskonzepte
Neue Leser akquirieren

Promotion (Werbung)
Kommunikation mit den Geschäfts- und Endkunden

Phase 4 umfasst folgende Schritte:

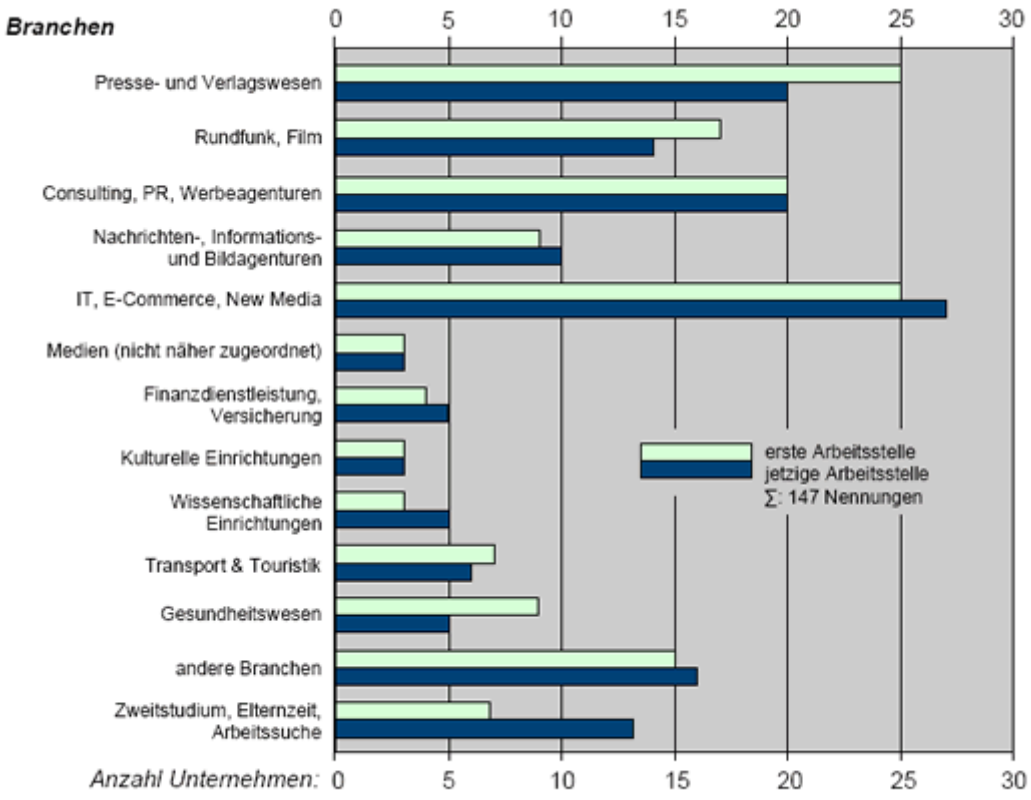
Onlineredaktion
Sammeln, Bündeln und Filtern von Informationen
(Suchmaschinenoptimierte) Aufbereitung der Texte und Bilder für das Internet
Erstellen eigener Beiträge für die Onlineredaktion
Verknüpfen von Informationen (Links) und verbinden von Texten, Bildern, Grafiken, Filmsequenzen und Tönen
Aktualisieren von Texten/Recherche
Anzeigenakquise

Dokumentation
Inhaltliche Erschließung der Dokumente
Übernahme der Daten des Redaktions-Content-Management-Systems
Formate entwickeln für Wiederverwertung

Archiv
Datenbank pflegen (Bewertung/Ordnung/Katalogisierung)

Berufsaussichten - Arbeitsstellen der Absolventen nach Branchen

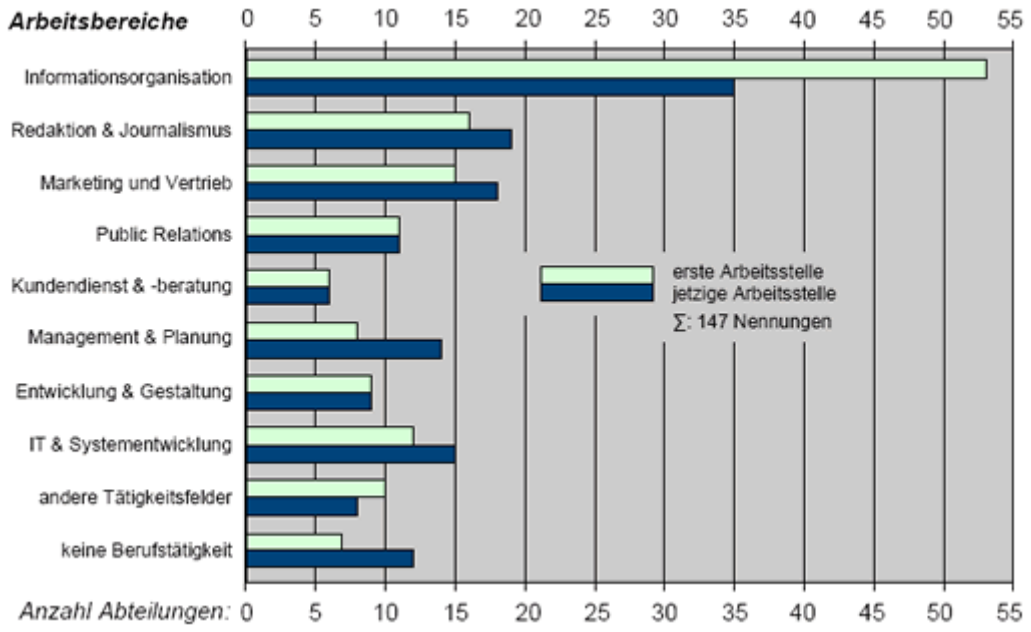
Dieses Diagramm zeigt die Verteilung der Stellenangebote für Informationsspezialisten nach Branchen. Der Großteil der Stellenangebote verteilt sich auf das Presse- und Verlagswesen sowie die Bereiche IT, E-Commerce und New Media.
Bitte beachten Sie, dass die in diesem Navigator dargestellten Diagramme nur eine „Momentaufnahme“ darstellen.



Quelle: belami_report
Mehr Infos

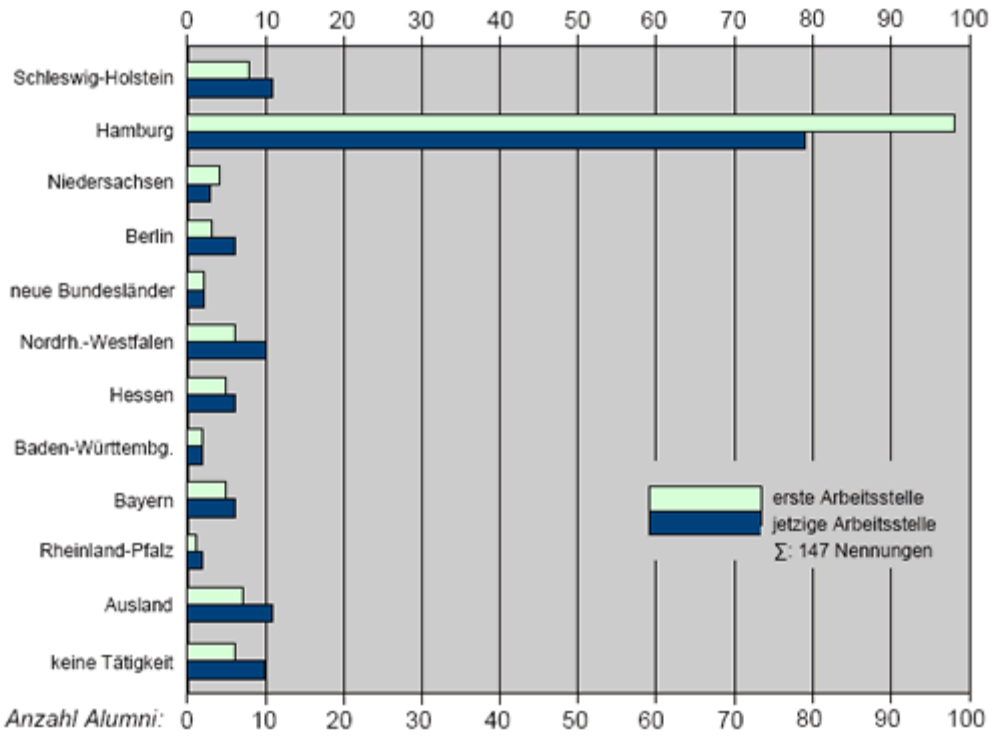
Berufsaussichten - Arbeitsstellen der Absolventen nach Bereichen

An dem folgenden Diagramm können Sie sehen, in welchen Bereichen die Absolventinnen und Absolventen heute arbeiten. Es wird deutlich, dass ein großer Teil von ihnen in der Informationsorganisation tätig ist. Die restliche auffallend konstante Verteilung der 147 Nennungen zeigt auf, wie viele Bereiche den Absolventen durch das Studium zugänglich gemacht werden.



Berufsaussichten - Arbeitsstellen der Absolventen nach dem Standort

Das Diagramm zeigt, dass etwa zwei Drittel der Absolventen nach ihrem Studium eine Arbeitsstelle in Hamburg fanden. Das letzte Drittel verteilt sich auf bundesweiter Ebene und das Ausland.



Quelle: belami_report
Mehr Infos

Abschlussreflektion

Erinnern Sie sich an Ihre Überlegung zur Selbstreflektion? Würde Sie das Studium „Medien und Information“ Ihren Berufswünschen näher bringen und/oder konnten Sie neue Ideen für berufliche Möglichkeiten gewinnen, die das Studium eröffnet?

Abschluss

Sie haben das Modul „Berufsfeld“ komplett absolviert.
Im nächsten Modul erwarten Sie einige Aufgaben aus dem Bereich „Medien und Information“.
Viel Spaß!

Anforderungsprofil

Sicher kennen Sie schon Ihre persönlichen Stärken und Schwächen und haben eine Vorstellung davon, in welchem Berufsfeld Sie in Zukunft tätig sein möchten.
Der folgende Abschnitt soll Ihnen dabei helfen, herauszufinden, ob sich Ihre Erwartungen mit den Inhalten des Studiengangs Medien und Information decken.
Die Fragen greifen Inhalte aus den folgenden vier Studienfeldern auf:

- **Medienwissenschaften und Journalistik**
- **Informationstechnologie**
- **Informationsorganisation**
- **Informationsökonomie und Medienmanagement**

Dazu gibt es jeweils immer Aufgaben und Selbsteinschätzungsfragen.

Aufgaben
Die Aufgaben geben Ihnen einen Einblick, welche Inhalte im Rahmen des Studiums vermittelt werden und welche Fähigkeiten und Interessen Sie mitbringen sollten. Bei der Lösung werden Sie durch Hintergrundinformationen unterstützt. Es geht dabei nicht um die Abfrage von Wissen. Wenn Sie die Lösung der gegebenen Problemstellungen interessiert, ist das schon ein gutes Zeichen, dass auch das Studium zu Ihnen passen könnte. Lassen Sie sich nicht von einer falschen Antwort entmutigen und nehmen Sie sich so viel Zeit für die Beantwortung der Fragen, wie Sie benötigen.
Die Musterlösungen zeigen wir Ihnen im Anschluss an das Modul. Notieren Sie sich deshalb bitte Ihre Lösungen.

Selbsteinschätzungsfragen zu methodischen Kompetenzen
Neben diesen Leistungsaufgaben haben wir zwischen den Aufgaben immer wieder Selbsteinschätzungsfragen zu relevanten methodischen Kompetenzen eingebaut, die eine wichtige Grundlage für das Studium bilden. Bei diesen Selbsteinschätzungsfragen gibt es kein „richtig“ oder „falsch“. Es geht hier vielmehr um einen Abgleich, inwieweit Ihre Einschätzungen mit unseren Erwartungen übereinstimmen. Zu diesen Fragen erhalten Sie direkt ein Feedback.

Frage 1: Sie entwickeln ein Konzept für eine mündliche Befragung, um die Wirkung von gewaltorientierten Computerspielen auf 14- bis 16-jährige Realschüler in Hamburg zu untersuchen. Bitte bringen Sie die folgenden Schritte der Interviewplanung und -durchführung in eine zeitlich logische Reihenfolge.

a. Fragenkatalog entwickeln
b. Zielperson auswählen
c. Fragenkatalog anpassen
d. Fragebögen auswerten

e. Untersuchungsziele definieren
f. Fragebogen testen
g. Daten grafisch aufbereiten
h. Fragebögen von Zielgruppe ausfüllen lassen

Selbsteinschätzung Planungsfähigkeit:
Hinweis: Bei den Selbsteinschätzungsfragen zu methodischen Kompetenzen gibt es kein „richtig“ oder „falsch“.
Bitte schätzen Sie auf einer Skala von 1 (stimme gar nicht zu) bis 8 (stimme völlig zu) ein, inwieweit Sie der folgenden Aussage zustimmen.

Das Koordinieren vieler verschiedener Projekte und Arbeitsabläufe liegt mir.

Feedback: ***Planungsfähigkeit – warum ist sie wichtig für das Studium?***
Während des Studiums ebenso wie später im Beruf ist es erforderlich, eine Vielzahl von unterschiedlichen Tätigkeiten und Arbeitsabläufen aufeinander abzustimmen. So müssen häufig gleichzeitig Referate vorbereitet, Hausarbeiten geschrieben und Übungsaufgaben absolviert werden. Und nicht zuletzt muss man sicherstellen, dass der in den Vorlesungen vermittelte Stoff nicht "links rein und rechts raus geht“, sondern auch in Prüfungen und Klausuren genutzt werden kann.
Da Abgabetermine für Übungsaufgaben, Referatstermine, Prüfungen und Klausuren zudem dazu neigen, geballt aufzutreten, fällt es vielen Studierenden gar nicht so leicht, die Arbeit so zu organisieren, dass alle Ergebnisse zum benötigten Termin vorliegen und den Beurteiler zufrieden stellen. Aus diesem Grund ist es eine gute Voraussetzung, wenn Sie mit Ihrer Antwort auf der rechten Seite der Skala liegen.

Frage 2: In der Film- und Fernsehproduktion befassen sich Fachleute für Informationsorganisation und Projektdokumentation mit der Erfassung und Aufbereitung aller anfallenden Produktionsdaten. Sie recherchieren nach Hintergrunddaten und Produktionsmaterialien oder sie dokumentieren ganze Filmprojekte. Studien haben gezeigt, dass diese Fachleute über bestimmte Eigenschaften verfügen sollten. Was ist wohl dabei herausgekommen?

a. Sie scheuen sich nicht, anderen zu sagen, was sie machen sollen.
b. Beim Lesen von Texten haben sie immer genaue Bilder im Kopf.
c. Sie dokumentieren Abläufe und Arbeitsschritte.
d. Sie können sich gut auf die Ideen anderer einlassen.
e. Sie sind bereit, nach Anweisung Bildervorstellungen zu entwickeln.
f. Sie stehen gerne vor der Kamera.
g. Sie beobachten gerne, sie registrieren Strukturen und analysieren Prozesse.
h. Sie haben tolle Ideen und können gut zeichnen oder basteln.
i. Sie haben einen Blick dafür, wo ihre Unterstützung gebraucht wird.
j. Sie können anderen mitteilen, wenn sie etwas übersehen oder falsch machen.
k. Sie haben kein Problem damit, andere Leute zu schminken.
l. Sie können gut organisieren.
m. Sie haben Ideen, welche Musik zu welcher Stimmung passt.
n. Sie haben nichts dagegen, auch mal eine Nebenrolle im Film zu übernehmen.
o. Sie fotografieren und gestalten gerne.
p. Sie können auch Laien technische und organisatorische Abläufe gut vermitteln.

Selbsteinschätzung Der Fokus liegt auf der Informationsorganisation und –verwaltung:
Hinweis: Bei den Selbsteinschätzungsfragen zu methodischen Kompetenzen gibt es kein „richtig“ oder „falsch“.
Bitte schätzen Sie auf einer Skala von 1 (stimme gar nicht zu) bis 8 (stimme völlig zu) ein, inwieweit Sie der folgenden Aussage zustimmen.

Im Medienbereich sehe ich meine zukünftige Rolle vor allem in der Organisation und Verwaltung von Informationen und weniger bei der Produktion und Präsentation journalistischer Inhalte.

Feedback: ***Informationsorganisation und -verwaltung***
Überspitzt formuliert sind Fachleute für Medien und Information diejenigen, „die hinter den Kreativen aufräumen", indem sie Informationen dokumentieren, organisieren und recherchieren.
Sie sind gut aufgehoben im Studiengang Medien und Information, wenn Ihre Antwort in der rechten Hälfte der Skala liegt.

Frage 3: Nach einer klassischen Marketingtheorie werden Maßnahmen zur Vermarktung von Produkten der 4P-Strategie zugeordnet:

- *Product* – für Produktbeschaffenheit, -qualität, -nutzen, -design usw.
- *Place* – für Vertriebswege, Zugänglichkeit, Erreichbarkeit usw.
- *Price* – Preisgestaltung, Rabattierung, Abnahmebedingungen, Gebührenmodelle usw.
- *Promotion* – Kommunikation, Präsentation, Werbung, Public Relations usw.

Die Marketingabteilung eines Unternehmens plant zukünftig ein Computerspiel über ein E-Commerce Shopsystem zu vertreiben. Während der Entwicklung einer Marketingkampagne werden eine Reihe möglicher Maßnahmen diskutiert.
Bitte entscheiden Sie, welchem der vier Bereiche die folgenden Elemente zuzuordnen sind.

a. Plakatwerbung in U-Bahn-Stationen
b. Zeitung
c. Nutzungsgebühren
d. Bestellmöglichkeiten (online, telefonisch, postalisch)
e. Suchmaschinenoptimierung (SEO)
f. Übersichtlichkeit des Shopsystems
g. Verlinkungen auf anderen Websites
h. System von Versandkostenpauschalen
i. Vorstellung des Produktes in Diskussionsforen
j. Einnahmen über Bannerwerbung
k. Präsenz in Social-Network-Plattformen

Frage 4: Recherchespezialisten verfügen über einen guten Überblick über das Informationsangebot. Hierzu benötigen sie Kenntnisse darüber, welche Typen von Informationsmitteln es gibt. Informationsmittel unterscheiden sich z. B. nach ihrer Aktualität. Tagesaktuelle Informationen finden sich eher in der Tageszeitung als in einer Wochenzeitung. Eine weitere wichtige Unterscheidung besteht zwischen Informationen aus erster Hand (primäre Informationsmittel) und aufbereiteten Informationen (sekundäre Informationsmittel), die nur auf primäre Informationen verweisen.
Bitte geben Sie an, welche der genannten Quellen Primärquellen sind:

a. Artikel in Wikipedia
b. Google
c. Linksammlungen
d. Doktorarbeiten
e. Gelbe Seiten
f. Patentschrift
g. Artikel in einer wissenschaftlichen Fachzeitschrift
h. Beitrag in einem Weblog zu einem Wikipedia Artikel
i. Bibliothekskatalog
j. Chronologie des Ersten Weltkriegs in einem Schulbuch
k. Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland

Selbsteinschätzung Sprachverständnis/sprachliche Abstraktionsfähigkeit
Hinweis: Bei den Selbsteinschätzungsfragen zu methodischen Kompetenzen gibt es kein „richtig" oder „falsch".
Bitte schätzen Sie auf einer Skala von 1 (stimme gar nicht zu) bis 8 (stimme völlig zu) ein, inwieweit Sie der folgenden Aussage zustimmen.

Finden Sie schneller als andere heraus, wenn ein Autor mit dem Wort X fast dasselbe (oder das Gleiche?) bezeichnet wie zwei andere Autoren mit dem Wort Y?
Sprachliche Feinheiten zu analysieren und komplexe sprachliche Inhalte zu kombinieren liegt mir.

Feedback: ***Sprachverständnis/sprachliche Abstraktionsfähigkeit***
In einigen Fächern des Studiengangs Medien und Information wird von Ihnen erwartet, dass Sie viele und mitunter schwierige Fachtexte lesen und sich auf eine spezifische Fachterminologie einlassen. Hierfür ist eine rasche Auffassungsgabe für sprachliche Details wichtig.
Sie sind gut aufgehoben im Studiengang Medien und Information, wenn Ihre Antwort in der rechten Hälfte der Skala liegt.

Frage 5: Kultur, Medien und Literatur sind Schwerpunkte und damit Aufgaben und Arbeitsfelder von Bibliotheken und Informationseinrichtungen. In diesem Zusammenhang werden im Studium historische Entwicklungen sowie aktuelle Trends besprochen.
Mit welchen Errungenschaften wurde das Informationswesen in den letzten Jahren revolutioniert?

a. Offset-Druck
b. Kino
c. World Wide Web
d. Fernsehen
e. Radio
f. Web 2.0

Frage 6: Durch den Einsatz der so genannten Booleschen Operatoren z. B. in einer Suchmaschine kann man ein Suchergebnis erweitern oder auch einschränken.
Beim logischen UND müssen ALLE Wörter der Suchanfrage im Dokument vorkommen.
Beim logischen ODER werden alle Dokumente gefunden, die eines der Suchwörter enthalten.
Das heißt, wenn Sie die Suchbegriffe mit ODER verknüpfen, erhalten Sie in der Regel mehr Dokumente als bei einer UND-Abfrage.
Stellen Sie sich vor, Sie sind mit Freunden in einem Restaurant, das die Boolesche Logik anwendet.

1) Sie bestellen **Suppe UND Nudeln.** Was bringt Ihnen der Wirt?

a. Nudelsuppe
b. Erbsensuppe
c. Nudeln
d. Nachtisch
e. Schnitzel
f. Reis
g. Erbsen
h. Kartoffeln
i. Würstchen
j. Kartoffelsalat

2) Sie bestellen **Suppe ODER Nachtisch.** Was bringt Ihnen der Wirt?
a. Nudelsuppe

b. Erbsensuppe
c. Suppe
d. Nudeln
e. Pudding
f. Schnitzel
g. Reis
h. Erbsen
i. Kartoffeln
j. Eiscreme

Frage 7: Durch den Einsatz der so genannten Booleschen Operatoren z. B. in einer Suchmaschine kann man ein Suchergebnis erweitern oder auch einschränken.
Beim logischen UND müssen ALLE Wörter der Suchanfrage im Dokument vorkommen.
Beim logischen ODER werden alle Dokumente gefunden, die eines der Suchwörter enthalten.
Das heißt, wenn Sie die Suchbegriffe mit ODER verknüpfen, erhalten Sie in der Regel mehr Dokumente als bei einer UND-Abfrage.
Stellen Sie sich vor, Sie sind mit Freunden in einem Restaurant, das die Boolesche Logik anwendet.

1) Sie bestellen **Schnitzel ODER Reis ODER Erbsen.** Was bringt Ihnen der Wirt?

a. Nudelsuppe
b. Erbsensuppe
c. Suppe
d. Nudeln
e. Nachtisch
f. Schnitzel
g. Reis
h. Erbsen
i. Kartoffeln
j. Würstchen
k. Kartoffel-Salat
l. Gemüsesuppe

2) Sie bestellen **Gemüsesuppe UND (Würstchen ODER Nudeln).** Was bringt Ihnen der Wirt?

a. Nudelsuppe
b. Gemüsesuppe
c. Suppe
d. Gemüsesuppe mit Nudeln
e. Nachtisch
f. Schnitzel
g. Reis
h. Erbsen
i. Kartoffeln
j. Gemüsesuppe mit Würstchen
k. Kartoffel-Salat
l. Erbsensuppe mit Würstchen

Frage 8: Ein Thesaurus dient dazu, Nutzer bei der Recherche nach Informationen bei der Auswahl geeigneter Suchbegriffe zu unterstützen und auf diese Weise die Recherchequalität zu verbessern. In einem Thesaurus werden Wörter alphabetisch aufgelistet und nach bestimmten Regeln zueinander in Beziehung gesetzt. Häufig verwendete Beziehungen bestehen zwischen Ober- und Unterbegriffen (weiterer Begriff → engerer Begriff oder Teil-Ganzes), Synonymen und verwandten Begriffen (nicht näher festgelegte Assoziationen).

Stellen Sie zwischen den folgenden Begriffen aus dem Wortfeld „Werbung“ Beziehungen her. Welcher der Begriffe ist ein Synonym für Werbung, welche zwei Begriffe sind verwandte Begriffe und welche drei Begriffe sind Unterbegriffe?

a. Ästhetik
b. Werbepsychologie
c. Internationale Werbung
d. Vergleichende Werbung
e. Reklame
f. Werbemittel

Selbsteinschätzung Vernetztes Denken
Hinweis: Bei den Selbsteinschätzungsfragen zu methodischen Kompetenzen gibt es kein „richtig“ oder „falsch“.
Bitte schätzen Sie auf einer Skala von 1 (stimme gar nicht zu) bis 8 (stimme völlig zu) ein, inwieweit Sie der folgenden Aussage zustimmen.

Es fällt mir leicht, Problemlösungen aus einem Bereich auf einen anderen Bereich zu übertragen.
Anmerkung: Es geht hier darum, wie leicht es Ihnen beispielsweise in der Schule fiel, im Deutschunterricht Gelerntes im Musik- oder Kunstunterricht anzuwenden.

Feedback: ***Vernetztes Denken***
Im Studium werden Ihnen die Inhalte in einzelnen Fächern vermittelt. Tatsächlich hängen jedoch viele Themen inhaltlich eng zusammen. Später verlangen berufliche Tätigkeiten im Medienbereich häufig z. B. sowohl Kenntnisse der Informationstechnologie als auch ein ökonomisches Grundwissen. Sie sind im Studiengang Medien und Information gut aufgehoben, wenn Ihre Antwort in der rechten Hälfte der Skala liegt.

Selbsteinschätzung Ausdrucksfähigkeit/kommunikative Kompetenz
Hinweis: Bei den Selbsteinschätzungsfragen zu methodischen Kompetenzen gibt es kein „richtig“ oder „falsch“.
Bitte schätzen Sie auf einer Skala von 1 (stimme gar nicht zu) bis 8 (stimme völlig zu) ein, inwieweit Sie der folgenden Aussage zustimmen.

Ich kann mich gut in andere hinein versetzen.

Feedback: ***Ausdrucksfähigkeit/kommunikative Kompetenz***
An Medienprojekten sind immer viele unterschiedliche Personen beteiligt. Die Fähigkeit konstruktiv, effektiv und bewusst zu kommunizieren, ist wichtig für eine gute Zusammenarbeit.
Auch während des Studiums ist es notwendig, dass sich Studierende sowohl untereinander als auch mit den Dozenten regelmäßig auszutauschen, um die Anforderungen und Bedürfnisse der anderen zu verstehen.
Sie sind im Studiengang Medien und Information gut aufgehoben, wenn Ihre Antwort in der rechten Hälfte der Skala liegt

Nun erhalten Sie die Lösungen. Bitte vergleichen Sie diese mit Ihren Antworten.

Aufgabe 1:

1. Untersuchungsziele definieren
2. Zielpersonen auswählen
3. Fragenkatalog entwickeln

4. Fragebogen testen
5. Fragenkatalog anpassen
6. Fragenbogen von Zielgruppe ausfüllen lassen
7. Fragebögen auswerten
8. Daten grafisch aufbereiten

Aufgabe 2:

c) Sie dokumentieren Abläufe und Arbeitsschritte.
d) Sie können sich gut auf die Ideen anderer einlassen.
g) Sie beobachten gerne, sie registrieren Strukturen und analysieren Prozesse.
i) Sie haben einen Blick dafür, wo ihre Unterstützung gebraucht wird.
l) Sie können gut organisieren.
m) Sie haben Ideen, welche Musik zu welcher Stimmung passt.
p) Sie können auch Laien technische und organisatorische Abläufe gut vermitteln.

Aufgabe 3:

Product: e) Übersichtlichkeit des Shopsystems
Place: c) Bestellmöglichkeiten (online, telefonisch, postalisch)
Price: b) Nutzungsgebühren, g) System von Versandkostenpauschalen, i) Einnahmen über Bannerwerbung
Promotion: a) Plakatwerbung in U-Bahn-Stationen, d) Suchmaschinenoptimierung (SEO), f) Verlinkungen auf anderen Websites, h) Vorstellung des Produktes in Diskussionsforen, j) Präsenz in Social-Network-Plattformen

Aufgabe 4:

d) Doktorarbeiten
f) Patentschrift
g) Artikel in einer wissenschaftlichen Fachzeitschrift
h) Beitrag in einem Weblog zu einem Wikipedia Artikel
k) Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland

Aufgabe 5:

1. a) Nudelsuppe
2. a) Nudelsuppe, b) Erbsensuppe, c) Suppe, e) Pudding, j) Eiscreme

Aufgabe 6:

1. b) Erbsensuppe, f) Schnitzel, g) Reis , h) Erbsen
2. d) Gemüsesuppe mit Nudeln, j) Gemüsesuppe mit Würstchen, l) Erbsensuppe

Aufgabe 7:

Quelle 2

Aufgabe 8:

Oberbegriff: Werbung
Unterbegriffe: Internationale Werbung, Werbemittel, Vergleichende Werbung

Verwandte Begriffe: Ästhetik, Werbepsychologie:
Synonym: Reklame

Abschluss

Wir hoffen, das Modul „Anforderungsprofil“ hat Ihnen einen Eindruck davon gegeben, was Sie im Studium erwartet.
Viel Spaß bei der Bearbeitung des Moduls „Studieninhalte“!

Studieninhalte

In diesem Modul erhalten Sie einen Überblick über die Inhalte des Studiums. Ausbildungsziel ist die Qualifikation **für Dienstleistungen der Informations- und Wissensorganisation und der Informationsvermittlung und -beratung** in der Medienwirtschaft. Inhaltlicher Fokus ist die Vermittlung von theoretischen Hintergründen und praktischen Fertigkeiten, die Voraussetzung eines professionellen und bedarfsorientierten Umgangs mit Informationen aus Medien, über Medien und für Medien sind. Informations- und Wissensorganisation sind die Kernkompetenzen, die Studierenden in diesem Studiengang vermittelt werden.
Auf den folgenden Seiten werden Studienstruktur und Inhalte des Studiums dargestellt.
Anschließend werden häufige Missverständnisse zum Studiengang „Medien und Information“ geklärt.
Auf der letzten Folie haben wir Links zu weiterführenden Informationen mit ausführlichen Beschreibungen der Studieninhalte und des Studienverlaufs zusammengestellt.

Die Struktur des Studiums setzt sich aus verschiedenen Bausteinen zusammen. Folgende Bausteine sind Bestandteil der Struktur:

Basis

Die Pflichtmodule vermitteln Ihnen in den ersten Studienjahren Grundlagenwissen in den Bereichen **Wissensorganisation, Medienwissenschaften, Informationstechnik, Ökonomie.** Außerdem können Sie erste berufsqualifizierende Kompetenzen entwickeln.

Die Wahlpflichtmodule bieten Ihnen die Möglichkeit Schwerpunkte entsprechend Ihrer fachlichen Interessen zu setzen und individuelle Kompetenzprofile zu entwickeln, indem Sie sich in speziellen Bereichen zusätzliches Wissen aneignen.

Die Pflichtmodule im ersten Studienjahr vermitteln Basiswissen in den Themenbereichen Medienwissenschaften, Informations- und Wissensorganisation, Informationstechnik sowie (Medien-) Ökonomie. Durch ein anschließendes Praktikum erhalten Sie die Möglichkeit Ihr Wissen umzusetzen sowie einen eigenen Schwerpunkt zu finden / festzulegen.

Informationstechnologie

In diesem Pflichtmodul erlernen Sie Grundlagen der Informationstechnologie. Es wird Grundlagenwissen über den Aufbau und Einsatz von Rechnersystemen und Datenbanken im medialen Zusammenhang vermittelt. Die Inhalte werden durch theoretische Überblicksvorlesungen und praktische Übungen vermittelt. Das Modul besteht aus folgenden Lehrveranstaltungen:
• Grundlagen der Informationstechnologie 1+2
• Datenbanken 1+2
• Screendesign & Multimediatechnologie
• Medien Informatik

Medienwissenschaften und Journalistik

Diese Pflichtmodule vermitteln Basiswissen in den Teilbereichen Medienforschung und Medienrecht. Sie erhalten medientheoretisches Hintergrundwissen und Einblicke in redaktionelle Tätigkeiten und entwickeln in Arbeitsgruppen unter realistischen Arbeitsbedingungen Ideen, Formate und Inhalte für Medienprodukte und zu aktuellen Themen.
Das Modul setzt sich aus den folgenden Lehrveranstaltungen zusammen:
• Medientheorie und Medienforschung 1 + 2
• Medienrecht und Medienethik 1 + 2
• Redaktionsarbeit und –organisation 1 + 2
• Medienkonzeption und –produktion

Wissensorganisation

In diesem Pflichtmodul erlernen Sie die Grundlagen der Informations- und Wissensorganisation und der Informationsrückgewinnung (Recherche). Hierzu gehören verschiedene Verfahren der formalen und inhaltlichen Aufbereitung/Erschließung von Dokumenten und Informationen, so dass Sie schnell von den Nutzern wiederaufgefunden und weiterverarbeitet werden können ebenso wie Kenntnisse über Suchmaschinen und professionelle Datenbanken. Zum Modul gehören folgende Lehrveranstaltungen:
• Wissensorganisation 1-3
• Recherchestrategie
• Datenbankretrieval
• Information Research

Medienmanagement und Informationsökonomie

In diesem Pflichtmodul werden Grundlagen der Informationsökonomie und des Medienmanagements vermittelt. Theoretische Modelle und Ansätze der Betriebswirtschaftslehre werden in Übungen und Fallstudien auf konkrete Beispiele aus der Praxis von Unternehmen der Medien- und Informationswirtschaft angewandt. Es werden Instrumente und Methoden vermittelt, wie medienwirtschaftliche Daten gesammelt, analysiert, bewertet und aufbereitet werden. Zum Modul gehören folgende Lehrveranstaltungen:
• Informationsmanagement 1+2
• Betriebliches Datenmanagement
• Medienwirtschaft & Kommunikationspolitik 1+2

Praktikum

Im Studienablauf ist im 4. Semester ein Praxissemester von 23 Wochen Dauer vorgesehen. Im Praktikum erhalten Sie die Gelegenheit, die im theoretischen Studium meist in getrennten Disziplinen vermittelten Kenntnisse und Fähigkeiten auf konkrete Aufgabenstellungen in einer öffentlichen Einrichtung oder einem privaten Unternehmen anzuwenden. Außerdem kann die Praktikumszeit dabei helfen:

- Berufserfahrung zu sammeln und nachzuweisen;
- bei späterer Bewerbung eine »gute Adresse« vorweisen zu können;
- Ideen für spätere Berufswünsche zu sammeln;
- „Networking“: Kontakte knüpfen, die den späteren Berufseinstieg erleichtern
- ein praxisnahes Thema für die Bachelorarbeit zu finden.

In der Praxisordnung (http://www.bui.haw-hamburg.de/fileadmin/redaktion/praktikum/Richtlinien_Praktikum_muiba.pdf) erhalten Sie detaillierte Informationen zum Praxissemester.

Module

In den Wahlpflichtmodulen im zweiten Studienabschnitt werden vertiefende Kentnisse in den Bereichen (Medien-)Ökonomie, Informations- und Wissensorganisation, Medienwissenschaften und Informationstechnik vermittelt. Sie haben die Möglichkeit, sich ein breites allgemeines Wissen zu erarbeiten und Module aus allen Schwerpunkten zu wählen oder Sie können sich auf einen oder zwei Schwerpunkte spezialisieren. Das Angebot der Wahlpflichtmodule orientiert sich thematisch an aktuellen Fragen der Forschung und der Berufspraxis.

Informationstechnologie

In den Wahlmodulen aus dem Bereich Informationstechnologie wurden in den vergangenen Semestern u.a. folgende Themenschwerpunkte vertieft: Programmierung, Markup Sprachen, Datenbankaufbau und -entwicklung und Multimediatechnologien.

Medienwissenschaften und Journalistik

Die Wahlpflichtmodule aus dem Bereich Medien und Journalistik legen ihren Themenschwerpunkt auf medienwissenschaftliche- und journalistische Kompetenzfelder. Die Angebote sollen Sie bei der Entwicklung eines persönliches Qualifikations- und Fähigkeitsprofil unterstützen, dessen Kernkompetenz in den Bereichen empirische Medienforschung, Medienwissenschaften und journalistisches und redaktionalles Arbeiten liegt. Das Modulangebot variiert jährlich, so dass auch aktuelle Themen aufgegriffen werden können.

Wissensorganisation

Es werden aktuelle Fragen der Forschung und der Berufpraxis zur Wissens- und Informationsstrukturierung und –organisation sowie zum Information Retrieval angeboten.
Im Wahlmodul Informationsorganisation wurden in den vergangenen Semestern u.a. folgende Themenschwerpunkte behandelt: Usability und Informationsarchitektur, Suchmaschinenoptimierung, Spezialsuchmaschinen und Methoden der Wissens- und Informationserschließung aus dem Bereich des Semantic und Social Web (Ontologien, Folksonomies).

Medienmanagement und Informationsökonomie

Zentrale Themen in den Wahlmodulen im Bereich Medienmanagement & Informationsökonomie sind Mediencontrolling, Qualitätsmanagement, Medien- und Informationsökonomie, Medienmarketing, Marktforschung, Organisation und Personalmanagement. Hierzu wurden in den vergangenen Semestern beispielsweise Fallstudien bearbeitet, verglichen und bewertet. Ein weiterer Arbeitsschwerpunkt ist die Erhebung und Analyse empirischer Daten zu Marktchancen, -risiken und -potenzialen für Medien, Informationsprodukte und Dienstleitungen.

Projekt

Das 5. Semester bereitet Sie gezielt auf die Komplexität der Berufspraxis vor. In einem fächerübergreifenden Projekt erarbeiten Sie in Teams Lösungen für konkrete Problemstellungen des Berufsfeldes. Projektorientiertes, zeitkritisches und Aufgaben bezogenes Arbeiten sowie die enge Zusammenarbeit mit Auftraggebern aus der Berufspraxis simulieren spätere Arbeitsbedingungen.
Hier finden Sie eine Auswahl der in den letzten Jahren am Department bearbeiteten Projekte.
http://www.bui.haw-hamburg.de/projekte_.html

Die Bachelorarbeit ist für das 6. Semester vorgesehen. In Ihrer Abschlussarbeit zeigen Sie, dass Sie in der Lage sind, innerhalb der vorgegebenen Bearbeitungszeit von drei Monaten ein Problem aus einem dem Studiengang entsprechenden beruflichen Tätigkeitsfeld selbständig unter Anwendung

wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse zu bearbeiten und in seine fächerübergreifenden Zusammenhänge einzuordnen.
Mehr Informationen zum Thema Bachelorarbeit finden Sie auf der Website des Departments.
http://www.bui.haw-hamburg.de/thesis.html

Häufige „Missverständnisse“

Es kommt immer wieder vor, dass Studierende mit falschen Erwartungen ein Studium im Studiengang „Medien und Information“ aufnehmen. Um die häufigsten „Missverständnisse“ auszuräumen, erfahren Sie nun unter dem Punkt „Missverständnisse“, was Sie im Studium **nicht** erwartet.

Missverständnis Nr. 1

„Ich möchte später mal vor der Kamera stehen.“

Die Ausbildung von Moderatoren/Moderatorinnen oder Talkmastern/Talkmasterinnen steht nicht im Fokus der Ausbildung.
In den Modulen aus den Bereichen Medienwissenschaften und Journalistik sammeln Sie **erste** Erfahrungen in der praktischen Medienproduktion, die es Ihnen ermöglichen sollen, **journalistisches Arbeiten zu verstehen** und eine **Schnittstellenfunktion** zwischen Informationsorganisation und Medienproduktion zu übernehmen.

Missverständnis Nr. 2

„Mit Mathe will ich nie mehr in meinem Leben etwas zu tun haben.“

Sie benötigen zwar keine ausgeprägten mathematischen Kenntnisse oder Fähigkeiten, wie es etwa bei einem ingenieurwissenschaftlichen Studiengang der Fall ist, doch Sie sollten offen für Zahlen und die praktische Anwendung von Formeln sein.
Auch in diesem Studiengang sind Mathematikkenntnisse erwünscht. Im Modul „Betriebliches Datenmanagement“ werden Statistikgrundlagen vermittelt. Auch um die Funktionsweise von Suchmaschinen verstehen und optimieren zu können, ist ein mathematisches Grundverständnis hilfreich. Im Informationsmanagement lernen Sie Instrumente wie Kennzahlensysteme sowie Kosten- und Leistungsrechnung kennen.

Missverständnis Nr. 3

„Mit dem Bachelorabschluss in ‚Medien und Information‘ erwerbe ich einen konkreten Berufsabschluss.“

Wer einen Beruf erlernen will, der sollte eine Lehre wählen, denn es gibt im Medien- und Informationsbereich viele interessante Ausbildungsberufe. Für den Medienbereich hat dazu die Handelskammer Hamburg eine Liste mit Ausbildungsberufen im Medienbereich erstellt.
Im Studiengang „Medien und Information“ bilden wir keine Lehrlinge aus, sondern Akademiker, die einen ersten berufsqualifizierenden Bachelorabschluss in „Medien und Information“ erwerben. Diese Qualifikation ist für Arbeitgeber aus den Bereichen Medien und Information interessant.
Um eine solche Tätigkeit zu finden, ist Eigeninitiative gefragt.

Weiterführende Informationen

Die vorangegangenen Seiten haben Ihnen eine Orientierung über die im Studiengang „Medien und Information“ vermittelten Inhalte gegeben. Auf der Website des Departments finden Sie weitergehende Informationen und Materialien zu den Studieninhalten und zum Studienverlauf:

Detaillierte Informationen zum Studienaufbau und zu den Studieninhalten liefert das Modulhandbuch.

Informationen zum aktuellen Vorlesungsangebot finden Sie im Online-Vorlesungsverzeichnis.

Auf der Seite Praktikum sind alle relevanten Informationen zum Praktikum zusammengetragen.

Einen Überblick über die Vielfalt der am Department bearbeiteten Projekte bietet die Projektübersicht.

Weitere Informationen: *Ralph Schmidt (Hrsg.): Projektteam BelAMI. Das Leben danach …,* Berufsbilder, Entwicklungsziele und Lebensläufe von Alumni im Berufsfeld Medien & Information. Hamburger Materialien zur Medien-Information 40, Projektbericht, HAW Hamburg, 2007.

Abschluss

Wir hoffen, Sie haben im Modul „Studieninhalte“ eine genauere Vorstellung davon erhalten, was Sie im Studiengang „Medien und Information“ erwartet, falls Sie sich für diesen entscheiden.

Im nächsten Modul erhalten Sie organisatorische Informationen zum Studium an der HAW und speziell am Department Information.

Studienorganisation

In diesem Modul möchten wir Sie über einige formale Aspekte des Studiums informieren. Die Studienorganisation ist ein wichtiger Punkt bei der Auswahl eines Studiums und die formalen Bedingungen können die Entscheidung für oder gegen einen Studiengang beeinflussen.

Wir stellen den Aufbau des Studiums dar und zeigen Ihnen, welche Lehr- und Prüfungsformen in unseren Studiengängen üblich sind.

Weiterhin zeigen wir auf, welche Kosten mit dem Studium verbunden sind und welche Finanzierungsmöglichkeiten es gibt.

Abschließend stellen wir den elektronischen Studierendenausweis vor, der zum Sommersemester 2009 in Form einer Chipkarte an der HAW Hamburg eingeführt wurde.

Lehr- und Prüfungsformen

Die Kenntnisse werden in verschiedenen Lehrveranstaltungsformen übermittelt. Typische Beispiele für Lehrformen sind:

Vorlesung:
Während der Vorlesung werden durch die Lehrenden wissenschaftliche Grund- und Spezialkenntnisse vermittelt.

Seminaristischer Unterricht:
Unter aktiver Beteiligung der Studierenden werden durch die Lehrenden Grund- und Spezialkenntnisse vermittelt.

Übung:
Unter der Anleitung der Lehrenden müssen die Studierenden vorgegebene Aufgaben bearbeiten.

Laborpraktikum:
Die Studierenden müssen vorgegebene fachpraktische Tätigkeiten durchführen und die Ergebnisse protokollieren.

Projekt:
Im Studienprojekt wird eine fächerübergreifende Aufgabenstellung von einer Gruppe von Studierenden bearbeitet. Hierbei müssen Problemlösungen gefunden und Ergebnisse schriftlich dokumentiert werden.

Exkursion:
Studierende haben z. B. die Möglichkeit, Besichtigungen in Informationseinrichtungen vorzunehmen und somit einen Einblick in die Berufspraxis zu erlangen.

Prüfungsformen

Für die einzelnen Module müssen unbenotete Studienleistungen
bzw. benotete Prüfungsleistungen erbracht werden, in denen die Studierenden nachweisen, dass sie die erlernten Inhalte umsetzen können. Typische Beispiele für Prüfungsformen sind:

Klausur:
In einer Klausur sollen die Studierenden in mindestens 90 und höchstens 240 Minuten gestellte Aufgaben selbstständig bearbeiten.

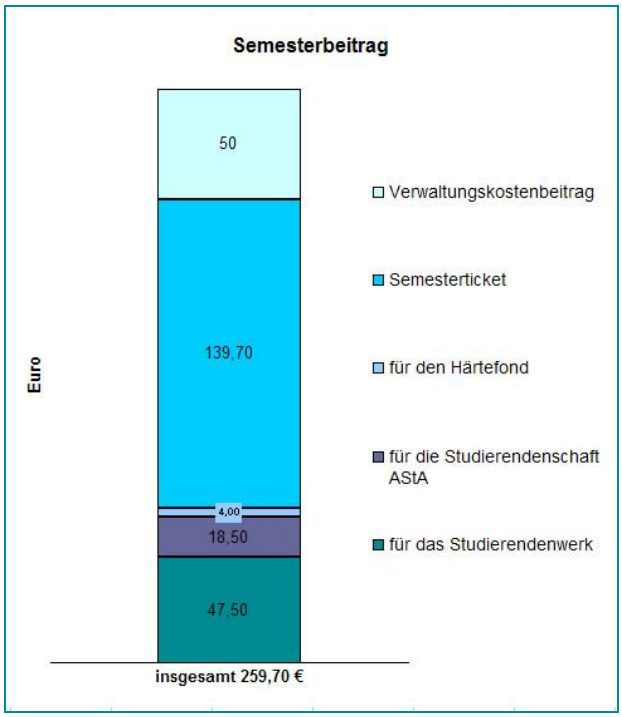
Referat:
Die Vortragenden präsentieren zwischen 15 und 45 Minuten frei, jedoch nach Vorlage einer eigenständig abgefassten schriftlichen Ausarbeitung.

Hausarbeit:
Eine Hausarbeit ist eine schriftliche Ausarbeitung unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden.
Fachliche Semesterarbeit:
Eine fachliche Semesterarbeit ist eine Ausarbeitung, die anschließend in Form eines Vortrags von 10 bis 20 Minuten vorgestellt wird.

Projektleistung:
Die Projektleistung wird im fünften Semester im Rahmen des Studienprojektes erbracht. Hierbei ist fächerübergreifendes und teamorientiertes Arbeiten wichtig. Alle Arbeitsschritte werden dokumentiert und Projektergebnisse erarbeitet.

Kosten für das Studium

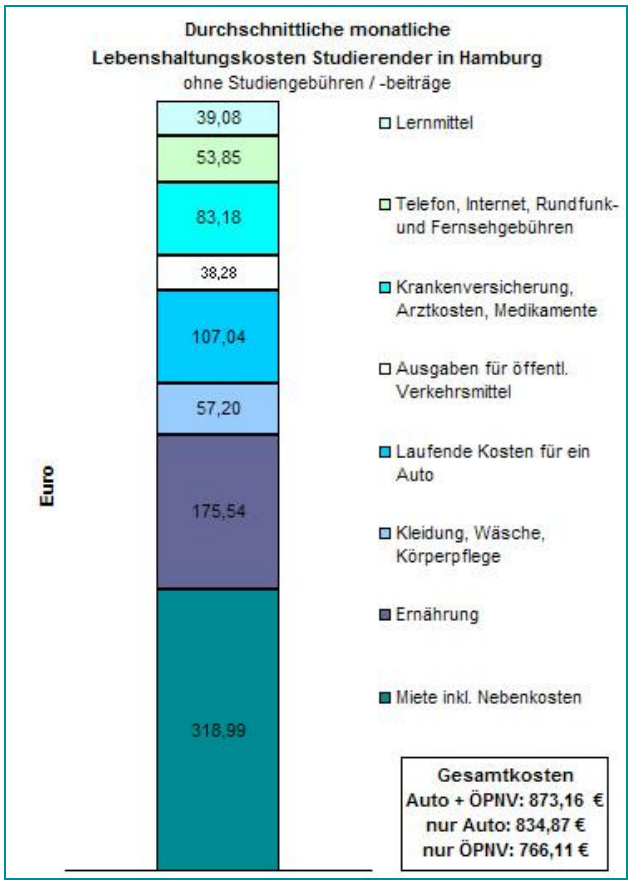
Das Studium verlangt einige Investitionen von Ihnen. An der HAW Hamburg werden Studiengebühren sowie ein Semesterbeitrag erhoben. Die Zusammensetzung des Semesterbeitrags lässt sich dieser Grafik entnehmen:



Die Allgemeinen Studiengebühren betragen zurzeit 375,00 Euro. Diese können zinsfrei gestundet werden und sind somit erst nach Abschluss des Studiums und bei Erreichen eines Bruttojahresgehalts von 30.000 Euro gemäß Einkommenssteuergesetz fällig. Nähere Informationen sind auf der Homepage der HAW Hamburg zu finden.

Lebenshaltungskosten

Auch die Lebenshaltungskosten sind bei Finanzierungsüberlegungen zu berücksichtigen. Laut dem Internetportal des Studentenmagazins „Unicum“ hat ein Studierender in Hamburg etwa diese monatlichen Ausgaben (Stand 2008):



Finanzierungsmöglichkeiten

Wenn Sie nicht Ihr Erspartes angreifen oder jobben wollen und nicht durch Ihre Eltern unterstützt werden, bieten sich die Möglichkeiten, das Studium und den Lebensunterhalt durch BAföG, Studienkredite sowie Stipendien und Studienstiftungen zu finanzieren.

Alle Informationen zum Thema BAföG erhalten Sie beim Studierendenwerk Hamburg.

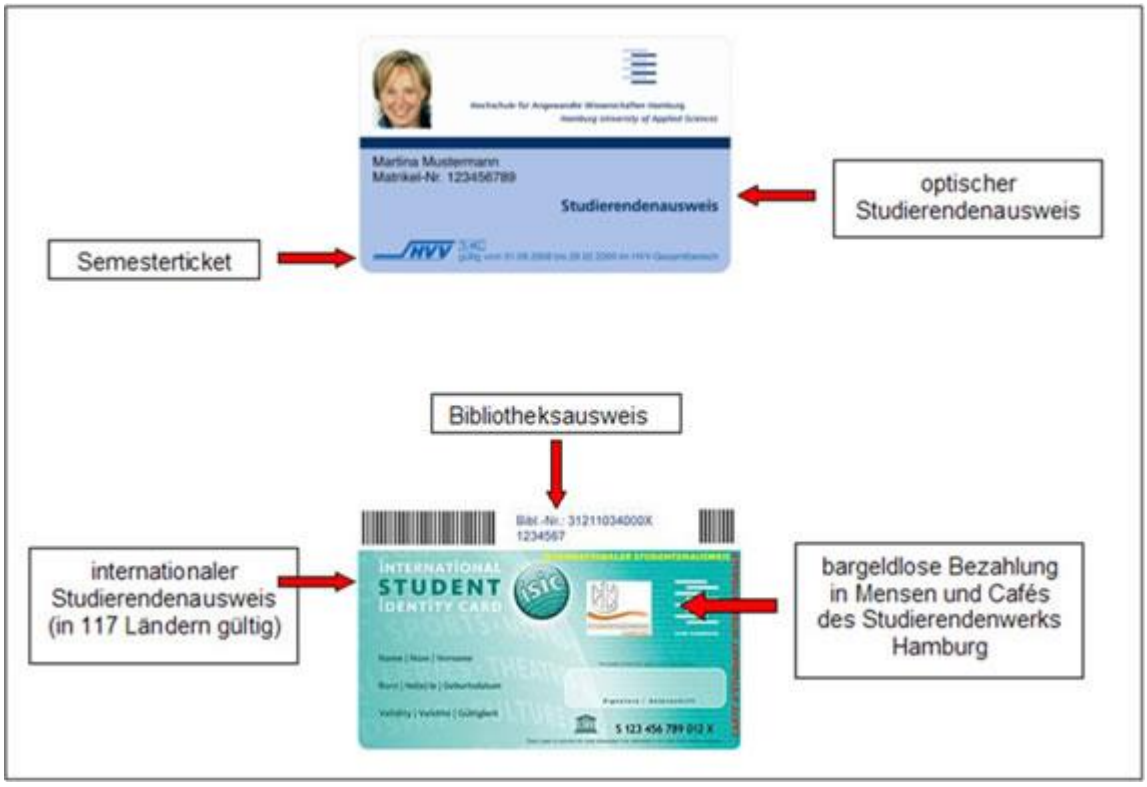
Der BAföG-Rechner erlaubt Ihnen im Voraus zu errechnen, wie hoch gegebenenfalls Ihre Ansprüche auf BAföG-Leistungen sind.

Studienkredite werden von vielen Banken, beispielsweise der KfW Förderbank angeboten.

Auch Stiftungen und Förderwerke sind eine mögliche Finanzierungsquelle.

Chipkarte

Die HAW Hamburg führte zum Sommersemester 2009 als eine der ersten Hochschulen Deutschlands den elektronischen Studierendenausweis ein. Folgend sehen Sie die verschiedenen Funktionen, die die Chipkarte hat.



Außerdem ist die Nutzung der Chipkarte als Schlüssel für elektronisch gesicherte Türen möglich. In Zukunft wird auch die bargeldlose Bezahlung von Fotokopien und der Betrieb von Waschmaschinen und Telefonen in Studierendenwohnheimen mit der Karte ermöglicht werden.

In Hamburg werden den Karteninhabern/Karteninhaberinnen spezielle Rabatte gewährt: im Apple Store 10% auf Hard- und Software, bei der Computerhilfe Harburg bis zu 33% und im Metropolis Kino sogar 62,5%.

Sie haben das Ende des Moduls „Studienorganisation“ erreicht.

In diesem Modul wurde Ihnen ein kleiner Überblick über die Organisation des Studiums vermittelt. Wir wollen noch betonen, dass ein großer Teil des Studiums aus seminaristischen Veranstaltungen besteht. Daher wird Teamarbeit und rege Beteiligung an den Veranstaltungen von den Studierenden erwartet. Wir hoffen, dass Ihnen dieser Überblick bei der Entscheidung für bzw. gegen das Studium hilft.

Im folgenden Modul „Studienkultur“ können Sie mehr über den Standort Mediencampus Finkenau erfahren.

Studienkultur

Mediencampus Finkenau

Das Department Information befindet sich auf dem Mediencampus Finkenau. Den Campus Finkenau erreichen Sie mit der U-Bahn (Haltestelle Mundsburg und Wartenau) oder dem Bus (172 und 173)

Quelle: HVV-Verkehrsnetzplan (www.hvv.de)
Wiedergabe mit Zustimmung des Landesbetriebes Geoinformation und Vermessung Hamburg
www.geoinfo.hamburg.de

Campus Finkenau

Der Campus ist zurzeit noch im Aufbau. Bis 2013 sollen Mensa und Bibliothek fertig gestellt sein. Für die Übergangszeit hat das Studierendenwerk im Frühjahr ein Mensazelt im Innenhof der Finkenau aufgestellt. Bis zur Fertigstellung des Bibliotheksneubaus finden Sie im Medienservice einen kleinen Präsenzbestand von Büchern und Zeitschriften. Sie haben die Möglichkeit, sich alle ausleihbaren Bücher aus allen Fachbibliotheken der HAW (HIBS) über die Bestellfunktion des Online-Kataloges kostenfrei an die Finkeau zu bestellen.

Mit dem „Forum Finkenau“ wird auf dem Campus auch ein Veranstaltungszentrum entstehen.

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

Department Information auf dem Campus Finkenau

Die Seminarräume und Labore des Department Information befinden sich im 2. Stock.

Department Information in Second Life

Studierende des Department Information begleiten die aktuellen Entwicklungen auf dem Campus auf dem virtuellen Campus Finkenau in Second Life.

Abschlussreflexion

Jetzt haben Sie es fast geschafft! Sie haben alle Module durchgearbeitet. Wir hoffen, dass Ihnen die Bearbeitung der Module Spaß gemacht hat und Sie sich ein genaueres Bild des Studiengangs machen konnten.

Sie haben einen kleinen Einblick in die Berufswelt bekommen, haben sich einen Überblick über die Studieninhalte gemacht und erfahren, welche Ansprüche das Studium an die Studierenden stellt und wie sich die spätere Praxis gestaltet.

Wir haben Ihnen nun einen umfassenden Einblick in die Inhalte des Studiums gegeben und hoffen, dass Sie der BIM-Navigator bzw. MUI Navigator bei der Entscheidungsfindung für einen der Studiengänge Bibliotheks- und Informationsmanagement oder Medien und Information ein Stück weiter gebracht hat.

Falls Sie sich in Ihrer Entscheidung noch nicht sicher sind, nehmen Sie sich ruhig noch Zeit und verschaffen Sie sich die Informationen, die Sie für Ihre Studienentscheidung brauchen.

Wir hoffen, unsere Online-Module konnten Ihnen bei ihrer Entscheidung eine Hilfe sein.

Wie auch immer Sie sich entscheiden, wir wünschen Ihnen viel Freude und Erfolg auf Ihrem weiteren Bildungs- und Berufsweg.

Ihr Team von dem Department Information an der HAW Hamburg.

Hamburg, im März 2010