

Master of Research

Der Wegweiser zum Forschungs- & Praxisprojekt

Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Fakultät Design – Medien – Information
Abteilung Information
Finkenau 35 • 22085 Hamburg
mailto: rais.schmidt@t-online.de

Stand: 2013-09-24

Auftragsforschung im Masterstudium

Im Forschungs- und Praxisprojekt engagieren sich die Studierenden des Masterstudiengangs *Information, Medien, Bibliothek* in der Auftragsforschung. Dabei lernen Sie, wie eine komplexe Aufgabe aus dem Bereich Informationsproduktion und -dienstleistung unter Zuhilfenahme bibliotheks-, informations- bzw. medienwissenschaftlicher Theorien und Methoden analysiert, strukturiert, lösungsorientiert bearbeitet wird und wie die gefundenen Lösungen professionell, methodisch korrekt und nachvollziehbar dargestellt werden können.

In Zusammenarbeit mit einem Auftraggeber aus der Bibliotheks-, Informations- oder Medienpraxis entwickeln Sie Führungs- und Kommunikationsfertigkeiten und Ihr unternehmerisches Denken und Ihre strategische Handlungskompetenz werden gefordert und gefördert. Sie beweisen, dass Sie Ihre im theoretischen Studium vermittelten Kenntnisse und Fähigkeiten forschend auf komplexe Probleme der Praxis anwenden können. Dabei können Sie viel über Entwicklungs- und Entscheidungsprozesse in der Berufspraxis erfahren und Einblicke in forschungsbezogene, organisatorische, ökonomische, technische und soziale Zusammenhänge des Bibliothekswesens, der Medienwirtschaft und der Informationsarbeit sowie ihrer Unternehmen und Einrichtungen gewinnen.

Nur in Ausnahmefällen werden die Forschungs- und Praxisprojekte von Hochschuleseite vermittelt. In der Regel werben die Studierenden selbstständig ein geeignetes Projekt ein. Die Aufgabe der professoralen Betreuer ist es, die vorgeschlagenen Forschungs- und Praxisprojekte daraufhin einzuschätzen, ob die Auftrag gebenden Unternehmen oder Institutionen:

- Organisationen repräsentieren, die im weitesten Sinne dem Informations- und Mediensektor zuzuordnen sind (z. B. Bibliotheken, Informationsanbieter, Dokumentationsstellen, Internetfirmen, PR-Agenturen und -Abteilungen oder ähnliches mehr);
- ob die Projekte einen inhaltlichen Schwerpunkt z. B. aus den Bereichen Informationsorganisation und -dienstleistung, Bibliotheks- bzw. Informationsmanagement und -ökonomie, Medien- und Kommunikationsforschung oder Marketinganalyse und -strategie aufweisen;
- ob die inhaltliche Ausrichtung des Projekts und das Analysedesign so gewählt sind, dass dabei die Lerninhalte der einzelnen Module des Masterstudiengangs eingebracht, weiter vertieft und in einen größeren Zusammenhang gestellt werden können;
- ob die Auftrag gebende Organisation die notwendigen sachlichen, methodischen, informationellen sowie finanziellen Ressourcen bereitstellt, die für die sachgemäße Durchführung eines vorgeschlagenen Forschungs- und Praxisprojekts erforderlich sind;
- ob ggf. ein hausinterner Arbeitsplatz zur Durchführung der Projektarbeiten zur Verfügung steht.

Die Professoren und Professorinnen der Abteilung Information unterhalten gute Kontakte zu vielen Bibliotheken, Informationsunternehmen und Medienbetrieben in Hamburg und im Bundesgebiet sowie zu mehreren großen Bibliotheken und Medienbetrieben im europäischen Ausland und können bei der Vermittlung geeigneter Kontakte beraten.

Agenda zum Forschungs- und Praxissemester im Masterstudium

1. Phase

Orientierung

Ziele

Die Studierenden sollen im Forschungs- und Praxissemester:

- relevante Forschungs- und Entwicklungsprojekte weitgehend selbstständig und eigenverantwortlich als Auftragsprojekt akquirieren, planen und durchführen;
- die konzeptionellen, organisatorischen und rechtlichen Grundlagen eines speziellen Arbeits- und Forschungsfeldes erfassen;
- wissenschaftliche Erkenntnisse in Bezug auf ihre berufspraktische Relevanz und Anwendbarkeit interpretieren und einordnen;
- konstruktiv mit dem Widerspruch von Theorie und Praxis umgehen lernen;
- sich in Hinblick auf zukünftige Berufsfindungsstrategien spezifische Handlungskompetenzen erarbeiten;
- strategische Allianzen zwischen Hochschule und Praxis anbahnen und entwickeln;
- arbeitsfeldspezifische Anforderungen der Berufs- und Forschungspraxis bewältigen.

Zweck

Das Forschungs- und Praxisprojekt dient den Studierenden u. a. dazu:

- Berufsfelder zu erkunden und Berufspraxis zu verstehen;
- Forschungserfahrung zu sammeln und nachzuweisen;
- professionelle Kontakte anzubahnen und zu pflegen;
- bei späteren Bewerbungen eine »gute Adresse« vorzuweisen;
- Anregungen für spätere Berufswünsche zu sammeln;
- sich evtl. nach einem Thema für die Masterarbeit umzusehen.

Informationen

- Wichtige Hintergrundinformationen zu Funktion, Bedeutung und Durchführung des Forschungs- und Praxisprojekts finden sich
 - im *Modulhandbuch IWM* auf den Seiten 17 und 18
 - sowie in den *Richtlinien für das Forschungs- und Praxissemester* (ebendort im Modulhandbuch auf den Seiten 49 ff).
- Angebote zu Forschungs- und Praxisprojekten werden den Zweitsemestern umgehend nach Eingang per E-Mail zugesandt.
- Die wichtigsten Informationen über Unternehmen und Institutionen, die Forschungs- und Praxisprojekte vergeben könnten, lassen sich auf Websites von Organisationen, in Internet-Praktikumsbörsen oder über bereits publizierte Forschungserfahrungen recherchieren.
- In ihren Sprechstunden geben die Professorinnen und Professoren, insbesondere der Studiengangsbeauftragte für das Forschungs- und Praxisprojekt, *Ralph Schmidt*, weitere Informationen und beraten bei der Suche und Auswahl geeigneter Projekte.
- Fördermöglichkeiten für Praktika im Ausland sind bei der Beauftragung für das Auslandspraktikum, *Ulrike Spree*, zu erfragen.

Erstprüfende

Aus dem Kreis der Professorinnen und Professoren der HAW Hamburg fragen Sie eine mögliche Projektbetreuerin bzw. einen möglichen Projektbetreuer Ihres Vertrauens, ob sie oder er bereit ist, Sie bei Ihrem Forschungs- und Praxisprojekt vorbereitend und begleitend zu beraten, zu unterstützen, zu fördern und Ihre Prüfungsleistung zu bewerten und zu benoten.

- Die gewählte Projektbetreuerin, der gewählte Projektbetreuer hilft:
- bei der Suche nach sowie bei der Auswahl und Ansprache geeigneter Auftraggeber für ein Projekt;
 - bei der Akquisition und der Formulierung des Projekttitels;
 - bei fachlichen und methodischen Fragen, die sich während der Projektbearbeitung ergeben;
 - in Krisensituationen und bei Konfliktfällen;
 - bei allen formalen und inhaltlichen Fragen der Erstellung der als Prüfungsleistung geltenden Fallstudie.

Zweitprüfende

Für die Bewertung der Prüfungsleistung im Forschungs- und Praxisprojekt können Sie auch Personen außerhalb des Hochschulbereichs als Zweitprüferin oder Zweitprüfer vorschlagen, wenn diese einen Hochschulabschluss nachweisen können.

2. Phase

Akquisition

Bewerben

Die Suche nach einem Projektpartner beginnt am besten mit der Kontaktaufnahme zu einem Unternehmen oder einer Organisation per Telefonanruf oder E-Mail bei einem bereits bekannten Ansprechpartner oder an die Personalabteilung mit der Bitte um Vermittlung an zuständige Kollegen. Der E-Mail können bereits als Information die *Richtlinien zum Forschungs- und Praxisprojekt* angehängt werden.

Beim ersten noch fernmündlichen oder fernschriftlichen Kontakt kann ausgelotet und erfragt werden:

- ob die angesprochene bzw. angeschriebene Stelle prinzipiell an einer Zusammenarbeit mit der HAW Hamburg und dem jeweiligen Studierenden interessiert ist;
- ob überhaupt die Möglichkeit für eine Zusammenarbeit auf Projektbasis besteht;
- ob die Gesprächspartner womöglich schon Ideen für Projektthemen haben oder ob der oder die Studierende Vorschläge liefern soll;
- ob man sich womöglich zur Entwicklung von Ideen treffen kann;
- oder ob andere formale Wege der Kooperationsanbahnung (z. B. Bewerbung) einzuschlagen sind.

Vorstellen

Bei einem Vorstellungsgespräch empfiehlt sich professionelles Auftreten, je nach Stelle ein nicht allzu legeres Outfit und eine gute inhaltliche Vorbereitung.

Man sollte auf Fragen vorbereitet sein wie:

- Was wissen Sie über unser Unternehmen?
- Warum wollen Sie bei uns ein Forschungsprojekt bearbeiten?
- Welche Vorteile erhoffen Sie sich von einer Zusammenarbeit?
- Welche Vorteile haben wir von einer Zusammenarbeit?
- Fragen nach Dauer, Terminen und Umfang des Projekts;
- Art und Weise der Zusammenarbeit;
- Präsenz des Studierenden in der Auftrag gebenden Organisation;
- Bereitstellung eines Arbeitsplatzes und anderen Ressourcen;
- Ergebnisverwertung der Projektergebnisse;
- urheber- und nutzungsrechtliche Konsequenzen;
- nach Beendigung des Projekts und nach zu erwartenden Produkten.

3. Phase

Vereinbarung und Genehmigung

Projektantrag

Nachdem Sie eine verbindliche Zusage zu einem Forschungs- und Praxisprojektauftrag bekommen haben, erstellen Sie einen Antrag auf Genehmigung des Forschungs- und Praxisprojekts, der von dem oder der Studierenden und vom betreuenden Erstprüfer zu unterzeichnen ist. Für den Antrag ist ein PDF-Formular zu verwenden, in das folgende Angaben einzutragen sind:

- ggf. ein Kurztitel des Projekts;
- präzise und ausführliche Formulierung des Projektstitels;
- Name des, der bzw. Namen der studentischen Projektbearbeiter/in;
- E-Mail-Adresse/n des/der Projektbearbeiter/in;
- Name des Unternehmens, der Institution mit Adresse;
- Name, ggf. Titel, Stellung/Funktion und Kontaktdaten von Ansprechpartnern in der Auftrag gebenden Organisation;
- Name der Erstprüferin bzw. des Erstprüfers der HAW;
- Name des Zweitprüfers, der Zweitprüferin (falls es sich dabei um keinen Dozenten der HAW handelt, müssen Sie eine eingescannte Kopie des Hochschulabschlusszeugnisses der/der gewählten Zweitprüfenden miteinreichen);
- Datumsangabe und Unterschriften der beteiligten Projektbearbeiter-

Der Projektantrag ist von den bearbeitenden Studierenden unterzeichnet rechtzeitig *vor Beginn* der Projektarbeiten, spätestens jedoch bis bis 1. Oktober bzw. 15. März des Projektsemesters beim Studiengangsbeauftragten für das Forschungs- und Praxisprojekt zur Genehmigung einzureichen.

Zustimmung

Im Genehmigungsfall bestätigt der Studiengangsbeauftragte Ihre Wahl umgehend per E-Mail.

Rechtliche Regelungen

Zur Abwicklung des Forschungs- und Praxisprojekts kann zwischen dem oder der Forschungsstudierenden und dem Auftraggeber ein Projektvertrag geschlossen werden, der insbesondere enthalten kann:

- Vereinbarungen zu Formen der Publikation von Projektergebnissen;
- Klärung von Verwertungsrechten aus den Projektergebnissen;
- Regelungen zu Geheimhaltungspflichten und ähnliches.

Da solche rechtlichen Regelungen in erster Linie im Interesse der Auftrag gebenden Stelle vereinbart werden, ist nicht beabsichtigt, dass von Seite der HAW ein Mustervertrag zur Verfügung gestellt wird.

4. Phase

Vorbereitung

Information

Es ist ratsam, sich schon vor Beginn der eigentlichen Forschungsarbeit über die ersten Recherchen zum Projektantrag hinaus aus geeigneten Quellen (Fachliteratur, Internetsuche, Gespräche mit branchenkundigen Fachleuten) intensiv über Auftraggeber, dessen Organisation, weitere Kooperationspartner, die fachlichen und methodischen Grundlagen sowie Wege der Datenermittlung zu informieren.

5. Phase

Arbeit im Praxissemester

Forschungsteams

Sie bearbeiten das von Ihnen akquirierte Forschungsprojekt entweder in Einzelarbeit oder in Teams von maximal drei Studierenden. Bei der Erstellung des abschließenden Ergebnisberichts müssen Forschungsteams von zwei oder drei Studierenden dafür sorgen, dass die einzelnen Teile des Berichtstextes einzelnen Autoren des Teams eindeutig zugeordnet werden können.

Projekt Splitting

Sie können das Forschungs- und Praxissemester auch in mehrere Forschungsprojekte bei verschiedenen Auftraggebern aufteilen (z. B. wenn Sie ein Projekt drei Monate bei einem Auftraggeber im Ausland und ein weiteres Projekt für drei Monate in Hamburg absolvieren möchten). Umfang und Anspruch der Projektaufgaben sowie der Umfang der beiden Projektberichte sind entsprechend anzupassen.

Dauer und Zeiten

Das Forschungs- und Praxisprojekt hat eine Laufzeit von sechs Monaten und kann frühestens im zweiten Semester jeweils zum Sommersemester absolviert werden. Die effektive Laufzeit der praktischen Projektarbeit beträgt mindestens 18 Wochen für die Forschungsphase (Laufzeit des Semesters), an die sich eine höchstens fünfwöchige Dokumentationsphase anschließen kann. Für das gesamte Forschungs- und Praxisprojekt ist ein Arbeitsaufwand von 810 Arbeitsstunden (das entspricht 27 Leistungspunkten nach ECTS) zu kalkulieren. Das Forschungs- und Praxisprojekt dauert in der Regel vom 1. September bis spätestens 28 bzw. 29. Februar eines Jahres.

Sie können je nach Projektart bei der Kalkulation des Arbeitsaufwands ungefähr von folgenden Richtwerten ausgehen:

- Aufwand für Akquise und Projektantrag: ca. 10 % ~ 90 h
 - Forschungsphase – Recherche, Erhebung: ca. 20 % ~ 180 h
 - Forschungsphase – Auswertung, Interpretation: ca. 30 % ~ 270 h
 - Kommunikation mit Auftraggeber und Betreuer: ca. 10 % ~ 90 h
 - Ergebnisaufbereitung und Darstellung: ca. 30 % ~ 270 h
- 100 % ~ 900 h

Präsenzzeiten

Im Rahmen der Durchführung des Forschungs- und Praxisprojekts empfiehlt sich eine möglichst enge Zusammenarbeit mit den auftraggebenden Unternehmen und Organisationen und eine den Erfordernissen und Möglichkeiten entsprechende häufige Präsenz am Arbeitsplatz des Auftraggebers.

Eine ständige Anwesenheit der Studierenden im Sinne einer ständigen und regelmäßigen Präsenzpflcht ist jedoch nicht zwingend geboten. Einzelheiten zu den erforderlichen Präsenzzeiten und -dauern werden durch die auftraggebende Praxisstelle in Absprache mit den Studierenden geregelt.

Kontakt zu Betreuern

Frequenz und Dauer der Kontakte zu den betreuenden Prüfenden der HAW vereinbaren Sie mit den jeweiligen Professorinnen oder Professoren individuell.

6. Phase

Projektabschluss

Abschlussleistung

Als Prüfungsleistung sieht die Prüfungsordnung eine Fallstudie über die Projektergebnisse vor. Nach PO § 11 Abs. 4 Ziffer 2 ist eine Fallstudie »eine schriftliche Arbeit mit begründeter Lösung. In einer Fallstudie werden einzeln oder in Gruppen durch die Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse Praxisprobleme erfasst, analysiert und gelöst. Die Bearbeitung erfolgt veranstaltungsbegleitend.« Das Thema der schriftlichen Ausarbeitung entspricht der Aufgabenstellung im Forschungs- und Praxisprojekt. Die detaillierten Anforderungen besprechen Sie bitte mit Ihrem Erstbetreuer bzw. Erstbetreuerin.

Prüfungsfristen

Die Bearbeitungsdauer zur Fertigstellung der Fallstudie beträgt höchstens sechs Monate und endet mit dem letzten Tag des Forschungs- und Praxissemesters, in der Regel ist das der letzte Tag des Februars.

Abgabe

Die schriftliche Ausarbeitung der Fallstudie ist nach Maßgabe der Prüfenden fotokopiert und geheftet und/oder in digitaler Form bei der betreuenden Prüferin beziehungsweise dem betreuenden Prüfer und bei der zweiten Prüferin beziehungsweise dem zweiten Prüfer abzugeben oder per Post zu übersenden.

Zusammen mit der Fallstudie ist eine schriftliche Erklärung abzugeben, aus der hervorgeht, dass die Arbeit – bei einer Gruppenarbeit die entsprechend gekennzeichneten Teile der Arbeit – ohne fremde Hilfe selbstständig verfasst und nur die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt wurden. Wörtlich oder dem Sinn nach aus anderen Werken entnommene Stellen sind unter Angabe der Quellen kenntlich zu machen.

Benotung

Jede beziehungsweise jeder Prüfende führt eine Bewertung und -benotung durch, ein schriftliches Gutachten ist anzufertigen. Die Note der Prüfungsleistung im Forschungs- und Praxisprojekt ergibt sich aus dem Durchschnitt der Bewertungen und Benotungen.

Bestätigung

Sobald Ihre betreuende Erstprüferin bzw. Ihr betreuender Erstprüfer die Note mitgeteilt hat, gilt das Forschungs- und Praxisprojekt als erfolgreich abgeschlossen

Projektzeugnis

Die projektgebenden Stellen sind gehalten, qualifizierte Projektzeugnisse auszustellen. Diese Zeugnisse verbleiben jedoch bei den Studierenden und sind dem Studiengangsbeauftragten für das Forschungs- und Praxisprojekt nicht zur Einsicht überlassen.

Ihr Beauftragter für das Forschungs- und Praxisprojekt



Prof. Dr. *Ralph Schmidt*
E-Mail: rais.schmidt@t-online.de
040 42875-3603 od. 040 446671

Richtlinien für das Forschungs- und Praxissemester im Studiengang Master of Arts Information, Medien, Bibliothek (Information, Media, Library) an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

1 Das Forschungs- und Praxisprojekt als Teil des Studiums

Die Ausbildung zum Master of Arts im Studiengang *Information, Medien, Bibliothek (Information, Media, Library)* schließt im zweiten Studienjahr ein hochschulgelenktes, praxisorientiertes Forschungs- und Praxissemester ein, das in das Modul *Forschungs- und Praxisprojekt* integriert ist. Dem Forschungs- und Praxissemester ist eine begleitende Veranstaltung zugeordnet.

Das Department unterstützt die Studierenden bei der Suche nach Forschungs- und Praxisstellen in geeigneten Unternehmen und Institutionen (im folgenden Organisationen genannt). Ein Rechtsanspruch auf eine Forschungs- und Praxisstelle besteht nicht. Forschungs- und Praxisstellen, die von Studierenden ausgewählt und eingeworben werden, bedürfen vor Antritt der Stelle der Anerkennung durch die Studiengangsbeauftragte oder den Studiengangsbeauftragten für das Forschungs- und Praxisprojekt.

2 Ziele des Forschungs- und Praxissemesters

Im Forschungs- und Praxissemester sollen die Studierenden durch praktische Mitarbeit in einem Forschungs- und Entwicklungsprojekt in Kooperation mit Unternehmen und Einrichtungen des Bibliotheks-, Informations- oder Mediensektors eine komplexe Aufgabe aus dem Bereich Informationsproduktion und -dienstleistung unter Zuhilfenahme der im Studiengang vermittelten wissenschaftlichen Theorien und Methoden analysieren, strukturieren, lösungsorientiert bearbeiten und die gefundenen Lösungen nachvollziehbar darstellen.

Durch die Zusammenarbeit mit einem Auftraggeber aus der Bibliotheks-, Informations- und Medienpraxis wird Führungs- und Kommunikationskompetenz, unternehmerisches Denken und strategische Handlungskompetenz eingeübt und gefördert. Die Studierenden erhalten damit Gelegenheit, die im theoretischen Studium zumeist in getrennten Disziplinen vermittelten Kenntnisse und Fähigkeiten forschend auf komplexe Probleme der Praxis anzuwenden. Dabei sollen die verschiedenen Aspekte der Entwicklungs- und Entscheidungsprozesse in der Berufspraxis erfahren und vertiefte Einblicke in forschungsbezogene, organisatorische, ökonomische, technische und soziale Zusammenhänge des Bibliothekssektors, der Medienwirtschaft und der Informationsarbeit sowie ihrer Unternehmen und Einrichtungen gewonnen werden. Unter Berücksichtigung praktischer Erfahrungen und Vorgehensweisen in Organisationen und Unternehmen des Informations- und Mediensektors üben die Studierenden unter wissenschaftlicher Anleitung professionelles Forschungshandeln und lösungsorientiertes Entscheiden ein. Die Studierenden sind nach erfolgreicher Bearbeitung des Forschungs- und Praxisprojekts befähigt,

- relevante Forschungs- und Entwicklungsprojekte selbstständig und selbstverantwortlich als Auftragsprojekt zu akquirieren, zu planen, zu beantragen und durchzuführen;
- sich mit den konzeptionellen, organisatorischen und rechtlichen Grundlagen eines speziellen Arbeits- und Forschungsfeldes zu beschäftigen;
- wissenschaftliche Erkenntnisse in Bezug auf ihre berufspraktische Relevanz und Anwendbarkeit zu interpretieren und einzuordnen;
- konstruktiv mit dem Widerspruch von Theorie und Praxis umzugehen;
- sich in Hinsicht auf die spätere Berufsfindung spezifische Handlungskompetenzen zu erarbeiten;
- strategische Allianzen zwischen Hochschule und Praxis zu entwickeln;
- arbeitsfeldspezifische Anforderungen der Berufs- und Forschungspraxis zu bewältigen.

Bei der Auswahl geeigneter Kooperationspartner, in deren Auftrag ein Forschungs- und Praxisprojekt den Zielen der praktischen Masterausbildung entsprechend bearbeitet werden kann, sollen folgende Kriterien Berücksichtigung finden. Die Auftraggeber sollen nach Möglichkeit:

- Organisationen repräsentieren, die im weitesten Sinne dem Informations- und Mediensektor zuzuordnen sind (z. B. Bibliotheken, Informationsanbieter, Dokumentationsstellen, Internetfirmen, PR-Agenturen und -Abteilungen und ähnliches mehr);
- wobei sie Projekte mit einem inhaltlichen Schwerpunkt aus den Bereichen Informationsorganisation, -dienstleistung und -technologie, Bibliotheks- bzw. Informationsmanagement und -ökonomie, Medien- und Kommunikationsforschung oder Marketing vergeben;
- deren inhaltliche Ausrichtung und Analysedesign so gewählt sind, dass dabei die Lerninhalte der einzelnen Module des Masterstudiengangs eingebracht, weiter vertieft und in einen größeren Zusammenhang gestellt werden können;
- die Auftrag gebenden Organisationen sollten die notwendigen sachlichen, methodischen, informatorischen sowie finanziellen Ressourcen bereitstellen, die für die sachgemäße Durchführung des Forschungs- und Praxisprojekts erforderlich sind;
- einen hausinternen Arbeitsplatz zur Durchführung der Projektarbeiten zur Verfügung stellen.

3 Zeitliche Ordnung des Praxissemesters

Frühestens im dritten Semester wird das sechsmonatige Forschungs- und Praxissemester bei einer effektiven Laufzeit von mindestens 18 Wochen Forschungs- und Entwicklungszeit sowie einer sich anschließenden fünföchigen Dokumentationsphase bei einem kalkulierten Arbeitsaufwand von 810 Arbeitsstunden (entspricht 27 Leistungspunkten nach ECTS) in enger Zusammenarbeit mit der auftraggebenden Organisation durchgeführt. Es dauert in der Regel vom 1. September bis zum 28. bzw. 29. Februar des Folgejahres. Das Forschungs- und Praxissemester kann in mehrere Projekte mit unterschiedlichen Kooperationspartnern aufgeteilt werden.

4 Organisation des Praxissemesters

4.1 Vor- und Nachbereitung

Die Vorbereitung des Praxissemesters erfolgt fachspezifisch in den Modulen:

1. Kultur- und Medienvermittlung
2. Informationswissenschaft und -praxis;
3. Internationale Kommunikations- und Medienwissenschaft;
4. Informationsarchitektur und -technologie;
5. Informations- und Medienökonomie.

Die oder der Studiengangsbeauftragte für das Forschungs- und Praxisprojekt. führen vor der Entscheidung der Studierenden, also bis Mitte des zweiten Semesters, eine Veranstaltung zur Vorbereitung des Forschungs- und Praxissemesters durch, in der nicht nur formale Regelungen, sondern auch immer wieder auftretende Probleme der praktischen Bewältigung des Forschungs- und Praxissemesters besprochen werden.

Die für die Projektkooperation gewonnenen Unternehmen und Organisationen stehen grundsätzlich auch als Partner für die Durchführung der später erfolgenden Masterarbeiten zur Verfügung.

4.2 Durchführung des Forschungs- und Praxissemesters

Für die Organisation des Forschungs- und Praxissemesters sind die oder der Studiengangsbeauftragte für das Forschungs- und Praxisprojekt zuständig. In den Forschungs- und Praktikumsstellen sind in der Regel Ansprechpartner für die fachliche Betreuung der Projekte und der Forschungspraktikantinnen und -praktikanten während ihrer Forschungstätigkeit verantwortlich.

Die Studierenden bearbeiten entweder in Einzelarbeit oder in Teams von maximal drei Studierenden ein praxisbezogenes Forschungsprojekt. Die Studierenden werden von ihnen selbst gewählten betreuenden Prüfenden aus der Gruppe der Professorinnen und Professoren der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg beraten. Die Studierenden werden von der bzw. dem Studiengangsbeauftragten für das Forschungs- und Praxisprojekt sowie den betreuend Prüfenden bei der Suche nach jeweils geeigneten Kooperationspartnern unterstützt.

Die Forschungs- und Praxisprojekte sind nach Maßgabe vorgegebener Eignungskriterien in frei wählbaren Unternehmen, Organisationen und Institutionen des Bibliotheks-, Informations- und Mediensektors durchzuführen. Projekte sind im Sinne dieser Ordnung dann geeignet, wenn sie folgende Kriterien erfüllen:

- Einmaligkeit der Bedingungen des Vorhabens in ihrer Gesamtheit innerhalb der auftraggebenden Organisation
- sowie Abgrenzbarkeit des Vorhabens gegenüber anderen Projekten sowie regelmäßigen, stets ähnlich durchgeführten Routineaufgabe
- mit dem definierten Ziel der Erzeugung einmaliger Produkte oder Dienste bzw. wissenschaftlich erarbeiteter Erkenntnisse und/oder der Entwicklung von Methoden oder Prototypen, die spezifische Anforderungen erfüllen
- innerhalb einer zeitlichen Begrenzung von maximal sechs Monaten mit definiertem Anfangs- und Endtermin
- unter Anwendung projektspezifischer Organisationsmethoden
- bei weitgehend selbstständigem und eigenverantwortlichem Arbeitsverhalten der Projektbearbeiter und -bearbeiterinnen.

Folgende Aufgaben und Anforderungen sind von den Studierenden im Rahmen des Forschungs- und Praxisprojekts zu erfüllen:

- Recherche nach praxisrelevanten und anwendungsorientierten Forschungs- und Entwicklungsaufgaben;
- Kontaktaufnahme mit einem Unternehmen, einer Organisation oder einer Institution zur Akquirierung eines Projekts;
- inhaltliche, organisatorische und rechtliche Abstimmung eines Projektkonzepts mit dem Auftraggeber;
- inhaltliche Konzeption sowie Zeit-, Ressourcen- und Organisationsplanung des Projekts;
- schriftliche Ausarbeitung eines Projektantrags mit folgenden Elementen:
- fachliche Absprache mit Mentorin bzw. Mentor der HAW sowie mit Auftraggeber;
- regelmäßige Teilnahme sowie aktive Mitwirkung am Begleitseminar zum Forschungs- und Praxisprojekt bzw. fernschriftliche Beteiligung von Studierenden, die ihr Forschungs- und Praxisprojekt nicht in Hamburg absolvieren;
- schriftliche Darstellung der Projektergebnisse;
- Ausarbeitung einer Präsentationsvorlage der Projektergebnisse.

4.3 *Genehmigung eines Forschungs- und Praxisprojekts*

Der Antrag auf Genehmigung eines Forschungs- und Praxisprojekts ist bei dem oder der Studiengangsbeauftragten für das Forschungs- und Praxisprojekt rechtzeitig vor Beginn der Projektaktivität einzureichen, spätestens jedoch bis 1. Oktober im Wintersemester bzw. bis 15. März in dem Sommersemester, in dem das Forschungs- und Praxisprojekt abgeleistet wird. Die Benachrichtigung über die Genehmigung wird unverzüglich erteilt.

Der Antrag auf Genehmigung eines Forschungs- und Praxisprojekts enthält folgende Angaben:

- Angabe eines Projektkurztitels;
- präzise und eindeutige Formulierung des vollständigen Projektstitels;
- Name des studentischen Projektbearbeiters bzw. Namen der studentischen Projektbearbeiter;
- E-Mail-Adresse/n des Projektbearbeiters bzw. der Projektbearbeiter;
- Benennung der projektgebenden Organisation mit Adresse;

- Name, ggf. Titel, Stellung/Funktion und Kontaktdaten des Ansprechpartners bzw. der Ansprechpartnerin in der projektgebenden Organisation;
- Name des betreuenden Erstprüfers oder der betreuenden Erstprüferin samt dessen oder deren Unterschrift;
- als Vorschlag Name eines Zweitprüfers oder einer Zweitprüferin;
- Datum und Unterschriften der beteiligten Projektbearbeiter.

4.4 *Studiengangsbeauftragte für das Forschungs- und Praxisprojekt*

Das Department setzt in jährlichem Turnus Professorinnen oder Professoren als Studiengangsbeauftragte für das Forschungs- und Praxisprojekt ein, deren Aufgaben es insbesondere sind:

- die Forschungspraktikantinnen und -praktikanten bei der Auswahl geeigneter Organisationen und Forschungsprojekte zu beraten;
- die Vermittlung von Auftrag gebenden Organisationen zu unterstützen;
- Projektanträge zu begutachten und zu genehmigen;
- gegebenenfalls Konflikte zu regeln;
- die Kriterien für die Auswahl geeigneter Forschungs- und Praxisprojekte zu überprüfen und zu interpretieren.

Die Studierenden können für ihr Forschungs- und Praxissemester projektgebende Organisationen vorschlagen. Bei der Zuweisung der Plätze durch die oder den Studiengangsbeauftragten für das Forschungs- und Praxisprojekt wird diesem Vorschlag soweit möglich entsprochen, indem die von Studierenden vorgeschlagenen Forschungsprojekte vor Beginn der jeweiligen Forschungs- und Praxisprojekte genehmigt werden.

4.5 *Projektverantwortliche Ansprechpartner*

Die Auftrag gebenden Organisationen benennen nach Möglichkeit für die Betreuung der Projektstudierenden projektverantwortliche Ansprechpartner, die in der beruflichen Forschung, Praxis und Ausbildung besonders erfahren sind. Die Projektleiterinnen und Projektleiter organisieren das Forschungs- und Praxisprojekt in der entsprechenden Organisation nach den örtlichen Gegebenheiten. Sie entwickeln in Zusammenarbeit mit den Studierenden ein Projektkonzept in Absprache mit anderen an dem Projekt beteiligten Kolleginnen und Kollegen, den zuständigen betreuenden Erstprüfenden der HAW und unter Berücksichtigung der unter Punkt 3 genannten Ziele des Praxissemesters.

4.6 *Projektdauer und Präsenzzeiten*

Für die Bearbeitung der Forschungs- und Praxisprojekte empfiehlt sich eine möglichst enge Zusammenarbeit mit den projektgebenden Organisationen und eine nach Möglichkeit häufige Präsenz in den Stellen; eine ständige Anwesenheit der Studierenden im Sinne einer Präsenzpflcht ist jedoch nicht zwingend erforderlich. Einzelheiten zu erforderlichen Präsenzzeiten und -dauern werden durch die projektgebende Praxisstelle in Absprache mit den Studierenden festgelegt.

5 **Anerkennung des Forschungs- und Praxissemesters**

Das Forschungs- und Praxisprojekt ist als abgeschlossen bescheinigt, wenn die nach § 12 Abs. 2 der Prüfungs- und Studienordnung erfolgreich bestandene Prüfungsleistung mit der Endnote von der betreuenden Prüferin beziehungsweise von dem betreuenden Prüfer bekannt gegeben worden ist.

Fachspezifische Prüfungs- und Studienordnung für den Masterstudiengang Information, Medien, Bibliothek (Information, Media, Library) an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (University of Applied Sciences)

§ 4 Praxissemester, Mobilitätsfenster

(1) In das Studium ist eine hochschulgelenkte Praxisphase (Praxismodul) in Form eines Forschungs- und Praxisprojekts von sechs Monaten, mindestens jedoch von 23 Wochen Dauer integriert. Die Praxisphase kann auch im Ausland abgeleistet werden. Die hochschulgelenkte Praxisphase hat zum Ziel, dass die Studierenden im Berufsfeld systematisch an forschungs- und praxisbezogene Aufgaben herangeführt werden und dabei die Anwendung der im Studium erlernten Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten in der angewandten Forschung und der beruflichen Praxis erlernen.

(2) Näheres zum Forschungs- und Praxisprojekt, insbesondere Art, Inhalt, Zeitpunkt, Zugangsvoraussetzungen und Dauer, bestimmen die vom Studienreformausschuss erlassenen Richtlinien.

§ 6 Fallstudie im Forschungs- und Praxisprojekt

(1) In der Regel im dritten Semester ist von den Studierenden begleitend zum Forschungs- und Praxisprojekts eine Fallstudie zu erstellen. Durch praktische Mitarbeit in einem Forschungs- und Praxisprojekt in Kooperation mit Unternehmen und Einrichtungen des Bibliotheks-, Informations- oder Mediensektors sollen die Studierenden nachweisen, dass sie in der Lage sind, eine komplexe Aufgabe aus dem fachlichen Profil des Studiengangs unter Zuhilfenahme der im Studiengang vermittelten wissenschaftlichen Theorien und Methoden zu analysieren, zu strukturieren, lösungsorientiert zu bearbeiten und die gefundenen Lösungen nachvollziehbar darzustellen.

(2) Die Prüfungsleistung im Forschungs- und Praxisprojekt ist die schriftliche Ausarbeitung einer Fallstudie. Das Thema der schriftlichen Ausarbeitung entspricht der Aufgabenstellung im Forschungs- und Praxisprojekt.

(4) Die Bearbeitungsdauer beträgt höchstens sechs Monate und endet mit dem letzten Tag des Forschungs- und Praxissemesters. Das Thema muss so beschaffen sein, dass es innerhalb der vorgesehenen Frist bearbeitet werden kann.

Modul IMB-IFP Forschungs- und Praxisprojekt										
<i>Modultyp</i>	Pflichtmodul	<i>Studiensemester</i>	3.	<i>Moduldauer</i>	ein Sem.	<i>Häufigkeit</i>	jedes Wintersemester			
<i>Teilnahmevoraussetzung</i>	Wahlpflichtmodule der ersten beiden Semester			<i>Verwendbarkeit</i>	Studiengang Information, Medien, Bibliothek					
<i>Modulbeauftragte/r</i>	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.			<i>hauptamtlich Lehrende</i>	alle Professorinnen und Professoren des Departments					
<i>Lehrveranstaltungen</i>	<i>Stud.sem.</i>	<i>LP</i>	<i>SWS</i>	<i>Lehrform</i>	<i>Grup.größe</i>	<i>Work-load</i>	<i>Kontaktzeit</i>	<i>Selbststudium</i>	<i>Prüfungsformen</i>	
IFP-P Wahlpflicht Informations- und Medienökonomie	3.	27	–	Proj.	1	810 h	–	810 h	PL: Fallstudie	
IFP-B Begleitseminar zum Forschungs- und Praxisprojekt	3.	3	2	SU	≤ 48	90 h	34 h	56 h		
<i>Summen</i>	3.	3	2			900 h	34 h	866 h	<i>Gewicht Endnote</i>	20 %
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Die Studierenden können eine komplexe Aufgabe aus dem Bereich Informationsproduktion und -dienstleistung unter Zuhilfenahme informationswissenschaftlicher Theorien und Methoden analysieren, strukturieren, lösungsorientiert bearbeiten und die gefundenen Lösungen nachvollziehbar darstellen. Die Studierenden sind in der Lage, ihre bisherigen Fachkenntnisse in einem Anwendungsprojekt umzusetzen, das in Zusammenarbeit mit einer Organisationen oder im Auftrag eines Unternehmen des Informationssektors durchgeführt wird. Die Studierenden sind in der Lage, im Kontext der Projektbearbeitung sich selbstständig vertiefende Kenntnisse anzueignen. Durch die Zusammenarbeit mit einem Auftraggeber und Kooperationspartner aus der Informations- und Medienpraxis wird Führungs- und Kommunikationskompetenz, unternehmerisches Denken und strategische Handlungskompetenz eingeübt und gefördert.									

LV IMB-IFP-P	Forschungs- und Praxisprojekt
<i>Modulzugehörigkeit</i>	IMB-IFP – Forschungs- und Praxisprojekt
<i>Lehrende</i>	alle Professorinnen und Professoren des Departments sowie wissenschaftliche Betreuer und Betreuerinnen in den kooperierenden Unternehmen und Institutionen
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	<p>Unter Berücksichtigung praktischer Erfahrungen und Vorgehensweisen in Organisationen und Unternehmen des Informations- und Mediensektors üben die Studierenden unter wissenschaftlicher Anleitung professionelles Handeln und lösungsorientiertes Entscheiden ein. Sie sind nach erfolgreicher Bearbeitung des Forschungs- und Praxisprojekts befähigt,</p> <ul style="list-style-type: none"> • relevante Forschungs- und Entwicklungsprojekte selbstständig und selbstverantwortlich als Auftragsprojekt zu akquirieren, zu planen und durchzuführen; • sich mit den konzeptionellen, organisatorischen und rechtlichen Grundlagen eines speziellen Arbeits- und Forschungsfeldes zu beschäftigen; • wissenschaftliche Erkenntnisse in Bezug auf ihre berufspraktische Relevanz und Anwendbarkeit zu interpretieren und einzuordnen; • konstruktiv mit unterschiedlichen Anforderungen in Theorie und Praxis umzugehen; • sich für Berufsfindungsstrategien spezifische Handlungskompetenzen zu erarbeiten; • strategische Allianzen zwischen Hochschule und Praxis zu entwickeln; • arbeitsfeldspezifische Anforderungen der Berufs- und Forschungspraxis zu bewältigen.
<i>Inhalte</i>	<p>Die Studierenden bearbeiten entweder in Einzelarbeit oder in Teams von maximal drei Studierenden ein Projekt mit einem inhaltlichen Schwerpunkt aus den Bereichen Informationsorganisation und -dienstleistung, Informationsmanagement und -ökonomie oder Medien- und Kommunikationsforschung, dessen inhaltliche Ausrichtung so gewählt wird, dass dabei die Lerninhalte der einzelnen Module des Masterstudiengangs eingebracht, weiter vertieft und in einen größeren Zusammenhang gestellt werden. Die Studierenden werden vom Department betreut und angeleitet. Der oder die Beauftragte für das Forschungs- und Praxisprojekt unterstützt die Studierenden bei der Suche nach jeweils geeigneten Kooperationspartnern. Die Forschungs- und Praxisprojekte sind in nach Maßgabe vorgegebener Eignungskriterien in frei wählbaren Organisationen und Institutionen des Informationssektors durchzuführen. Folgende Aufgaben und Anforderungen sind dabei zu erfüllen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recherche nach relevanten anwendungsorientierten Forschungs- und Entwicklungsaufgaben; • Kontaktaufnahme mit einem Unternehmen oder einer Institution zur Akquirierung eines Projekts; • inhaltliche Konzeption sowie Zeit-, Ressourcen- und Organisationsplanung des Projekts; • Abstimmung des Projektkonzepts mit dem Auftraggeber (Briefing und Rebriefing); • Ressourcenplanung und -verwaltung; • Zeitmanagement; • fachliche Absprache mit Betreuerin bzw. Betreuer am Department und Auftraggeber.
<i>Literatur</i>	Die Literaturempfehlungen orientieren sich an den jeweils aktuellen Forschungsthemen.

LV IMB-IFP-B	Begleitseminar zum Forschungs- und Praxisprojekt
<i>Modulzugehörigkeit</i>	IMB-IFP – Forschungs- und Praxisprojekt
<i>Lehrende</i>	Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A.
<i>Lernergebnisse/ Kompetenzen</i>	Die Studierenden sind nach dem Besuch des Begleitseminar in der Lage: <ul style="list-style-type: none"> • die im Verlauf des Forschungs- und Praxisprojekts gesammelten Erkenntnisse und Erfahrungen mitzuteilen, kritisch zu reflektieren und das eigene Vorgehen zu diskutieren; • schwierige Arbeitssituationen und Probleme in der betrieblichen Organisation und Kommunikation objektiv zu schildern und dafür Lösungen zu finden; • vor dem Hintergrund der eigenen Beobachtungen und wissenschaftlichen Erfahrungen Empfehlungen und gegebenenfalls Ratschläge für die jeweiligen Organisationen und Institutionen abzuleiten.
<i>Inhalte</i>	Im des Begleitseminar zum Forschungs- und Praxisprojekt tauschen sich die Studierenden über ihre Erfahrungen und Beobachtungen aus, berichten dem Seminarleiter oder der Seminarleiterin über besondere Vorkommnisse und Probleme aus der Projektarbeit und entwickeln im Gespräch Strategien für mögliche Lösungen.
<i>Literatur</i>	FRIEDRICH, Horst (Hrsg.): <i>Berufsorientierende Projektarbeit im Studium : Netzwerk Student und Arbeitswelt</i> . Bergisch Gladbach: Hobein, 2002 LITKE, Hans-Dieter (Hrsg.): <i>Projektmanagement : Handbuch für die Praxis ; Konzepte – Instrumente – Umsetzung</i> . München : Hanser, 2005 MÖHRLE, Martin G. (Hrsg.): <i>Der richtige Projekt-Mix : erfolgsorientiertes Innovations- und FuE-Management</i> . Berlin : Springer, 1999 Schelle, Heinz: <i>Projekte zum Erfolg führen : Projektmanagement systematisch und kompakt</i> . 6., überarb. Aufl. München : Dt. Taschenbuch-Verl., 2010 (dtv 5888 ; Beck-Wirtschaftsberater) SCHMIDT, Ralph (Hrsg.): <i>haiss : HAW Abstracts in Information Science and Services</i> 1 (2009), Nr. 1, fortlaufend. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2009 folgende

ANTRAG AUF GENEHMIGUNG *Forschungs- & Praxisprojekt im Masterstudiengang Information, Medien, Bibliothek*

Dieser Abschnitt des Genehmigungsantrags ist von den Studierenden auszufüllen.

Antragstellende (Projektbearbeiter/-innen)	Vor- und Nachname/n:	Matrikel	E-Mail Projektbearbeiter/-innen:
1. <input type="text"/>	1. <input type="text"/>	1. <input type="text"/>	1. <input type="text"/>
2. <input type="text"/>	2. <input type="text"/>	2. <input type="text"/>	2. <input type="text"/>
3. <input type="text"/>	3. <input type="text"/>	3. <input type="text"/>	3. <input type="text"/>
Kurztitel des Projekts: <input type="text"/>			
ausführender Projektitel: <input type="text"/>			
Bearbeitungszeitraum		Beginn (tt.MM.jj) <input type="text"/>	geplantes Ende <input type="text"/>
Erstprüfer/Erstprüferin <input type="text"/>	<input type="checkbox"/> hat zugestimmt		
Vorschlag Zweitprüfer/-in <input type="text"/>	E-Mail <input type="text"/>	<input type="checkbox"/> hat zugestimmt	
Auftraggeber		Ansprechpartner	
Name der Institution <input type="text"/>	Titel, Vor- und Zuname <input type="text"/>		
ggf. Abteilung <input type="text"/>	Stellung bzw. Funktion <input type="text"/>		
Straße, Hausnummer <input type="text"/>	Telefon <input type="text"/>		
PLZ, Ort <input type="text"/>	E-Mail <input type="text"/>		
Land <input type="text" value="Deutschland"/>			
URL <input type="text"/>			

Unknown
Feldfunktion geändert

Schritt 1: Den bis hier vollständig ausgefüllten Antrag senden Sie bitte in digitaler Form an den Beauftragten für das Forschungs- und Praxisprojekt: <mailto:rais.schmidt@t-online.de>

Die Genehmigung meines/unseres Antrags durch den Beauftragten für das Forschungs- und Praxissemester liegt vor.

Bestätigung Mit meiner/unserer Unterschrift wird bestätigt, dass oben gemachte Angaben korrekt sind und mir/uns die prüfungsrelevanten Bestimmungen aus der Prüfungsordnung bekannt sind.	Datum <input type="text"/>	Unterschrift Projektbearbeiter/in 1 <input type="text"/>
	Datum <input type="text"/>	Unterschrift Projektbearbeiter/in 2 <input type="text"/>
	Datum <input type="text"/>	Unterschrift Projektbearbeiter/in 3 <input type="text"/>

Schritt 2: Den bis hierher vollständig ausgefüllten und unterzeichneten Antrag geben Sie bitte bei Ihrem betreuenden Erstprüfer bzw. bei Ihrer betreuenden Erstprüferin ab.

Abschnitt füllen Prüfende aus.

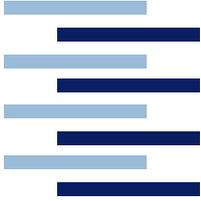
Benotung Erstprüfende/r <input type="text"/>	Datum <input type="text"/>	Unterschrift Erstprüfender <input type="text"/>
Benotung Zweitprüfende/r <input type="text"/>	Datum <input type="text"/>	Unterschrift Zweitprüfender <input type="text"/>
Endnote in Worten <input type="text"/>	Datum <input type="text"/>	Unterschrift Erstprüfender <input type="text"/>
Die Endnote errechnet sich nach dem Schema in PO § 18 Abs. 2 aus dem Durchschnittswert der Einzelnoten. $1,0 - 1,15 \rightarrow 1,0 * - 1,5 \rightarrow 1,3 * - 1,85 \rightarrow 1,7 * - 2,15 \rightarrow 2,0 * - 2,5 \rightarrow 2,3 * - 2,85 \rightarrow 2,7 * - 3,15 \rightarrow 3,0 * - 3,5 \rightarrow 3,3 * - 3,85 \rightarrow 3,7 * - 4 \rightarrow 4,0 > 4,0 \rightarrow 5$		
Gutachten		
<input type="checkbox"/> ein Gutachten nach § 12 Abs. 7 Satz 3 wurde erstellt.		
<input type="checkbox"/> es wurden unabhängige Gutachten erstellt.		
<input type="checkbox"/> das/die Gutachten wurden den Projektbearbeitern/-innen zugestellt.		

Unknown
Feldfunktion geändert

Unknown
Feldfunktion geändert

Unknown
Feldfunktion geändert

Schritt 3: Der oder die Erstprüfende sorgt bis spätestens 31. März nach einem Bearbeitungszeitraum im Wintersemester bzw. bis spätestens 30. September nach einem Bearbeitungszeitraum im Sommersemester für den Eintrag der Endnote in das Notenverwaltungssystem.



„For Once In My Life“

HAW HAMBURG

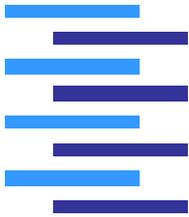
Ralph Schmidt

Projekttitle formulieren

- Formulieren Sie einen **Sachtitel**, der Ihnen als Auftrag dient und idealerweise enthält:
 - Angaben zu einer Aktion, Mission, Methode (Delphi-Studie, Marketinganalyse usw.);
 - den präzise formulierten Gegenstand des Untersuchungsinteresses;
 - womöglich die Umgebung dieses Gegenstands (im Unternehmen, in der Branche);
 - womöglich andere eingrenzende Faktoren (am Beispiel von, unter dem Aspekt von).
- Finden Sie einen **Kurztitel**, der
 - rasch und bequem kommuniziert werden kann;
 - nach Möglichkeit präzise, informativ, aussagefähig ist;
 - bzw. als Akronym für einen präzisen Langtitel steht;
 - das heißt, das betreffende Projekt treffend charakterisiert;
 - nicht zu allgemein ausfällt, damit das Projekt unverwechselbar bleibt;
 - in Datenbanken als Ordnungskriterium geeignet ist;
 - eventuell als Haupttitel einer Monografie geeignet wäre.

Beispiele für Kurztitel

Die Marke CSB
BelAMI
Modellversuch Informationsvermittlung
Agenda 2000
Apollo 13
MoDeIDoc
mim-Pool
Rechercheprojekt »Politikerlügen«
HH 1-Archiv



HAW HAMBURG

Name ...	Projektname	Institution	Berater
York Fischer	Ist OM ein Instrument für Rechtsanwälte? Online Marketing Mix für eine Anwaltskanzlei	Hamburg Rechtsanwälte Kirmeß & Raczek	
Milena Franck	Optimierung der Ordnerstruktur eines Unternehmenslaufwerks, das Dokumente zu klinischen Studien, zum Qualitätsmanagement und zur Verwaltung (von was?) enthält, durch Aussortieren (in Absprache mit den jeweiligen Teams) und ggf. Umstrukturieren	Hamburg SCIderm GmbH	Düren, Petra
Ricarda Hage	Umsetzungskonzept NDR-Fernseharchiv Überprüfung der derzeitigen Dokumentationspraxis im Fernseharchiv des Norddeutschen Rundfunks (NDR) auf deren zeitgemäße Durchführung – Entwicklung eines optimierten Umsetzungskonzepts	Hamburg Norddeutscher Rundfunk – NDR Fernseharchiv	Düren, Petra
Anke Büchter	BSH Bib goes 2.0 Web 2.0-Applikationen in der Bibliothek des Bundesamts für Seeschifffahrt und Hydrographie : Von der Auswahl zur Implementierung	Hamburg Bundesamt für Seeschifffahrt und Hydrographie Bibliothek	Geeb, Franziskus
Ivo Kirilov Ivanov	Newsletter-Test Erstellung einer Testsammlung für die teilautomatisierte Prüfung auf korrekte Darstellung von Newslettern	Hamburg spot-media AG Qualitätsmanagement	Geeb, Franziskus
Tomasz Skłodowski	Online-Geschäftsbericht als Rich-Internet-Anwendung Investor Relation-Maßnahme Online-Geschäftsbericht als Rich-Internet-Anwendung	Hamburg Stockwaves Investor Relations Services GmbH IT Abteilung	Geeb, Franziskus

Name ...	Projektname	Institution	Berater
Martin Knudsen	Personalisierter Konzertagent Prototypische Implementierung eines personalisierten Agenten zum Retrieval von Konzertinformationen auf Android-Smartphones	Hamburg Linkwerk GmbH	<i>Geeb, Franziskus</i>
Lorenzo Servadei	Regionalmobilitätsprojekt Regionalmobilitätsprojekt: ein Webportal für ein Mobilitätssozialnetzwerk	Cesena Comune di Cesena Verkehrsamt	<i>Geeb, Franziskus</i>
Claudia Irle	SharePoint Services als Intranet-Plattform Konfiguration und Implementierung von Microsoft SharePoint Services als neue Intranet-Plattform sowie Neugestaltung der CoreMedia-basierten Intranet-Informationsarchitektur beim IuK-Dienstleister Dataport	Hamburg Dataport TD 52 – Webinfrastructures	<i>Geeb, Franziskus</i>
Marvin Luchs	UI Design Patterns im eProcurement Untersuchung der Anwendbarkeit von User Interface Design Patterns aus E-Commerce-Webanwendungen auf Anwendungen des E-Procurements	Hamburg T-Systems Multimedia Solutions E-Procurement Solutions & Services	<i>Geeb, Franziskus</i>
Stanislaw Schmidt	Website für Fans Praktische Umsetzung eines Konzepts für eine kommerzielle Shopping-Website für Fans	Buxtehude rzwo Buttler & Domagalski GbR	<i>Geeb, Franziskus</i>
Balder Thomsen	Entwicklung eines Prototypen eines mobilen OPACs	Bremen Staats- und Universitätsbibliothek Bremen	<i>Gennis, Martin</i>
Catharina Klaus	Klassische Seminare im Vergleich zu Webinaren – Was ist zufriedenstellender?	Hamburg SER Solutions Deutschland GmbH Presales	<i>Gennis, Martin</i>
David Maus	Praktische Umsetzung, Usabilityanalyse und Erstellung eines Marketingkonzeptes für eine webbasierte RIA	Bielefeld Stadtbibliothek Bielefeld	<i>Gennis, Martin</i>

Name ...	Projektname	Institution	Berater
Nima Haghghi	Car-Sharing-Modell Hamburg Marktanalyse und Konzeptvorschlag zur Realisierung eines umweltschonenden Car-Sharing Angebotes in Hamburg	Hamburg Qbax GmbH Autovermietung	<i>Gennis, Martin</i>
Rebekka Thielen	CRM-Workflowoptimierung Workflowoptimierung und on-work Systemmigration in einem CRM-System	Hamburg Studio Hamburg - MCI Geschäftsführung	<i>Gennis, Martin</i>
Sina Schönefuß	Personalmanagementsystem Alsterarbeit Analyse und Optimierung des Verwaltungssystems für Personalmanagement der alsterarbeit gGmbH	Hamburg alsterarbeit gGmbH Qualitätsmanagement	<i>Gennis, Martin</i>
Britta Steffen	InfKomp-Webinare Webinare im Kontext Informationskompetenz – Bedarfsanalyse und Marktsichtung zur Anwendung an der Deutschen Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften	Kiel ZBW Deutsche Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften Auskunftsdienst EconDesk	<i>Gläser, Christine</i>
Sina Ingber	Da steht ein Pferd auf dem Flur. Kommunikationskonzept für PFERD TV	NDR Fernsehen Sportredaktion	<i>Gundlach, Hardy</i>
Sandra Häse	Facebook für Hit-Radio Antenne Analyse der Nutzerakzeptanz der Facebook-Präsenz von Hit-Radio Antenne – Ableitung von Erfolgs- und Einflussfaktoren in Abstimmung auf die Zielgruppe am Beispiel der Facebook-Beiträge der Radiosender ffn, Hit-Radio Antenne und NDR 2	Hannover Hit-Radio Antenne Online-Redaktion	<i>Gundlach, Hardy</i>
Johanna Wöhler	Social Media Marketing Konzept für Ticcats GmbH Die Suche nach ticcats – Analyse der Marktsituation, des Benchmarktes und der Zielgruppe der Ticketsuchmaschine Ticcats für die Konzeptionierung einer geeigneten Social Media Marketing Strategie	Hamburg Ticcats GmbH	<i>Gundlach, Hardy</i>
Rainer Ammermann	WissMAgenta Schritte des Wissensmanagement für wertvolles Agenturwissen anwenden – Fallstudie docuserve	Hamburg docuserve	<i>Gundlach, Hardy</i>

Name ...	Projektname	Institution	Berater
Anneke Lühr	Entwicklung eines Leseförderungskonzepts für die Stadtbibliothek Bielefeld (Standort Brackwede) als Tool im Projekt LeWi	Bielefeld Stadtbibliothek Bielefeld	<i>Krauß-Leichert, Ute</i>
Stefanie Ritter	Gender Mainstreaming in Bibliotheken	Bremen Stadtbibliothek Bremen	<i>Krauß-Leichert, Ute</i>
Anja Schütte	Bedarfsanalyse durch Benutzerbefragungen – Planung und Realisierung für die Bibliothek der Bucerius Law School	Hamburg Bucerius Law School Hengeler Mueller-Bibliothek	<i>Krauß-Leichert, Ute</i>
Jana Paul	LeWiBi 2 Leseförderung + Wirkungsforschung in der Stadtbibliothek Bielefeld – Theorie und Praxis von Interviews mit Grundschulkindern	Bielefeld Stadtbibliothek Bielefeld	<i>Krauß-Leichert, Ute</i>
Maren Messerschmidt	Wertvolle Bibliothek? Wertmessung und Wirkungsforschung in der Stadtbibliothek Bad Oldesloe	Bad Oldesloe Stadtbibliothek Bad Oldesloe	<i>Krauß-Leichert, Ute</i>
Maike Naskowski	Wertvolle Bibliothek? Wertmessung und Wirkungsforschung in der Stadtbibliothek Bad Oldesloe	Bad Oldesloe Stadtbibliothek Bad Oldesloe	<i>Krauß-Leichert, Ute</i>
Nadine Feißt	Akzeptanz- und Nutzenanalyse des internationalen ALADIN Netzwerkes	Unesco Institute for Lifelong Learning Documentation Centre and Library	<i>Kübler, Hans-Dieter</i>
Beate Piesztal	Konzepterstellung einer Moodle-Lernplattform für das Goethe-Institut Hamburg	Hamburg Goethe-Institut Hamburg	<i>Kübler, Hans-Dieter</i>

Name ...	Projektname	Institution	Berater
Christin Weber	Die Zukunft der Produktsuche – Visionen zur Produktsuche im Online-Shop von Otto	Hamburg Otto Neue Medien	<i>Lewandowski, Dirk</i>
Sebastian Sünkler	Universal Search in der Portalsuche von t-online – Entwicklung und Evaluation verschiedener Konzepte zur Veränderung der t-online Suche mit Hilfe des Universal Search Ansatzes	Deutsche Telekom AG Contextual Search & Advertising	<i>Lewandowski, Dirk</i>
Sascha Kändler	Cross- & Up-Selling Ermittlung allgemeingültiger Maßnahmen zum erfolgreichen Einsatz von Kaufempfehlungen für das Cross- und Up-Selling in Onlineshops mit einer Mehrmethodenuntersuchung	Hamburg eResult GmbH Standort Hamburg	<i>Lewandowski, Dirk</i>
Eva Nesbach	Darf XING vorstellen? Entwicklung von Relevanzkriterien für Kontakt-Empfehlungen beim Social Network XING	Hamburg Xing AG UX/ User Insights and Consulting	<i>Lewandowski, Dirk</i>
Nina Mikley	FINN fragt nach Ermittlung des Nutzerverhaltens bei der Recherche mit <i>fragFINN</i> anhand szenario-basierter Usability-Tests mit Kindern	Berlin fragFINN e.V.	<i>Lewandowski, Dirk</i>
Jörg Schmitt	Logfileanalyse TU Harburg Den Nutzern über die Schulter geschaut - Eine quantitative und qualitative Analyse der Suchanfragen an den Katalog der Universitätsbibliothek der Technischen Universität Hamburg-Harburg	Hamburg Universitätsbibliothek der Technischen Universität Digitale Dienste	<i>Lewandowski, Dirk</i>
Sonja von Mach	Suchanfragenanalyse Analyse von klassifizierten Suchanfragen mittels qualitativer und quantitativer Untersuchungen	Darmstadt Deutsche Telekom AG P&I PSN-A, Contextual Search and Advertising	<i>Lewandowski, Dirk</i>
Jessica Drechsler	Suchanfragenanalyse Analyse von klassifizierten Suchanfragen mittels qualitativer und quantitativer Untersuchungen	Darmstadt Deutsche Telekom AG P&I PSN-A, Contextual Search and Advertising	<i>Lewandowski, Dirk</i>

Name ...	Projektname	Institution	Berater
Jana Raupach	Entwicklung eines Konzepts für die Optimierung und Vermarktung der Website der Stiftung John Neumeier unter Berücksichtigung einer inhaltlichen Neukonzeption und der Optimierung der graphischen Gestaltung und der Usability sowie der Suchmaschinenoptimierung	Stiftung John Neumeier	Schade, Frauke
Wiebke Behrens	Kommunikation 2.0: Wie können sich Bibliotheken in sozialen Netzwerken und Blogs präsentieren? Eine Analyse am Beispiel der Universitätsbibliothek der Helmut-Schmidt-Universität	Hamburg Helmut-Schmidt-Universität	Schade, Frauke
Verena Hecke	Kommunikation 2.0: Wie können sich Bibliotheken in sozialen Netzwerken und Blogs präsentieren? Eine Analyse am Beispiel der Universitätsbibliothek der Helmut-Schmidt-Universität	Hamburg Helmut-Schmidt-Universität	Schade, Frauke
Maike Fresenborg	Öffentlichkeitsarbeit für wissenschaftliche Spezialbibliotheken – Konzeption und praktische Umsetzung einer Kommunikationsstrategie für das GIGA Informationszentrum	German Institute of Global and Area Studies	Schade, Frauke
Nina Schröder	Reputationsanalyse der HAW Hamburg in der Social Media Kommunikation	Hamburg HAW Hamburg	Schade, Frauke
Patricia Wollschläger	Social Media Marketing für Unternehmen. Monitoring, Analyse und Umsetzung am Beispiel der wunderloop media services GmbH	Hamburg wunderloop media services GmbH Marketing	Schade, Frauke
Sarah Vogler	Carpe Liberos – Nutze die Bücher Konzeption eines Leseförderungskonzepts zur gezielten Förderung der Lesekultur und -lust für die Bibliotheca Johannei, Bibliothek der Gelehrtenschule des Johanneums in Hamburg	Hamburg Gelehrtenschule des Johanneums Bibliotheca Johannei	Schade, Frauke
Sandra Stefan	Erfolgreich in der Presse Analyse der Medienwirkung für PR im Food-Segment	Hamburg ad publica Public Relations GmbH Food Unit	Schade, Frauke

Name ...	Projektname	Institution	Berater
Katharina Bonke	Hamburg liest »Deutschland liest – Treffpunkt Bibliothek« in Hamburg – Analyse der deutschen Bibliothekskampagne und Erarbeitung von innovativen Handlungsempfehlungen für zukünftige Veranstaltungen	Hamburg Deutscher Bibliotheksverband e. V. Landesverband Hamburg c/o Universitätsbibliothek der	Schade, Frauke
Katharina Waack	Hamburg liest »Deutschland liest – Treffpunkt Bibliothek« in Hamburg – Analyse der deutschen Bibliothekskampagne und Erarbeitung von innovativen Handlungsempfehlungen für zukünftige Veranstaltungen	Hamburg Deutscher Bibliotheksverband e. V. Landesverband Hamburg c/o Universitätsbibliothek der	Schade, Frauke
Joachim Köpf	Image analysis: Electric Vehicles at the Point of Sale Analyse des Images von Elektrofahrzeugen unter Automobilverkäufern am Point of Sale als Basisbestandteil eines Kommunikationskonzepts für Elektrofahrzeuge	Stuttgart Chrysler International GmbH Product Management & Pricing	Schade, Frauke
Isabelle Jährig	Konzeptentwicklung zur Nutzung von Bibliotheksräumen Ein Konzept für eine neue und flexible Nutzung der Bibliotheksräume im Zuge der Zunahme der Online-Ressourcen am Beispiel der Zweigstelle Barmbek der Hamburger Öffentlichen Bücherhallen	Hamburg Hamburger Öffentliche Bücherhallen Aus- und Weiterbildung	Schade, Frauke
Dorothee Böhringer	Library Marketing Malta Development of a marketing strategy for the Maltese Bookfair including promoting public libraries and librarianship as a profession in cooperation with the National Book Council and Malta Libraries.	Valletta National Library of Malta	Schade, Frauke
Hanna Rehm	Library Marketing Malta Development of a marketing strategy for the Maltese Bookfair including promoting public libraries and librarianship as a profession in cooperation with the National Book Council and Malta Libraries.	Valletta National Library of Malta	Schade, Frauke
Maximilian Frömbing	Marke Deutschland in Japan Analyse des strategischen Aufbaus und Kommunikation der Marke Deutschland in Japan durch das Goethe Institut Tokio	Tokyo 107- 0052 Goethe Institut Tokyo	Schade, Frauke
Verena-Elisa Kapfer	Marketingplan für Hafensänger Entwicklung eines Marketingplans für den Verkauf von journalistischen Artikeln der Agentur Hafensänger	Hamburg Hafensänger Nord Projektmanagement und Redaktion	Schade, Frauke

Name ...	Projektname	Institution	Berater
Nicole Hügel	Social Media Marketing für Music2Deal Analyse und Optimierung der Social-Media-Marketing-Strategie eines Unternehmens mithilfe einer Online-Inhaltsanalyse	Hamburg Music2deal	<i>Schade, Frauke</i>
Mareike Lappat	Suchen, finden, anwenden – Marketing Kommunikation bei Bosch Sicherheitssysteme Analyse und Optimierung der Informationsstruktur der Marketing Kommunikations-Maßnahmen im Produktbereich Gebäudesicherheit bei Bosch Sicherheitssysteme	Ottobrunn Bosch Sicherheitssysteme GmbH Marketing	<i>Schade, Frauke</i>
Oliver Stapelfeldt	Kita-Platz komfortabel angemeldet? - Kundenzufriedenheitsanalyse der Web-Anwendung Kigan	Hamburg T-Systems Multimedia Solutions GmbH Business Unit	<i>Schmidt, Ralph</i>
Inga Donaszewski	Marken- und Kommunikationskonzept für das Medizinhistorische Museum der Akademie für Gesundheit am Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf	Hamburg Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf Institut für Geschichte und Ethik der Medizin	<i>Schmidt, Ralph</i>
Annika Batge	AMS Change Akzeptanz- und Change-Management-Konzept für die Einführung eines Assekuranz-Management-Systems in der Versicherungsbranche	Hamburg ERGO Versicherungsgruppe AG Vertriebsdirektion Kooperationen	<i>Schmidt, Ralph</i>
Jannah Clemens	Marketingstrategien bei loftville.com Entwicklung von praxiswirksamen neuen Marketingstrategien für das Internet-Start-up-Unternehmen Loftville.com	Hamburg loftville GmbH	<i>Schmidt, Ralph</i>
Schafiq Zakarwal	Newsletterkonzept Direktmarketing mit Hilfe eines Newsletters: Inhalt, Form und technische Umsetzung eines Newsletterkonzeptes	Hamburg Triller Communication Consultants PR/Marketing	<i>Schmidt, Ralph</i>
Martin Appenzeller	Optimierte SAP-Prozessdokumentation für Brose Machbarkeitsstudie und Implementierungsunterstutzung zur Optimierung des Dokumentenmanagements in der SAP-basierten Projektdokumentation bei Brose	Coburg Brose Fahrzeugteile GmbH & Co. Kommanditgesellschaft, Coburg ZIS/CA	<i>Schmidt, Ralph</i>

Name ...	Projektname	Institution	Berater
Susanne Planck	Projektmanagement eKlausuren Begleitung des Einsatzes von professionellen Methoden der Projektstrukturierung und des Projektmanagements beim Aufbau eines zentralen eAssessment Service an der Universität Hamburg	Hamburg Universität Hamburg Zentrales eLearning-Büro (ZeB)	<i>Schmidt, Ralph</i>
Marcus Kupka	Software für Sammelwerke im Staatsarchiv Reorganisation der Sammlungsstruktur sowie Auswahl und Implementierung eines Erfassungsprogramms für fortlaufende Sammelwerke im Staatsarchiv Hamburg	Hamburg Staatsarchiv Hamburg Abteilung Bibliothek	<i>Schmidt, Ralph</i>
Eva Steinert	Strategische Positionierung NIVEA NIVEA – Die strategische Aufstellung einer internationalen Marke	Hamburg Drafftcb Beratung	<i>Schmidt, Ralph</i>
Josefine Bäßler	Suchmaschinenmarketing Automotiv Entwicklung, Konzeption und Optimierung einer wettbewerbsorientierten Online-Marketingkampagne für ein Unternehmen aus der Automobilbranche	Hamburg Albert Bauer Digital	<i>Schmidt, Ralph</i>
Diana Jaber	Zapp-Design Prozessbegleitende Forschung – eine wissenschaftliche Begleitung von Veränderungsprozessen des Designs in der Redaktion „Zapp“	Hamburg Norddeutscher Rundfunk – NDR Fernsehen Redaktion „Zapp“	<i>Schmidt, Ralph</i>
Julia Starke	Zapp-Design Prozessbegleitende Forschung – eine wissenschaftliche Begleitung von Veränderungsprozessen des Designs in der Redaktion „Zapp“	Hamburg Norddeutscher Rundfunk – NDR Fernsehen Redaktion „Zapp“	<i>Schmidt, Ralph</i>
Jessica Witt	Ehrenamtliche der HÖB Motivation und Zufriedenheit ehrenamtlicher Mitarbeiter der Bücherhallen Hamburg	Hamburg Bücherhallen Medienprojekte gGmbH	<i>Schulz, Ursula</i>
Christine Gärtner	Wissensmanagement bei Aon Verbesserung des Dokumenten- und Wissensmanagement in der Abteilung Sales & Marketing hinsichtlich der Zusammenarbeit mit dem Vertrieb anhand einer Implementierung von Microsoft SharePoint	Hamburg Aon Versicherungsmakler Deutschland Sales & Marketing	<i>Spree, Ulrike</i>

Name ...	Projektname	Institution	Berater
Loredana Pinna	Wortgutsammlung Wortnetz Kultur Umfeldanalyse, Wortgutsammlung und -gestaltung als Teil der Konzeptentwicklung für ein Begriffssystem »Wortnetz Kultur« im Rahmen des Projektes BODEON	Hamburg Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg – Abteilung Information	<i>Spree, Ulrike</i>
Wiebke Wessels	Wortgutsammlung Wortnetz Kultur Umfeldanalyse, Wortgutsammlung und -gestaltung als Teil der Konzeptentwicklung für ein Begriffssystem »Wortnetz Kultur« im Rahmen des Projektes BODEON	Hamburg Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg – Abteilung Information – Jutta Lindenthal	<i>Spree, Ulrike</i>
Daniel Kamprath	Blended-Learning am Goethe Institut Beijing eine Untersuchung von Nutzungskonzepten Lehrender hinsichtlich der verwendeten elektronischen Lernplattform.	Beijing, Haidian District Goethe Institut Sprachlernzentrum	<i>Swoboda, Wolfgang</i>
Alexandra Gather	WBT-Entwicklung Web-based Trainingsentwicklung in Wirtschaftsunternehmen – eine Prozessanalyse zur Ableitung eines idealtypischen Vorgehens	Norderstedt Jungheinrich AG Training Center	<i>Ulrike Spree</i>
Simon Schmidt	Kundenwünsche Online-Musik Zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten im Bereich der Musikangebote innerhalb der Bücherhallen Hamburg.	Hamburg Bücherhallen Hamburg Musik	<i>Verch, Ulrike</i>